

## A NETNOGRAFIA COMO POSSIBILIDADE METODOLÓGICA PARA ESTUDOS NO CAMPO DA EAD

Wellington Tavares<sup>1</sup>, Ana Paula Paes de Paula<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)/Centro de Educação Aberta e a Distância (CEAD)/  
Departamento de Gestão Pública (DEGEP), wellington@cead.ufop.br

<sup>2</sup>Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)/Faculdade de Ciências Econômicas (FACE)/Centro  
de Pós-Graduação em Administração (CEPEAD), appp.ufmg@gmail.com

**Resumo** – Este estudo visa apresentar uma discussão acerca da netnografia, defendendo que esta metodologia pode servir aos interesses de estudiosos no campo da EAD, quando se busca conhecer e compreender os elementos e dinâmicas culturais presentes no contexto da educação inserida no ciberespaço. Desta forma, esclarece que a metodologia apresentada pode ser uma grande aliada para estudos que objetivem conhecer a cibercultura presente nos contextos da EAD. Este ensaio contribui teoricamente ao apresentar uma metodologia recente, e ainda em formação, a qual tem sido muito utilizada em campos de pesquisas variados. Desta forma, ao propor a utilização desta metodologia para estudos no campo da EAD, este estudo colabora para o crescimento de pesquisa sobre culturas de internet no campo em questão como forma de fortalecer e diversificar as pesquisas da área. Além disso, colabora com o próprio desenvolvimento da netnografia à medida que avancem os estudos na área de educação a distância.

**Palavras-chave:** Netnografia. Cibercultura. Ciberespaço. Metodologia. Educação a Distância.

**Abstract** – This study aims to present a discussion of netnography, arguing that this methodology can serve the interests of scholars in the field of ODL, when seeking to know and understand the cultural elements and dynamics present in the context of education within the cyberspace. Thus, clarifies that this methodology can be a great ally for studies that aim to meet this cyberculture in the contexts of EAD. This paper contributes theoretically by presenting a new methodology, and still in training, which has been widely used in various fields of research. Thus, by proposing the use of this methodology for studies in the field of distance education, this study contributes to the growth of internet research on crops in the field in question as a way to strengthen and diversify the research area. It helps with the very development of netnography as advance studies in the area of distance education.

**Keywords:** Netnography. Cyberculture. Cyberspace. Methodology. Distance Education.

### 1. Introdução

As recentes transformações pelas quais a sociedade e a economia têm passado se dão como resultado, em partes, das inovações tecnológicas que o mundo tem experimentado, especialmente quando se discutem as tecnologias relacionadas às informações e à comunicação. As inovações informacionais e comunicacionais de

um lado e a transformação social de outro criam uma via de mão dupla, na qual os contextos relacionais têm sido impactados pelas novas tecnologias e, ao mesmo tempo, tais relações também moldam de algum modo a forma como os ferramentais tecnológicos são utilizados pelas pessoas em seus relacionamentos, cada vez mais inseridos no ambiente da internet.

Estes novos ambientes de interação e comunicação, bem como de transferência e trocas de informações e conhecimento, são denominados de “ciberespaço”, o qual se apresenta como um ambiente surgido na - e a partir da - internet, no qual as pessoas podem se relacionar com distintas finalidades complementando os espaços reais/físicos. Em decorrência destes novos espaços e da alteração na forma como as pessoas passam a se relacionar, criou-se também uma forma de cultura de internet que muito se diferencia das formas até então experimentadas pela sociedade, a qual se denomina de “cibercultura”. Conforme será visto adiante, esta cibercultura guarda muitos elementos até então não compreendidos em relação aos comportamentos e demais aspectos culturais que permeiam as formas de convivência e relacionamentos na internet.

A partir do crescimento destes ciberespaços tem sido possível observar o crescimento e desenvolvimento de uma série de experiências, contextos e ferramentas relacionadas à Educação a Distância (EAD), que, como quaisquer outras formas de relacionamentos via *web*, possibilita a criação de elementos culturais próprios, neste caso relacionado à utilização das tecnologias de informação e comunicação nos processos educacionais. Estes elementos relacionados à cibercultura no ambiente educacional poderiam ter mais atenção de estudiosos do campo da EAD, o que pode ocorrer com maior propagação das possibilidades metodológicas para se compreender as dinâmicas relacionais, comportamentais e culturais no ciberespaço e de aplicações em estudos.

Há uma considerável gama de trabalhos acadêmicos na atualidade que analisam e discutem metodologias no EAD, sendo que normalmente os estudos se direcionam para questões relacionadas à própria operacionalização da modalidade de educação a distância, tais como os exemplos seguintes: estudo de metodologias para construção de materiais didáticos diversos (CARDOSO e SILVA, 2008); estudo de metodologias utilizadas na modalidade de educação a distância no contexto brasileiro de forma geral (OLIVEIRA e OLIVEIRA, 2010); estudo de metodologias para o planejamento de aprendizagem e desenvolvimento de competência no EAD (OLIVEIRA e CAZARINI, 2010); estudo de metodologias para formação de tutores no uso de recursos tecnológicos para a EAD (DOTTA e JORGE, 2011), e; estudo de metodologias com foco no processo de avaliação de aprendizagem (SGARBI *et al.*, 2012).

