

Um olhar informacional para os mundos culturais da internet

Héctor René Mena Méndez

Mestrando em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo - ECA/USP, Brasil

E-mail: hmena@usp.br

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014. ISBN 978-85-65848-97-8.

Considere o exemplo de Samanta. Animada pela sua próxima viagem à Agra, Índia, a intrépida jovem mochileira está procurando informações “confiáveis” no Google; clicando no link da Wikipédia, e depois visitando o website oficial de Agra, ela começa a descobrir e visitar websites que apresentam informações de “terceiros”, informações de outras “pessoas reais”, exceto que essas pessoas de fato já estiveram onde ela deseja ir. Nesse contexto, Samanta começa a interagir em um fórum. Uma de suas respostas é considerada culturalmente insensível e ofensiva por um dos membros que regularmente publica no grupo – e que casualmente é indiano -; aquela pessoa insulta a Samanta publicamente, mas outro membro, um líder no grupo, defende-a gentilmente e sugere que ela se desculpe; a jovem, apesar de seu profundo constrangimento, pede desculpas. Ela pensa em jamais voltar...

A experiência de Samanta, que deixaremos aqui como inconclusa, parece exemplar para refletir sobre os desafios que a internet tem representado nos diferentes campos do conhecimento, com especial ênfase na Ciência da Informação, considerando as estruturações da ordem tradicional na lógica de produzir, disseminar e usar a informação e o conhecimento. Como vimos no exemplo, informações baseadas em fatos são aprendidas em paralelo com o conhecimento da linguagem especializada da comunidade online e com conceitos sensíveis, normas, valores, rituais, práticas, preferências e identidades de especialistas e outros membros do grupo. O que se iniciou basicamente como uma busca de informações se transforma em uma fonte de comunhão e compreensão; pelo menos assim o considera o professor canadense, Robert Kozinets, em seu livro **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**, recentemente traduzido para o português e lançado no Brasil em 2014.

Como pesquisador na área de marketing na *York University*, em Toronto, Canadá, Kozinets tem desenvolvido, há mais de dez anos, um número significativo de pesquisas com base na abordagem metodológica netnográfica, considerada uma forma especializada de etnografia, que traspõe a discussão das experiências sociais face a face para as experiências da mediação, sociabilidade e apropriação social das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), dentro de uma comunidade ou cultura digital em particular. Apesar de que o professor acentua o fato da netnografia tem surgido em estudos sobre marketing e consumo, reconhece, também, que o termo tem alcançado certa maturidade pelo uso e incorporação em diferentes campos das ciências sociais.

Não resta dúvida, insistirá Kozinets, que os novos estudos sobre o uso da internet e outras tecnologias de informação e comunicação estão contribuindo significativamente para a literatura de estudos culturais, sociologia, economia, direito, ciência da informação¹, áreas de negócios e administração, estudos da comunicação, geografia humana, enfermagem e assistência médica e antropologia. Essas disciplinas formaram seus entendimentos específicos do trabalho relacionado de estudiosos atuantes em outros campos teóricos.

De fato, de acordo com o autor, os cientistas sociais chegam cada vez mais à conclusão de que não podem mais compreender adequadamente muitas das facetas da vida social e cultural sem incorporar a internet e as comunicações mediadas por computador em seus estudos. Para fundamentar essa teoria, no caso da Ciência da Informação, por exemplo, se parte do pressuposto de que os usuários – entendidos na área como indivíduos que se valem e que usam a informação para o desenvolvimento de suas atividades pessoais, como para a solução de problemas específicos – se posicionam de forma ativa e dinâmica nos ambientes digitais da internet, reconfigurando a lógica tradicional do emissor/mensagem/receptor na estrutura do sistema comunicacional.

Contudo, Kozinets questiona as diversas conotações que termo vem adotando segundo as necessidades de cada área. Assim, as ciências econômicas e empresariais se inclinam pela concepção de netnografia; já na linha mais antropológica e das ciências sociais, pode-se encontrar o uso de “etnografia virtual”. O professor canadense considera estéril a discussão do neologismo, mas concorda na necessidade de se adotar uma nomenclatura que venha a

¹ No caso específico da Ciência da Informação no Brasil, destacam-se algumas pesquisas como o estudo dos hábitos e comportamentos dos usuários que visitam a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (PINTO et al., 2007) ou o estudo acerca das mediações da informação através da comunidade virtual Anobii (CRIPPA; CARVALHO, 2012).

especificar as diferenças existentes entre uma etnografia online e aquela *offline*. Sob essa necessidade por desdobrar outros procedimentos específicos para o estudo das culturas e comunidades digitais, o autor assinala os seguintes pontos:

Primeiro, **o ingresso na cultura ou comunidade online é diferente**. Ele diverge do termo face a face em termo de acessibilidade, abordagem e extensão da potencial inclusão. “Participação” pode significar algo diferente pessoalmente do que online. Assim como o termo “observação”. Segundo, **a coleta e análise de dados culturais apresentam determinados desafios bem como oportunidades que são novas**. A ideia de “inscrição” de “notas de campo” é radicalmente alterada. As quantidades de dados podem ser diferentes. A capacidade de aplicar determinados instrumentos e técnicas analíticas muda quando os dados já estão em formato digital. O modo como os dados precisam ser tratados pode ser diferente. Finalmente, **existem poucos ou nenhum procedimento ético para o trabalho de campo realizado pessoalmente que se traduzam facilmente para o meio online**. As diretrizes abstratas do consentimento informado estão sujeitas a amplos graus de interpretação (KOZINETS, 2014, p. 13).

