

NETNOGRAFIA: CONSIDERAÇÕES INICIAIS PARA PESQUISAS EM EDUCAÇÃO¹

*Eliete Jussara Nogueira**

*Luiz Fernando Gomes**

*Maria Lúcia de Amorim Soares**

Recebido em: 15 set. 2011 Aprovado em: 16 nov. 2011

* Dr. Docentes dos Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade de Sorocaba. E-mail: eliete.nogueira@prof.uniso.br; luiz.gomes@prof.uniso.br; maria.soares@prof.uniso.br.

Resumo: Este trabalho discute a netnografia, um neologismo que designa uma abordagem metodológica para pesquisa etnográfica em ambientes virtuais, e sua aplicação no contexto educacional. O texto apresenta algumas das principais características da netnografia, aponta diferenças entre esta e a pesquisa etnográfica tradicional e discute questões cruciais dessa abordagem, tais como as noções de espaço, de comunidade virtual e princípios éticos que a norteiam. Ao final, apresenta uma reflexão sobre a importância de novas propostas metodológicas para pesquisas no cotidiano escolar que dêem conta das formas atuais de comunicação, de educação e de toda complexidade e dinamismo das relações sociais na escola e fora dela, tanto na ausência quanto na presença da tecnologia.

Palavras-chave: Netnografia. Cotidiano escolar. Ambientes virtuais. Metodologia de pesquisa.

¹ Este artigo é parte de um minicurso ministrado por um dos autores, Luiz Fernando Gomes, na UECE- Universidade Estadual do Ceará em 2010.

NETNOGRAPHY: INITIAL CONSIDERATIONS FOR RESEARCH IN EDUCATION FIELD

Abstract: This paper discusses the netnography, a neologism that refers to a methodological approach to ethnographic research on virtual environments, and its application in educational settings. The paper presents some key features of netnography, indicates differences between this and traditional ethnographic research and discusses crucial issues of this approach, such as the notions of space, virtual community and ethical principles. In the end, it presents a reflection on the importance of new methodological approaches for research in school life that can handle the current forms of communication, education and all the complexity and dynamism of social relations in school and beyond, both in the absence or presence of technology.

Key words: Netnography. School settings. Virtual environments. Research methodology.

INTRODUÇÃO

No campo educacional, seja o da educação escolar ou da educação formal, a interdisciplinaridade, aqui entendida como saberes comuns a uma ou mais matrizes do conhecimento, vem se tornando mais que uma opção, uma necessidade. Conhecer o “outro” e o “fato social total” são tarefas que exigem busca de aportes em outros campos disciplinares (ROCHA; TOSTA, 2009). Na educação, os estudos da linguagem são fundamentais para entender a cultura do “outro.” Ou, como esclarecem Rocha e Tosta (p. 119): não é mais possível pensar a educação com visão monodisciplinar e descolada da realidade social, “na medida em que ela demanda uma visão multifacetada e mais polissêmica do que sejam processos educacionais, a escola, o conhecimento, as práticas pedagógicas, os currículos, a formação e a profissão, o professor, o aluno, entre outros.”

Além do mais, não podemos deixar de lembrar que a escola não mantém a exclusividade da educação, da formação profissional e da socialização. A mídia, o trabalho, as comunidades, as redes sociais (informáticas ou não) e as entidades civis organizadas, entre outras, no mundo contemporâneo também educam, ou pelo menos desempenham parcialmente essa função.

Aliás, a partir do entendimento de que a internet, como objeto de estudo, pode ser pensada tanto como cultura quanto como artefato cultural, conforme propõe Hine (2000), novas possibilidades de entendimento das relações escola e sociedade surgiram. Como cultura, a internet seria um espaço distinto do off-line onde se estuda o contexto cultural dos fenômenos que ocorrem nas comunidades, ou mundos virtuais, para saber o que as pessoas fazem quando estão online, considerando que os grupos sociais atuais são definidos através de seus relacionamentos e de suas conexões. Assim, surgiram novos interesses de pesquisas, tais como o estudo das comunidades virtuais, o ciberativismo, a potencialização da ação indivíduo/coletividade em termos de ação política via internet, a inclusão digital e a inclusão social. Já a visão da internet como artefato cultural, ou seja, como um elemento da cultura e não como uma entidade à parte, abre-nos um amplo campo de estudos sobre a inserção da tecnologia na vida cotidiana e seus impactos no cotidiano escolar.