Diante disso, este estudo se fundamenta em responder aos seguintes problemas de pesquisa: **Quais possibilidades metodológicas podem ser úteis para se conhecer e analisar elementos da cibercultura no campo da educação a distância? Quais instrumentos de coleta de dados e análise podem dar sustentação para este tipo de pesquisa?** A partir destas questões, o presente

estudo visa apresentar uma discussão acerca da netnografia como proposta metodológica para estudos de cibercultura no campo da EAD, além de dar enfoque em algumas ferramentas de pesquisa possíveis de serem utilizadas quando da aplicação deste método de pesquisa.

Para alcançar os objetivos pretendidos, este estudo, além desta primeira seção introdutória, apresenta na segunda seção uma breve discussão sobre as transformações tecnológicas que culminaram com o surgimento do ciberespaço e da cibercultura, bem como a forma como estes se relacionam com a EAD. Na terceira seção discute-se a Netnografia como opção metodológica para estudos no campo da EAD, apresentando informações sobre a aplicabilidade e usos deste método. Por fim, na seção quatro apresentam-se as considerações finais da discussão aqui pretendida.

## **2. Ciberespaço, Cibercultura e a Educação a Distância**

O desenvolvimento dos sistemas eletrônicos tem sido um dos principais responsáveis pelas grandes transformações que a sociedade e a economia têm passado, e estas têm sido impactadas especialmente em relação aos serviços, informações e educação. As mudanças têm se dado em razão das novas formas de comunicação e dos novos modos como as relações têm se dado, bem como em função da 'redução das distâncias' propiciadas pela tecnologia e da própria mudança cultural que culmina no que tem se denominado de "cultura internet" (CASTELLS, 1999).

As mudanças na cultura a partir da utilização dos ferramentais tecnológicos têm gerado grandes transformações nas diversas atividades do cotidiano, especialmente em relação à mudança na percepção das distâncias entre as pessoas, desde a simples efetivação de relações sociais até em relações organizacionais diversas estabelecidas entre indivíduos ou entre estes e organizações de distintos tipos e finalidades. Interessante notar que tal realidade há muito vinha sendo profetizada por muitos estudiosos da sociedade e do campo da comunicação, a exemplo de Negroponte (1995, p. 159) ao sugerir que a vida digital exigiria cada vez menos que as pessoas estivessem "num determinado lugar em determinada ora, e a transmissão do próprio lugar vai começar a se tornar realidade" (NEGROPONTE, 1995, p. 159).

Por outro lado, e de forma mais receptiva e positiva em relação ao desenvolvimento tecnológico, Rheingold (1996) à época já discutia a importância da Comunicação Mediada por Computador (CMC) para a democratização da informação e aumento da liberdade de expressão.

É neste sentido que a internet e as demais tecnologias de informação impactaram o mundo, constituindo um novo espaço de interação social e econômica, denominado de ciberespaço (CASTELLS, 1999). Para Hall (2005, p. 70), no ciberespaço "diferentes épocas culturais têm diferentes formas de combinar essas coordenadas espaço-tempo", que influem nas formas como se dão as distintas relações sociais que se podem presenciar na atualidade.

O ciberespaço é, antes de qualquer coisa, um ambiente virtual, no qual o lugar é criado por meio de uma rede de computadores, sejam eles interligados ou não (LEMOS, 2004). Pode ainda ser compreendido como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LÉVY, 2000, p. 92). Assim, pode-se compreender como a interatividade virtual possibilita a aproximação das pessoas e a criação de grupos ou comunidades virtuais, se relacionando e perseguindo objetivos comuns à coletividade (LEMOS, 2004, p.115).

Assim, há que se entender que este espaço se apresenta apenas como meio para as conexões e interações entre os indivíduos e não como fator de mudanças, já que, ao possibilitar a comunicação entre indivíduos de diferentes partes do planeta, possibilita o intercâmbio de crenças, valores, ideias, comportamentos e conhecimento entre as pessoas (CORRÊA, 2004).

A comunicação entre os membros de uma rede de usuários exerce papel primordial para a manutenção e crescimento das relações e da própria rede, sendo que sua possibilidade de crescimento ilimitado se sustenta com base nas condições de interação e trocas de informações (CASTELLS, 1999). Portanto, o desenvolvimento das novas tecnologias de comunicação e informação altera sobremaneira os processos de comunicação, produção e distribuição de bens e serviços e configuram novos contextos sociais, culturais e políticos (LÉVY, 2000; LEMOS; LÉVY, 2010). Rheingold (1996, p. 19) chama a atenção para a relevância assumida pela internet no contexto atual da sociedade e assumindo que o futuro dela “está ligado ao futuro da comunidade, da democracia, da educação, da ciência e da vida intelectual”.

A relação entre internet e CMC propiciou o surgimento do ciberespaço, que por sua vez possibilitou a transformação de muitos contextos econômicos e sociais, nos quais se ressalta o campo da educação. Este campo tem sido constantemente reinventado e adaptado aos novos contextos tecnológicos, especialmente por meio da modalidade de Educação a Distância (GADOTTI, 1999).

Apesar de a educação a distância se basear no uso de múltiplas mídias que buscam amenizar as distâncias entre os atores do processo de ensino-aprendizagem, isto não é suficiente para definir esta concepção educacional que ultrapassa as formas tradicionais de educação baseadas em disseminação de informações. A EAD pauta-se em levar à uma aprendizagem interativa por meio de múltiplas interferências e recursividades, improváveis conexões e trajetórias entre os atores, o que torna este contexto um sistema aberto que abre possibilidades de produção de conhecimento individual e grupal (ALMEIDA, 2003).