Esses procedimentos são aprofundados no primeiro capítulo do livro ao se justificar o porquê da conformação de comunidades e culturas online, além da sua importância nos estudos das ciências sociais no último século. Em 1996, nos lembra o autor, havia aproximadamente 250 mil websites oferecendo conteúdo publicado a um universo aproximado de 45 milhões de usuários, localizados principalmente na América do Norte e na Europa Ocidental. Em 2009, o número de usuários da internet ao redor do mundo ultrapassou 1,5 bilhão, o que corresponde a 22% da população mundial. Não é por acaso, portanto, a implementação de um grupo vasto de netnografias², em torno a uma ampla variedade de temas, durante a última década. Nos próximos dois capítulos se analisa, de maneira concreta, alguns desses estudos, a fim de ter uma visão geral dos processos culturais e os rituais que caracterizam a uma comunidade digital, assim como os métodos utilizados para compreender esses fenômenos.

A essência do livro: apresentar um conjunto rigoroso de diretrizes para a realização de etnografias mediadas pelos ambientes digitais da internet, se concentra nos capítulos 4, 5, 6, 7, e 8, a descrever, cada um deles, uma das etapas que caracteriza a abordagem qualitativa da netnografia. Numa perspectiva de síntese, Kozinets considera cinco etapas para o desenvolvimento do método: a primeira, **entréa cultural**, que consiste na identificação do objeto de pesquisa; a segunda, **a coleta de dados**, limitada à aquisição dos dados na comunidade virtual do estudo; a terceira, **a análise e interpretação**, fundamentada na classificação,

² Estudos netnográficos foram usados para estudar a ética mundial e as percepções de compartilhamento direto de arquivos (COHN; VACCARO, 2006), investigar o ativismo dos consumidores (KOZINETS; HANDELMAN, 1998) e mostrar como a criação e aprendizagem do conhecimento ocorrem mediante um discurso reflexivo de “reexperimentação virtual” entre os integrantes de comunidades eletrônicas inovadoras (HEMETSBERGER; REINHARDT, 2006)

codificação e contextualização dos dados; a quarta, concernente à **ética informacional** no uso dos dados patrocinados pelos indivíduos pesquisados e, por último, a etapa da **validação**, onde se compara a teoria desenvolvida com a comunidade ou cultura pesquisada.

A ética informacional pode ser uma das categorias com maior importância no debate etnografia tradicional versus etnografia online; o tema, por sua vez, se posiciona de maneira significativa para a grade curricular científica e técnica da Ciência da Informação, dada a universalidade, velocidade e intensidade que caracteriza o contexto contemporâneo. Assim, as questões éticas sobre a netnografia giram em torno de aspectos paradoxais e tensionados; o caso de se os fóruns eletrônicos devem ser considerados um local público ou privado; “o que acontece quando uma geração inteira realiza grande parte de sua socialização online e construção de comunidades por meio de websites comerciais como Facebook?” (p. 164) Ou questões ligadas à produção e disseminação de informações de natureza autoral, elencando os debates de acesso e liberdade de informação.

Nos capítulos finais do livro, Kozinets se dedica a discutir algumas das mudanças e os avanços na abordagem metodológica, com objeto de refletir acerca das oportunidades – e ameaças – que representa o estudo dos ambientes e comunidades online para cristalizar, de maneira mais consistente, o trabalho desenvolvido nestas três décadas de pesquisa netnográfica. “A tarefa do netnógrafo é ser tanto explorador quanto cartógrafo desse novo e empolgante terreno cultural, um explorador que estuda de maneira respeitosa e minuciosa as pessoas que surgem rapidamente para habitar e colonizar esses novos mundos virtuais.” (p. 166)

Em resumo, estimular o pensamento para ir além do conhecido, a partir do estudo de experiências e casos concretos, considerando as diferentes opções que os pesquisadores dispõem para analisar os mundos culturais da internet, é o principal desafio que se coloca Robert Kozinets no seu livro pioneiro da netnografia. Sob essa perspectiva, a abordagem netnográfica seria concebida não como um método já estabelecido, mas em processo de construção e produção, sendo, portanto, vislumbrada como uma técnica metodológica que encontra na atividade dos seus pesquisadores a definição do seu conteúdo e contexto social.

Referências

COHN, D.; VACCARO, V. L. A study of neutralisation theory's application to global consumer ethics: p2p file-trading of musical intellectual property on the internet, **International Journal of Internet Marketing and Advertising**, v. 3, n. 1, p. 68-88, 2006.

CRIPPA, G.; CARVALHO, L. A. A mediação da informação através da comunidade virtual Anobbi: um estudo de caso. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 17, n. 35, p. 97-120, set./dez., 2012.

HEMETSBERGER, A.; REINHARDT, C. Learning and knowledge-building in open-source Communities: a social-experiential approach. **Management Learning**, v. 37, n. 2, p. 187-214, 2006.

KOZINETS, R.; HANDELMAN, J. M. Ensouling consumption: a netnographic exploration of the meaning of boycotting behavior. In: ALBA, J.; HUTCHINSON, W. (Ed.). **Advances in Consumer Research**, v. 25, p. 475-88, 1998.

PINTO, V. B. et al. "Netnografia": uma abordagem para estudos de usuários no ciberespaço. **Actas do Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas**, Ponta Delgada, n. 9. 2007.

Resenha enviada em: set. 2015.