Pesquisar a internet como cultura ou como artefato cultural implica migrar para outro espaço e outra cultura, a cibercultura que, nas palavras de Rocha e Montardo (2005), é a matriz de sentidos dos nossos tempos. Esse conceito nos leva a um outro paradigma de pesquisa, menos positivista, no qual os espaços são fluídos e desterritorializados e as oposições modernas entre online/ virtual e off-line/real são questionadas. Entender, portanto, a

web, o ciberespaço como um não-lugar, isto é, um espaço que não é antropológico (AUGÉ, 1994) nos põe a refletir sobre os conceitos de campo, tempo e espaço da etnografia tradicional.

ETNOGRAFIA E NETNOGRAFIA: ORIGENS E CARACTERÍSTICAS

A etnografia é uma metodologia de pesquisa originária da antropologia, que está intimamente relacionada com o conceito de cultura. Goetz e Lecompte (1988) citados por Montardo e Passerino (2006, p. 4) nos contam que a etnografia originou-se nos fins do século XIX e, apesar de algumas modificações, sua essência permanece, ou seja, o estudo cultural através de uma imersão profunda no grupo sendo estudado. Ela procura fazer uma reconstrução analítica de cenários e grupos culturais, suas crenças práticas, artefatos e conhecimentos compartilhados pela cultura que está sendo estudada. Conforme as autoras:

para o etnógrafo, a observação direta, participante e crítica é a melhor técnica a ser utilizada, de forma a conseguir 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 reconstrução do cenário cultural estudado na visão do pesquisador.

Já a netnografia² é uma abordagem que propõe utilizar, na medida do possível, os mesmos critérios da pesquisa etnográfica, para pesquisas que se desenvolvam, parcial ou integralmente, no ambiente virtual. Veremos, porém, que há muitas distinções entre elas.

² O termo “netnografia” é utilizado por Kozinets, enquanto Hine prefere a expressão : etnografia virtual”.

Com o surgimento das comunidades virtuais no final dos anos 80 e o crescente interesse de pesquisadores pelos fenômenos mercadológicos e comunicacionais no ciberespaço, tornou-se necessário o uso de metodologias adequadas para o estudo da própria internet e sua relação com diversas culturas (AMARAL; NATAL; VIANA, 2009). A área de Marketing foi a pioneira em transpor a etnografia tradicional para o ambiente virtual, em função de seus estudos sobre o comportamento de consumidores na web. São seminais nessa área, os trabalhos de Kozinets (1997, 2002, 2007), na área de Marketing, e de Hine (2000, 2005), no campo da Comunicação. No Brasil, em relação à Comunicação, são pioneiros os trabalhos de Sá (2002), Barros, Rocha e Pereira (2005) e de Rocha e Montardo (2005). Por essa razão, as referências utilizadas neste trabalho são razoavelmente restritas e em sua maioria vindas de pesquisadores da área da Comunicação.

Ainda são poucos os trabalhos teóricos sobre metodologia de pesquisa em ambientes virtuais, especialmente em pesquisas do/no cotidiano escolar, embora haja um grande e crescente número de pesquisas que investigam usos de blogs, sites e ambientes virtuais de aprendizagem em contextos pedagógicos com metodologia “etnográfica”.

De acordo com Amaral, Natal e Viana (2009, p. 8)

a netnografia mantém as premissas básicas da tradição etnográfica levantadas a partir dos trabalhos de Geertz (2001), a saber: manter postura inicial de estranhamento do pesquisador em relação ao objeto; considerar a subjetividade; considerar os dados resultantes como interpretações de segunda e terceira mão; e considerar o relato etnográfico como sendo de textualidades múltiplas.

Geertz (1989 apud HERRERA; PASSERINO, 2008) explica que a netnografia procura interpretar (é, portanto, um método interpretativo) a cultura a partir de fatos observados, procurando motivações e significados,

indo além de uma leitura detalhada, no sentido de uma leitura interpretativa das interações sociais, de uma *descrição densa*, como ele chama. A netnografia busca perceber o ponto de vista do “nativo”, sem, no entanto, deixar de trazer também o olhar do “estrangeiro”. Nesse sentido, a netnografia (como a etnografia) dá importância ao comprometimento e envolvimento do pesquisador com seu objeto de estudo.