Além disso, quando se argumenta sobre o importante papel das tecnologias na educação, há que se compreender que as mídias utilizadas nos mais variados Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA) têm se tornado instrumentos culturais de aprendizagem próprios da cibercultura, impactando tanto os processos tecnológicos quanto os processos comunicacionais e pedagógicos. Esta cibercultura não é algo utópico, mas é o presente no qual há uma constante promoção de novas

possibilidades de socialização e aprendizagem (SANTOS, 2009).

Pode-se, portanto, considerar que o campo da educação a distância apresenta-se de forma muito recente na história da educação e também de forma muito complexa, o que requer empenho na busca para melhor se conhecer a natureza e nuances deste.

Apesar da crescente produção acadêmica que atende às demandas por formas de operacionalização de processos de ensino-aprendizagem, disciplinas e cursos na modalidade EAD, há uma necessidade de se ampliar o número e diversidade de estudos que apontem para metodologias que possibilitem compreender os contextos nos quais alunos, tutores e professores interagem e formam aprendizados e competências. Desta forma, muitos elementos relacionados ao comportamento, cultura e relações sociais no ciberespaço mostram-se ainda obscuros e podem ser melhor esclarecidos caso haja o desenvolvimento de estudos que abordem a cibercultura a partir de estudos netnográficos, conforme se poderá observar na seguinte seção que apresenta uma discussão acerca da metodologia denominada de netnografia.

### **3. Opção Metodológica para Estudos no Campo da EAD**

Neste estudo é apresentado um método e também algumas técnicas advindas da **pesquisa qualitativa** que podem contribuir para o crescimento das pesquisas na área da Educação a Distância, as quais têm sido desenvolvidas sob tal abordagem, bem como a partir de abordagens quantitativas. Vale reforçar que este tipo de pesquisa se originou da Antropologia e depois se estendeu para a sociologia e psicologia, entre outras áreas da ciência. Seu surgimento se deu quando os antropólogos entenderam que os dados pesquisados deveriam ser interpretados e não quantificados (MARCONI e LAKATOS, 2007). Nesse contexto, a pesquisa qualitativa se destacou como uma possibilidade para compreender relações entre variáveis sociais, processos dinâmicos vivenciados por grupos sociais e, de forma mais aprofundada, os comportamentos das pessoas (RICHARDSON *et al.*, 2011).

O método qualitativo se mostra ainda mais útil e poderoso quando o pesquisador o utiliza para descobrir como o entrevistado vê e percebe o mundo. E nesse caso, “além de ser uma opção para o investigador, a escolha do método qualitativo justifica-se, sobretudo, por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social”, já que possibilita compreender situações e significados de forma mais apurada (RICHARDSON *et al.*, 2011, p. 79).

Neste contexto, a partir da necessidade de se trabalhar com dados de forma qualitativa, na sequência se apresenta uma discussão acerca do método selecionado para este estudo: a netnografia.

#### **3.1 Método: Netnografia**

No caso específico deste estudo que lida com dinâmicas relacionais na internet, vários métodos e técnicas têm sido desenvolvidos ou adaptados aos novos

contextos relacionais da sociedade, visto que o crescimento do hábito das pessoas de usarem a internet fez com que esta se tornasse um importante espaço de pesquisa (BOWLER JR, 2010), especialmente no campo da educação.

A partir do momento em que a internet permitiu às pessoas se relacionarem em um ambiente virtual, questionamentos como: quem, como, onde, porquê e o que, passaram a exigir novas formas de estudo para compreender contextos e responder às dúvidas que esta nova dinâmica social impôs. Neste contexto, a **netnografia** surgiu para tornar possível o estudo de diferentes contextos sociais virtuais, tanto para analisar a formação de grupos de consumo e do surgimento de vínculos emocionais, quanto para compreender a formação de comunidades, costumes e socialização (GEBERA, 2008).

A netnografia se apresenta como uma aplicação da etnografia para compreensão de experiência na internet, em especial por meio do estudo dos hábitos dos usuários (GEBERA, 2008). De acordo com Kozinets (1998; 2002), a netnografia é uma adaptação da tradicional etnografia para o ambiente da internet, sendo que neste caso o local de trabalho é virtual.

Como grande parte dos pesquisadores da área concordam que a netnografia é uma aplicação adaptada da etnografia para estudos na internet, antes de esclarecer este método faz-se necessário recorrer a uma breve conceituação sobre a etnografia. O **método etnográfico** faz referência à “análise descritiva das sociedades humanas” com o objetivo de “conhecer melhor o estilo de vida ou a cultura específica de determinados grupos”. Contudo, o pesquisador precisa adentrar na pesquisa como participante e sem preconceitos para buscar “entender o sistema de significados dos indivíduos ou grupos” (MARCONI e LAKATOS, 2007, p. 273). A pesquisa etnográfica se originou na Antropologia, “sendo utilizada tradicionalmente para a descrição dos elementos de uma cultura específica, tais como comportamentos, crenças e valores, baseada em informações coletadas mediante trabalho de campo” (GIL, 2010, p. 40).

Na **etnografia** os pesquisadores vão a campo para aprender sobre uma cultura de dentro dela, observando o que as pessoas dizem e fazem, bem como o conhecimento, comportamento e artefatos que compartilham entre si. A partir daí é possível compreender as dinâmicas rotinas que constituem as estruturas sociais e organizacionais (SCHWARTZMAN, 1993). De forma sucinta, pode-se definir a etnografia como um tipo de método útil para a compreensão do “homem e seu contexto sociocultural” (OLIVEIRA, 2010, p. 73).

A etnografia não se apresenta como método subjetivo e nem objetivo, mas sim interpretativo, sendo realizado por pesquisadores que procuram mediar dois mundos distintos e suas culturas (AGAR, 1986). Contudo, “as pesquisas etnográficas contemporâneas não se voltam para o estudo da cultura como um todo”, mas para os estudos de unidades menores, não se valendo apenas “das técnicas de entrevista e de observação, mas também da análise de documentos, de fotografias e filmagem” (GIL, 2010, p. 40-41). Portanto, pode-se inferir que com o passar do tempo a etnografia passou a ser empregada em estudos com maior

complexidade de elementos informativos, buscando adentrar em questões mais profundas dos grupos.

Para Angrosino (2009), a pesquisa etnográfica pode ser realizada a partir de um **misto de observação, entrevistas e análise de arquivos**, contudo, deve-se saber equilibrar tais técnicas. Os etnometodólogos buscam “explicar como o sentido de realidade de um grupo é construído, mantido e transformado” (ANGROSINO, 2009, p. 25). Portanto, o método etnográfico se baseia em pesquisas de campo realizadas por pesquisadores que observam e participam dos contextos. É multifatorial, já que exige duas ou mais técnicas para acessar os dados, requerendo compromisso de trabalho de longo prazo (ANGROSINO, 2009).

A etnometodologia se baseia na **reflexividade da interação humana**, “que significa que as pessoas interpretam ações significativas (tais como palavras, gestos, linguagem corporal, uso de espaço e tempo) de forma a manter uma visão compartilhada de realidade” e na indexação da informação, “que significa que ela tem significado dentro de um contexto específico, sendo importante então conhecer as biografias dos atores em interação” (ANGROSINO, 2009, p. 25)

A partir da breve discussão apresentada sobre a etnografia, é possível retornar para as conceituações da netnografia, em especial para realizar as comparações entre estes métodos e criar a base metodológica na qual este estudo se desenvolve.

A **netnografia** é uma metodologia de pesquisa de culturas presentes na internet que se desenvolveu inicialmente para compreensão de mercados consumidores por meio da adaptação de metodologias qualitativas (KOZINETS, 1998). Ela se baseia na perspectiva de **processos interpretativos** para analisar práticas e demais elementos da cibercultura, tais como a **comunicação**. Baseia-se ainda na **investigação e compreensão das relações sociais e interações virtuais** como resposta à intermediação tecnológica (GEBERA, 2008).

Outras nomenclaturas são dadas para a etnografia aplicada a estudos na internet, mas a natureza continua a mesma. Entre os principais nomes, destacam-se a **etnografia virtual** (AMARAL, NATAL E VIANA, 2008), **etnografia digital** (NOVELI, 2010), **etnografia na internet** (KOZINETS, 2002), **ciber-etnografia** (WARD, 1999), **pesquisa baseada na web ou web-based research** (MKONO, 2011). Neste estudo será adotada a forma mais popularizada nos estudos, **netnografia**, defendida por Kozinets (2002), um dos precursores e propagadores desta metodologia.

A netnografia se desenvolveu a partir da década de 1990 (SANDLIN, 2007). O termo “netnografia” tem sua origem a partir de um desafio metodológico, conforme apontado por Braga (2006):

“O neologismo “netnografia” (nethnography = net + ethnography) foi originalmente cunhado por um grupo de pesquisadores/as norte americanos/as, Bishop, Star, Neumann, Ignacio, Sandusky & Schatz, em 1995, para descrever um desafio metodológico: preservar os detalhes ricos da observação em campo etnográfico

usando o meio eletrônico para “seguir os atores.” ” (BRAGA, 2006, p. 4).

No início do desenvolvimento da netnografia os dados coletados eram, exclusivamente, elementos textuais, coletados em grupos de discussões e *e-mails*. Com seu desenvolvimento, acompanhado pelo desenvolvimento da internet, passou-se também a utilizar elementos visuais e sons (KOZINETS, 1998). Em 1998, Kozinets previa que em um futuro próximo os dados também poderiam ser coletados a partir de gravações de encontros mediados por teleconferências, o que é facilmente factível e observável nos dias de hoje.

Em virtude desta e de outras diferenças, Amaral, Natal e Viana (2008) discordam de autores que afirmam que a netnografia seja apenas uma aplicação do método etnográfico em ambientes de mídia e relacionamento pela internet. Para as autoras, **a netnografia é um método qualitativo**, que se desenvolveu a partir da etnografia e que expandiu o leque epistemológico em estudos de cibercultura e da comunicação a partir de técnicas que possibilitam ao pesquisador efetuar contatos intra-subjetivos com os objetos estudados.