A grande diferença, porém, é que netnografia, o artefato tecnológico que, segundo Hine (2000), ocupa um papel limitado e secundário nas pesquisas etnográficas tradicionais, deve ficar em simetria com os “atores humanos” e o artefato tecnológico. Com isso, a tecnologia entra como fator primordial, como parte intrínseca do processo de pesquisa e adquire importância fundamental. É o caso, como nos lembram Herrera e Passerino, (2008), de certas formas estéticas do presencial não manterem a mesma importância no virtual, assim como a visualização dos demais membros da comunidade pode não ser determinante, fazendo com que, muitas vezes, nossas percepções do cotidiano não tenham tanto valor, tais como as roupas, gestos, peculiaridades pessoais. O áudio e o vídeo podem, entretanto, atenuar essas percepções.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS NA NETNOGRAFIA

Na pesquisa netnográfica, assim como em algumas outras abordagens, a natureza dos problemas determina o método.

Kozinets (2007 apud AMARAL; NATAL; VIANA, 2009, p. 9) sugere fazer o que chama de “entrada cultural”. Nela, o pesquisador se prepara, em termos de objetivos da pesquisa, temas e questões que deseja analisar, em que tipos de comunidades, fóruns, grupos, blogs, ambientes

virtuais³ etc., pode obter respostas às suas indagações. Para garantir escolhas adequadas é importante que a pesquisa seja precedida de um período de exploração, no qual o pesquisador deve procurar conhecer melhor a cultura que pretende estudar, lendo, observando, fazendo download e escrevendo sobre o que vê, a fim de ganhar uma “perspectiva cultural de alguém de dentro.”

Uma questão essencial na pesquisa netnográfica é o lugar do olhar. Segundo Amaral, Natal e Viana (2009), e de acordo com Kozinets (2007), o trabalho etnográfico pode variar ao longo de um espectro que vai desde intensamente participativo até ser completamente não-obstrutivo e apenas observacional. Para Hine (2004, p. 13).

o etnógrafo habita uma espécie de mundo intermediário, sendo simultaneamente um estranho e um nativo, tendo que cercar-se suficientemente tanto da cultura que estuda para entender seu funcionamento, como manter a distância necessária para dar conta de seu estudo.

Kozinets (1998) nos lembra que, como pesquisador, envolvia-se com a comunidade a ponto de enviar mensagens ao grupo, sem sentir-se um intruso ou incomodando as pessoas com seus interesses de pesquisa. De fato, ele precisa observar o que acontece na comunidade em estudo, escutar o que é dito, fazer perguntas e coletar o que for possível para ajudá-lo a esclarecer suas questões de pesquisa. (HAMMERSLEY; ATKINSON, 1983, p. 2 apud HINE, 2000, p. 3).

A pesquisa netnográfica pressupõe, como vimos, uma combinação de participação e de observação cultural, devendo o pesquisador atuar de modo a ser reconhecido como um membro da comunidade e da cultura em

³ Blogs e AVAS – Ambientes Virtuais de Aprendizagem, tais como Moodle e Teleduc, são acréscimos nossos à lista de Kozinets que, como sabemos, está mais voltado às questões de marketing.

estudo. (KOZINETS, 1997). Para tanto, o pesquisador ideal, segundo Hall (1978), deve: (1) ser capaz de tolerar as ambiguidades; (2) ser capaz de trabalhar sob sua própria responsabilidade; (3) deve inspirar confiança; (4) deve ser pessoalmente comprometido, autodisciplinado, sensível a si mesmo e aos outros, maduro e consistente e (5) deve ser capaz de guardar informações confidenciais.

Observamos que, nesse sentido, a netnografia não difere da etnografia tradicional, a não ser pelas formas em que a imersão ocorre e pelo engajamento que se dará, o que as tornam, porém, fatores altamente diferenciadores e relevantes. O próprio Kozinets (2002 apud AMARAL; NATAL; VIANA, 2009) fala de uma janela ao olhar do pesquisador, no sentido de ser menos invasiva e causando menor interferência no processo. Uma observação interessante feita por Hine (2000) aponta para as implicações do gênero do pesquisador na comunidade, uma vez que o etnógrafo, ao “entrar no campo” e interagir leva consigo suas crenças, identidade ética, orientação sexual etc.