Para Kozinets (2002), a diferença mais clara entre os dois métodos é que o método netnográfico possibilita **o estudo de grupos e culturas on-line**, partindo da observação do discurso textual, mas lidando com uma identidade duvidosa dos pesquisados.

Noveli (2010) defende uma ideia semelhante, acrescentando informações sobre as possibilidades de pesquisas etnográficas considerando os dois contextos:

“os mundos, on-line e off-line, não são necessariamente realidades separadas – mundo real versus mundo virtual – mas podem ser considerados um continuum da mesma realidade. De tal forma, o pesquisador deve desenvolver técnicas que o permita analisar esse continuum. Nesse sentido, é interessante notar que, dentre as comunidades ou os grupos que um pesquisador viria a estudar, pode-se destacar os puramente virtuais, ou seja, que são socialmente criadas no ambiente virtual; as que são construídas tanto on-line quanto off-line; e as que são construídas puramente off-line, ou seja, no ambiente físico” (NOVELI, 2010, p. 109).

Dentro deste contexto, é possível, e muitas vezes desejável, que o pesquisador desenvolva uma etnografia mais rica, integrando o método tradicional da etnografia com a netnografia. Enquanto de um lado a comunicação pela internet proporciona rapidez e acessibilidade, do outro lado se difere da comunicação face a face. Portanto, a análise das duas formas de comunicação pode possibilitar acessar maiores detalhes sobre a identidade dos pesquisados (SADE-BECK, 2004).

A partir destas discussões, surgem dúvidas quanto à aplicabilidade e os usos desta metodologia, motivo pelo qual torna-se importante esclarecê-las, como se verá adiante.

### 3.2 Aplicabilidade e Usos da Netnografia

Ao adentrar no ambiente *on-line*, o pesquisador ocupa um espaço contínuo ao ambiente físico, ou *off-line*. Este ambiente propicia condições ao pesquisador para compreender aspectos da cibercultura, visto que este é um ambiente que propicia



relações entre as pessoas, relações de comunicação e, como consequência, possibilidades de compreender artefatos culturais. Além disso, não é só o conjunto de informações acessáveis que torna a netnografia relevante, mas a possibilidade de encontrar os objetos de estudos sociais no ciberespaço (AMARAL, NATAL e VIANA, 2008).

A netnografia não se apresenta como uma receita ou como protocolos a serem seguidos, mas é um artefato para a pesquisa que não pode se separar “do contexto onde se desenvolve, sendo considerada adaptativa” e, por isso, apresenta flexibilidade quanto à forma de ser empregada nos estudos e quando à necessidade de constante revisão para acompanhar a dinâmica da sociabilidade nas redes (AMARAL, NATAL e VIANA, 2008, p. 37).

A netnografia é uma metodologia útil para três tipos de pesquisas, sendo elas: a) estudos de ciberculturas ‘puras’, sendo culturas e grupos especificamente criados e desenvolvidos no ambiente virtual sem uma existência no ‘mundo real’; b) estudos de ciberculturas ‘derivadas’, sendo as culturas e grupos que existem no ‘mundo real’ e se manifestam através da internet, e; c) como ferramenta exploratória para estudar temas variados (KOZINETS, 1998).

Ao pesquisar por meio da netnografia, o pesquisador normalmente encontra ao seu alcance uma coleta de dados pronta, bastando organizar os dados para as informações necessárias das transcrições dos discursos. Os sujeitos das pesquisas se apresentam de forma muito diversa, e muitas vezes em anonimato (NOVELI, 2010).

Garcia *et al.* (2009) sugerem que os pesquisadores utilizem a observação participante como apoio à netnografia, mas que realizem as adaptações necessárias para o contexto *on-line*, tais como: a) já que não é possível observar diretamente as pessoas pesquisadas, a natureza da observação muda; b) as notas de campo e os relatos dos resultados também mudam, já que a capacidade tecnológica para registrar eventos e interações é diferente; c) competências diferentes são requisitadas dos pesquisadores para analisar e compreender os dados *on-line*, já que os materiais textuais e visuais são diferentes de pessoas agindo e falando; d) as netnografias tendem a privilegiar os textos em detrimento dos fenômenos visuais, e; e) os usos de som e de movimentos são pouco analisados nos trabalhos atuais.

Ao utilizar a netnografia, o pesquisador precisa ter a consciência de que suas análises são apenas **recortes de um todo social e não sua forma completa**, que apresenta outros âmbitos além dos analisados. Entre estes âmbitos pode-se destacar a comunicação gestual e demais apropriações que são mais bem realizadas no ambiente físico, sendo este fator um dos principais diferenciadores entre a etnografia *off-line* e a *on-line* (AMARAL, NATAL e VIANA, 2008).

Entre as principais **vantagens da netnografia** pode-se destacar **a redução da subjetividade, o menor tempo para realização da inserção do pesquisador e também menor custo**. Estas vantagens guardam uma estreita relação com a operacionalidade da pesquisa, já que o pesquisador tem acesso aos discursos

praticamente transcritos, encurtando etapas, tais como a gravação e a transcrição. Contudo, em virtude da grande quantidade de informações, o pesquisador precisa filtrar o que é importante e o que é descartável. Outra vantagem, se comparada com outros métodos como os grupos focais e entrevistas pessoais, é que esta pesquisa é menos invasiva, visto que o pesquisador pode olhar para seu objeto de pesquisa como se estivesse o fazendo através de uma janela e de forma mais natural, visto que o ambiente não é criado pelo pesquisador como em outros métodos (KOZINETS, 2002).

Os pesquisadores podem ampliar suas pesquisas netnográficas a partir da maior utilização de outras modalidades de informações, tais como **elementos visuais e sonoros**. Nesse caso, abre-se espaço para a análise de figuras, charges, fotos e vídeos como forma de complementar os elementos textuais (GARCIA *et al.*, 2009). Outra vantagem da netnografia é a possibilidade de utilização de **pesquisas on-line**, que podem ser mais úteis que as entrevistas *off-line* de acordo com o tema que abarcarem. Além disso, a amostra de pesquisados pode ser do tipo “bola de neve”, já que o contexto deste tipo de pesquisa facilita acessar outros entrevistados por meio das ligações sociais das redes que os conectam (GARCIA *et al.*, 2009).

Como **desvantagens do método** pode-se citar **o excesso de informações, a falta de condições de observações das linguagens corporais dos pesquisados, foco quase exclusivo em dados textuais, desconfiança quanto às fontes ou dados** (NOVELI, 2010). Já Sade-Beck (2004) considera a grande quantidade de informações como uma vantagem para o pesquisador.

As limitações do método são relacionadas à dificuldade de generalizações da pesquisa para grupos fora da amostra pesquisada e também às habilidades de interpretação do pesquisador, que deverá desenvolver tal capacidade de obter os dados necessários e analisá-los nos contextos dos pesquisados (KOZINETS, 2002). Ao se considerar que nem todos os grupos sociais se encontram na internet (e nem nos mesmos “locais virtuais”, tais como redes sociais, *sites* de vídeos, *blogs*, *chats*, etc.) não se deve generalizar os resultados deste tipo de pesquisa (NOVELI, 2010). Quanto ao anonimato na pesquisa, embora seja possível manter sigilo sobre os entrevistados, a tecnologia torna difícil garantir o anonimato das pessoas estudadas no ambiente *on-line*, sendo necessário que o pesquisador tenha maior cuidado no trato dos dados (GARCIA *et al.*, 2009).

A partir do reconhecimento da importância da netnografia e da aplicabilidade desta metodologia, torna-se necessário esclarecer como ela pode ser empregada. Na sequência são apresentadas algumas particularidades quanto à operacionalização desta metodologia.

### 3.3 Operacionalização

Em relação ao posicionamento do pesquisador sobre como lidar com esta metodologia, são definidos aspectos importantes para os estudos tais como o tempo de pesquisa e o tipo de espaço de conteúdo a ser analisado - plataformas e comunidades virtuais, *blogs* e outros. Estes e outros quesitos são parte da *entré*

cultural, que é a programação realizada pelo pesquisador antes de seguir ao campo, na qual decide sobre questões e tópicos que pretende analisar e os “locais virtuais” nos quais podem encontrar respostas para seus questionamentos (AMARAL, NATAL e VIANA, 2008).

Outro momento importante na aplicação da netnografia ocorre na escolha que o pesquisador realiza quanto ao **ponto de observação do objeto**, visto que seu posicionamento interfere na forma como os dados serão coletados, organizados e analisados, visto que os pesquisados também assumem posicionamentos que influem na pesquisa (AMARAL, NATAL e VIANA, 2008).

É importante que o pesquisador escolha grupos dos quais não tenha dúvida que são uma cibercultura. Além disso, é importante que se selecionem indivíduos próximos entre si, que apresentem uma comunicação identificável e não anônima a partir de um grupo com linguagens, símbolos e normas específicas (KOZINETS, 1998).

Noveli (2010, p. 127) discute as novas possibilidades da netnografia e faz uma crítica a estudos com foco exclusivo em recursos textuais, defendendo que à época do surgimento desta metodologia “a internet era fortemente baseada em conteúdo textual. Hodiernamente a realidade é outra, com a internet 2.0 e suas redes sociais, como *Orkut* e *Facebook*, novas possibilidades de utilização da internet surgiram”.

Há também uma discussão em andamento acerca da **ética em estudos netnográficos que perpassa a discussão sobre a utilização de dados expostos na internet**. Estes dados podem ser considerados como de domínio público por normalmente serem de fácil e livre acesso, ou de domínio privado, visto que as informações são pessoais. Se o pesquisador decide fazer uma pesquisa às escondidas (*covert research*) deve analisar as implicações éticas desta atitude (NOVELI, 2010). Se a informação é acessível, ela é de domínio público. Mas, se o pesquisador desejar agir de forma ética, pode informar aos pesquisados e pedir permissão para utilização dos dados, o que em casos de negação pode inviabilizar a pesquisa (GARCIA *et al.*, 2009; NOVELI, 2010). Já Kozinets (1998) defende que a ética da pesquisa deve ser mantida e que o pesquisador não deve se apropriar das postagens públicas sem permissão, devendo buscar o consentimento dos membros dos grupos analisados, mantendo-se também o anonimato e confidencialidade quando necessários.

A coleta de dados *on-line* pode se basear em três atividades: observação, entrevistas e análise de conteúdo de materiais complementares (SADE-BECK, 2004). Na aplicação das técnicas, os pesquisadores podem escolher membros para verificações (*member checks*), que além de propiciar informações podem facilitar suas entradas nos grupos (SANDLIN, 2007).