Há algumas vantagens da netnografia apontadas por Kozinets (2002) e também por Montardo e Passerino (2006, p. 7) que vale a pena ressaltar aqui: (1) ela pode ser conduzida mais rapidamente que a etnografia; (2) é menos dispendiosa, na medida em que a coleta de dados pode ser feita via computador, através de download de material textual sem, necessariamente, requerer o deslocamento do pesquisador; (3) pode ser menos subjetiva, já que possibilita a coleta de vários tipos de materiais. Neste último caso, Kozinets é mais categórico com relação à diminuição da subjetividade, e nós preferimos modalizar, pois a coleta de materiais diversos pode não diminuir a subjetividade. No caso da pesquisa em blogs, como é o objeto do texto de Montardo e Passerino (2006), aqui citado várias vezes, as autoras apontam

como vantagens a facilidade de busca e coleta de dados, a amplitude da coleta e do armazenamento (no tempo e no espaço) que pode ser feito através dos posts dos blogs, por exemplo, e a possibilidade de desdobramento da pesquisa, com rapidez. Podemos considerar como vantagem também o fato de as entrevistas já virem transcritas.

Em se tratando de mensagens escritas em fóruns, emails, listas de discussão e blogs, por exemplo, por se tratar de textos escritos, existe a possibilidade de se construir uma narrativa ou elaborar uma opinião sem que ela seja interrompida quebrando a linha de raciocínio; além disso, o texto pode ser melhor elaborado. (HERRERA; PASSERINO, 2008). Para Mozo (2005) as mensagens em fóruns, e blogs, por exemplo, podendo ser acessadas mesmo com os ambientes já encerrados, criam nova noção de tempo e de presença, pois mesmo o netnógrafo não precisa estar presente “on-line” junto aos participantes de sua pesquisa.

Quanto às desvantagens ou possíveis limitações da pesquisa netnográfica, salientamos a questão da identidade dos participantes e da veracidade das informações. O ideal talvez seja fazer a tradicional triangulação dos dados e, sempre que possível, coletar dados com fotos, vídeo e áudio. A observação acurada, o engajamento prolongado, boas técnicas de entrevista e a própria introspecção do pesquisador contribuem para a validação dos dados.

Outro problema é que alguns signos sociais atribuídos ao contexto são perdidos, facilitando a desinibição, como é o caso do email, que não revela raça, idade, status social, expressões faciais e entonação (MOZO, 2005). Devemos lembrar, entretanto, dos *emoticons*, do uso de maiúsculas para “falar alto”, e de onomatopéias indicando humor, jocosidade, como

hahahaha, kakakakaka, kkkk, etc. além, claro, dos sinais de pontuação, tais como exclamação, interrogação e reticências.

A PESQUISA NETNOGRÁFICA EM COMUNIDADES VIRTUAIS

As pesquisas no/do cotidiano escolar ocorrem, muitas das vezes, em comunidades virtuais de prática e de aprendizagem. A questão de se identificar ou caracterizar uma comunidade foi tratada por Kozinets (1997) que, em pesquisas por ele realizadas, utilizou quatro aspectos que sugere, sejam considerados pelo pesquisador para o reconhecimento de 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. Pode-se concluir que as comunidades existem ou podem ser definidas pelas interações e comunicações entre seus membros. Essa precaução de Kozinets, porém, não resolve questões tais como: quando uma reunião temporária passa a ser uma comunidade, ou um embrião dela? E ainda: como se “cerca” temporalmente uma comunidade?

A questão do espaço, ou dos limites do espaço ocupado pelos membros de uma comunidade virtual parece ainda não ter sido esclarecida suficientemente, pois, se o etnógrafo precisa de lugares definidos para focalizar sua pesquisa, como definir, “cercar” lugares virtuais? Ou ainda: pode um netnógrafo trabalhar com blogs abertos, ou deveria ele bloquear o acesso dos não participantes?

Ward (2006, p. 844) comenta outra peculiaridade da pesquisa etnográfica virtual já que o pesquisador nunca está “na” comunidade

propriamente dita e os membros da comunidade estudada vivem a maior parte de suas vidas fora dela. A autora cita Hine (2000, p. 65) para falar do “deslocamento temporal” que envolve a sensação de estar dentro e de sair da comunidade e comenta que mesmo estando fora, as palavras do pesquisador e dos participantes continuam dentro e podem ser lidas e comentadas. Entretanto, ela argumenta que as vidas dos participantes fora da comunidade virtual alimentam essa comunidade, mas a autora não deixa claro como essa peculiaridade poderia interferir na pesquisa netnográfica. De fato, com a internet móvel essa questão toma outros contornos, pois cada vez mais torna-se possível ficar conectado mais tempo, de modo que os momentos de “desconexão” tornam-se mais raros ou mais curtos.

As noções geográfica e espacial, nas interações cotidianas, são fundamentais, pois, de certa forma, compartilhamos dos mesmos espaços nas interações presenciais; além disso, o espaço contextualiza nossas relações. Entretanto, nos ambientes virtuais o espaço exerce apenas presença simbólica, pois é desprovido de barreiras físicas (HERRERA; PASSERINO, 2008).

Por outro lado, a questão da presença ou ausência virtual é merecedora de atenção, na medida em que podemos estar presentes mesmo off-line, através de nossos *posts*. De qualquer forma, como nos lembra Kozinets (1998), as pessoas têm existência real para os participantes da mesma comunidade, o que traz consequências, em muitos aspectos, no comportamento dos membros da comunidade, pois, em outras palavras, criam uma cultura, ou melhor, uma cibercultura.

A ANÁLISE DE DADOS NA NETNOGRAFIA

Tanto o grau de inserção em uma comunidade virtual quanto o posicionamento do observador-pesquisador trazem claras implicações à obtenção dos dados e a sua análise.

Kozinets (1997) diferencia dois tipos de dados: aqueles que o pesquisador “baixa” ou copia diretamente dos ambientes virtuais em que realiza a pesquisa e os que obtém como observador da comunidade, seus membros, interações, etc. Dessa forma, tomando como base as ideias de Kozinets, pode-se dizer que a netnografia é diferente da etnografia tradicional porque além de ser mediada por computador, muitas vezes, os dados estão disponíveis publicamente, como é o caso de alguns sites e blogs (há os que não permitem acesso de não convidados). Os dados são gerados em forma de texto escrito (muitas vezes, hipertextos multimodais) e as identidades dos participantes das interações nem sempre podem ser discernidas, embora gravações em vídeo, por exemplo, quando possível, ajudem a resolver essa questão. É importante também levantar dados a partir de entrevistas, trocas de e-mails, chats, mensagens instantâneas ou outras ferramentas.

Segundo Kozinets (1997), os discursos textuais devem analisados de acordo com a abordagem sugerida por George Mead (1950), segundo a qual a última unidade de análise não é a pessoa, mas o comportamento ou o ato. Retomando o filósofo da linguagem Wittgenstein, ele lembra que todo texto é uma ação social, sendo, portanto, um importante elemento de observação. Nesse sentido, as teorias da análise (crítica) do discurso, análise da conversação e análise de conteúdo são ferramentas importantes.

A predominância de dados qualitativos não impede, porém, cruzamentos com dados quantitativos como quantidade de links de web sites, por exemplo. Aliás, como ressaltam Amaral, Natal e Viana (2009) as estratégias metodológicas podem variar bastante ao longo da pesquisa, devendo, inclusive, as definições dos objetos (que também são sujeitos/pessoas!) (HAMMERSLEY; ATKINSON, 1983, p. 89 apud HINE, 2000, p. 14) de pesquisa emergirem e não serem pré-determinados, já que a própria inserção do pesquisador no campo auxiliará na delimitação do recorte do objeto.

Mozo (2005) afirma que “o analista social reflete sobre as tramas de significações e explica a partir delas; assim, não encontra, coproduz, juntamente com as pessoas que fazem parte de seu objeto de análise e, portanto, o desenvolvimento da teoria e a observação são simultâneos.” Para a autora, os termos “explicar” e “descrever” não requerem distinção, uma vez que “a explicação emerge assim que a descrição começa a ficar saturada, e quanto mais saturada, melhor será a explicação.” (p. 5) É muito importante, lembra Kozinets (2002), que seja feita uma avaliação com os próprios membros da comunidade estudada, para a legitimar e acrescentar credibilidade à pesquisa. Essa é a ocasião em que se pode retomar, corrigir ou esclarecer possíveis distorções nas interpretações.