O pesquisador tem a possibilidade de utilizar *softwares* que “gravem” sua visita aos destinos virtuais para depois reproduzi-lo à vontade conforme necessitar. Além disso, outras possibilidades de capturas de conteúdo reduzem a necessidade

de elaboração de notas de campo, mas não as inutilizam. As notas de campo podem ser úteis para gravar reações e experiências subjetivas que podem colaborar com a análise dos fenômenos observados (GARCIA *et al.*, 2009).

Como a netnografia é um método novo, está em processo de expansão e desenvolvimento de seu arcabouço teórico e metodológico (GEBERA, 2008). A noção de amostragem ainda é um complicador para os estudos netnográficos, vistas as dificuldades em se elencar todos os membros de um grupo e a possibilidade de se perder contatos quando eles se “desligam” e se retiram dos grupos em análise. Além disso, existe o problema da desconfiança, visto que o tempo e a forma das relações entre pesquisador e pesquisado não permitem uma relação mais amigável e confiável para o pesquisado (WARD, 1999).

Uma forma de validar os resultados da análise na netnografia se dá por meio da apresentação do relatório de pesquisa aos participantes para verificar se há coerência com a realidade na qual eles vivem (NOVELI, 2010). Ward (1999) também informa que o pesquisador pode retornar aos participantes das pesquisas para permitir que eles esclareçam suas ideias e fenômenos, o que torna a pesquisa mais reflexiva, mas de certo modo sempre inacabada.

A partir das discussões acima é possível se encerrar de forma global a apresentação das possibilidades metodológicas. Na sequência apresentam-se as considerações finais que fecham a discussão aqui proposta.

#### **4. Considerações Finais**

Conforme proposto no início deste estudo, foi possível apresentar uma discussão acerca da netnografia, defendendo que esta metodologia pode servir aos interesses de estudiosos no campo da EAD que busquem conhecer e compreender os elementos e dinâmicas culturais presentes no contexto da educação inserida no ciberespaço. Desta forma, foi possível perceber que a metodologia apresentada pode ser uma grande aliada para estudos que objetivem conhecer a cibercultura presente nos contextos de EAD e expandir os estudos da área, permitindo melhor compreensão dos aspectos culturais vivenciados nos espaços virtuais nos quais se realizam atividades educacionais.

Como contribuição teórica foi apresentada uma metodologia recente, e ainda em formação, a qual tem sido muito utilizada em campos de pesquisas variados, tais como no marketing (empresarial, político, etc.), na área de gestão de pessoas, na ciência política, entre outros. Desta forma, ao propor a utilização desta metodologia para estudos no campo da EAD, este estudo colabora para o crescimento de pesquisa sobre culturas de internet no campo em questão, como forma de fortalecer e diversificar as pesquisas da área. Não se defende aqui a originalidade ou inovação em se propor tal método nesta área, mas apenas se organizam questionamentos e esclarecimentos que podem conceder maior compreensão sobre a metodologia e apontar em que sentidos a mesma pode ser útil neste campo de estudos. Além disso, colabora com o próprio desenvolvimento da netnografia à medida que avancem os estudos na área de educação a distância.

Já a contribuição empírica está nas próprias atividades de pesquisa desenvolvidas no campo da EAD. Mais do que servir para esclarecer sobre metodológicas possíveis de serem aplicáveis ao contexto em discussão, este estudo permite motivar novas pesquisas no campo da EAD para que estas aumentem os enfoques de investigação, indo além das discussões sobre metodologias dos processos de ensino-aprendizagem, de elaboração de materiais didáticos, de treinamento de tutores, de planejamento de Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA), etc. Desta forma, novos enfoques podem ser dados com vistas à compreensão da lógica relacional e comunicacional dos atores da EAD como forma de conhecer os comportamentos, simbologias, valores e demais elementos culturais presentes na cibercultura educacional. De posse destas informações, é possível sugerir que os próprios processos educacionais no ciberespaço sejam alterados diante do maior conhecimento sobre os atores deste contexto e das relações que aí se estabelecem.

Este estudo apresenta como limitação o fato de não ter se servido de análises de casos em EAD para aplicar a metodologia apresentada e ampliar a discussão sobre as possibilidades desta. Contudo, este é um estudo inicial para sugerir a utilização da metodologia e por isso teve um enfoque maior na discussão de conceitos e das possibilidades metodológicas, inclusive sobre ferramentas possíveis para a coleta e análise de dados, como forma de subsidiar futuras discussões.

Sugere-se que futuras pesquisas no campo da EAD busquem esclarecer o fenômeno da cibercultura em relação à educação e aos processos que moldam as formas como a modalidade de EAD tem sido desenvolvida, seja ela em cursos realizados totalmente no ambiente virtual, como também em casos nos quais a EAD tem sido empregada de forma complementar ao ensino presencial. Em ambos os casos acredita-se que há muito a se conhecer a respeito da cibercultura que envolve as relações desenvolvidas entre os mais distintos atores no contexto da educação a distância.

## 5. Referências

- AGAR, M. H. *Speaking of ethnography*. Newbury Park: Sage Publications, 1986. 78p.
- ALMEIDA, M. E. B. Educação a distância na internet: abordagens e contribuições dos ambientes digitais de aprendizagem. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v.29, n.2, p. 327-340, jul./dez. 2003.
- AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. *Revista Sessões do Imaginário*, Porto Alegre, ed. 20, p.34-40, dez. 2008.
- ANGROSINO, M. *Etnografia e observação participante*. Trad. José Fonseca. Porto Alegre: Artmed, 2009. 138p.
- BOWLER JR, G. M. Netnography: a method specifically designed to study cultures and communities online. *The Qualitative Report*, v.15, n.5, p. 1270-1275, sep.

2010.

- BRAGA, A. Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica. *UNIrevista*, v.1, n.3, p.1-11, jul. 2006.
- CARDOSO, M. Y. N. P.; SILVA, A. C. C. Metodologia para construção de materiais didáticos na EAD: do plano de ensino ao roteiro de tutoria. XIV Congresso Internacional ABED de Educação a Distância – CIAED. *Anais...* Santos, 2008.
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CORRÊA, C. H. W. Comunidades Virtuais gerando identidades na sociedade em rede. *Ciberlegenda*. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense. Niterói, n.13, 2004. Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/226/122>> Acesso em: 23 jan. 2012.
- DOTTA, S.; JORGE, E. Simulação e incidência como estratégias didáticas na formação de tutores para o uso de webconferência em EaD. XXII Simpósio Brasileiro de Informática na Educação (SBIE) e XVII Workshop de Informática na Escola (WIE). *Anais...* Aracajú, 2011.
- GADOTTI, M. *O ciberespaço da formação continuada: educação a distância com base na Internet*. São Paulo: Instituto Paulo Freire, 1999.
- GARCIA, A. C. *et al.* Ethnographic Approaches to the Internet and Computer-Mediated Communication. *Journal of Contemporary Ethnography*, v.38, n.1, p.52-84, 2009.
- GEBERA, O. W. T. La netnografía: un método de investigación en Internet. *Revista Iberoamericana de Educación*, n. 47/2, p.1-10, out. 2008.
- GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184p.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Touro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- KOZINETS, R. V. The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, v.39, n.1, p. 61-72, fev. 2002.
- KOZINETS, R. V. On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. *Advances in Consumer Research*, v.25, p.366-371, 1998.
- LEMOS, A. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. 2.ed. Porto Alegre: Sulina, 2004. 295p.
- LEMOS, A.; LÉVY, P. *O Futuro da Internet: em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Editora Paulus, 2010. 258p.
- LÉVY, P. *Cibercultura*. Trad. Carlos Irineu da Costa. 2.ed. São Paulo: Editora 34, 2000. 260p.

- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Metodologia científica*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 312p.
- MKONO, M. The othering of food in touristic eatertainment: a netnography. *Tourist Studies*, v.11, n.3, p.253-270, 2011.
- NEGROPONTE, N. *Vida digital*. Trad. Sérgio Tellaroli. 2.ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- NOVELI, M. Do off-line para o online: a netnografia como um método de pesquisa ou o que pode acontecer quando tentamos levar a etnografia para a Internet? *Organizações em Contexto*, v.6, n.12, p. 107-133, 2010.
- OLIVEIRA, M. M. *Como fazer pesquisa qualitativa*. 3. ed. revista e ampliada. Petrópolis: Vozes, 2010. 232p.
- OLIVEIRA, S. R.; CAZARINI, E. W. Metodologia para planejamento em EAD utilizando estilos de aprendizagem, inteligências múltiplas e competências requeridas: uma contribuição ao aperfeiçoamento de empreendedores. *Revista de Negócios*, Blumenau, v.15, n.4, p.66-77, out./dez., 2010.
- OLIVEIRA, B. A.; OLIVEIRA, Y. C. F. R. Metodologias utilizadas na educação a distância no Brasil. Congresso Nacional Universidade, EAD e Software Livre – UEADSL. *Anais...* Belo Horizonte, 2010.
- RHEINGOLD, H. *Comunidade virtual*. Trad. Helder Aranha. Lisboa: Gradiva, 1996.
- RICHARDSON, R. J. *et al. Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. revista e ampliada. São Paulo: Atlas, 2011. 334p.
- SADE-BECK, L. *Internet ethnography: online and offline*. *International Journal of Qualitative Methods*, v.3, n.2, p. 1-14, jun. 2004.
- SANDLIN, J. A. Netnography as a consumer education research tool. *International Journal of Consumer Studies*, v.31, n.3, p. 288-294, 2007.
- SANTOS, E. Educação online para além da EAD: um fenômeno da cibercultura. X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia. *Anais...* Braga: Universidade do Minho, 2009.
- SCHWARTZMAN, H. B. *Ethnography in organizations*. Newbury Park: Sage Publications, 1993. 83p.
- SGARBI, N.M. F. Q.; FERNANDES, M. A. M.; JOSGRILBERG, R. S.; LIMA, T. B. Ensino-aprendizagem e avaliação na educação a distância (EAD): abordagem colaborativa. *Cadernos do Congresso Nacional de Linguística e Filosofia (CNLF)*, Rio de Janeiro, v.XVI, n. 04, t.2, 2012.
- WARD, K. J. The Cyber-Ethnographic (Re)Construction of Two Feminist Online Communities. *Sociological Research Online*, v.4, n.1, 1999. Disponível em: <<http://www.socresonline.org.uk/4/1/ward.html>> Acesso em: 12 fev. 2013.