Mozo (2005, p. 8) procura evitar, em sua análise, as mensagens postadas num fórum, como unidades de análise; ela analisa os episódios (conjunto de mensagens que se autorreferenciam, como unidades mínimas de significado), pois estes “permitem entender como as tramas de significado são construídas”. Porém, alerta a pesquisadora, as tramas de significado não são entendidas como alheias e independentes; elas se

entrelaçam, e se aproximam, dando sentido umas às outras, tecendo, dessa maneira, a realidade do fórum.

Kozintez (1998) nos lembra que os dados de uma pesquisa netnográfica não podem ser simplesmente estendidos a outras comunidades, virtuais ou não. É o caso, por exemplo, dos alunos de um curso a distância que não necessariamente agem da mesma maneira em ambientes virtuais e presenciais.

ASPECTOS ÉTICOS NA PESQUISA NETNOGRÁFICA

Um princípio básico da ética na pesquisa netnográfica é que o pesquisador não deve causar nenhum dano ou prejuízo à comunidade pesquisada ou a seus membros. (HINE, 2000). Porém, a autora questiona como personagens virtuais podem ser prejudicados no “mundo real” e ainda, que tipos de impactos a netnografia teria no mundo real.

Em muitos casos há a possibilidade de se identificar os participantes da pesquisa, mas, para isso, deve-se pedir a eles a permissão para publicação dos conteúdos coletados e analisados, mesmo os conteúdos sendo - em alguns casos - públicos, assim como deve-se garantir a confidência e o anonimato, como, aliás, se faz nas pesquisas tradicionais.

Porém, há duas questões que ficam em aberto, segundo Kozintez (2002) e salientadas por Montardo e Passerino (2006, p. 7): (1) fóruns online são considerados públicos ou privados? (2) o que constitui “consentimento informado” no ciberespaço? Afinal de contas, os participantes de comunidades on-line não intenciam gerar dados de pesquisa quando estão interagindo na internet.

Em resumo, completam as autoras, com relação à Ética em netnografia, é sempre bom observar a: (1) privacidade; (2) a confidencialidade; (3) apropriação de histórias pessoais e (4) o consentimento informado. Salientam ainda que os pesquisadores, no caso de pesquisas em blogs, precisam entrar em contato com os *blogueiros*, nos próprios blogs, identificarem-se e explicitarem seus objetivos e interesses de pesquisa e obter o consentimento informado. Essa é uma recomendação que pode ser estendida a toda pesquisa netnográfica.

A possibilidade da mentira ou da falsa identidade⁴ na pesquisa virtual é também uma questão ética importante. Mas ela pode ser amenizada, em certos casos, com encontros e entrevistas face-a-face. Porém, essa não é uma peculiaridade da netnografia. Além do mais, sabemos que a própria identidade é sempre um processo. Também, como afirma Kozinets (1998), a netnografia não julga a veracidade nem depende dela, já que lida com interpretações.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cotidiano escolar não se restringe ao que ocorre na escola apenas, assim como as relações escolares também não se restringem aos ambientes presenciais. Pensar o cotidiano, como querem Rocha e Tosta (p.137-138), é sempre pensar de modo interdisciplinar ou nas fronteiras do campo do conhecimento, tomando o real em suas múltiplas e complexas, porém integradas, dimensões que não autorizam um ponto de vista fragmentado. A

⁴ Hine (2000) lembra que mesmo em ambientes virtuais, espera-se que os participantes identifiquem-se através de atributos físicos. Em sua pesquisa, ela também detectou insatisfação de um participante em falar com quem não conhecia, enquanto outro sentia-se ofendido por não saber o status do pesquisador.

internet está inserida no cotidiano escolar, mesmo quando ausente, o que torna mais complexas as relações com a educação formal e não formal. Torna-se necessário estudar o macro contexto escolar com um olhar de fora, do estrangeiro, sem deixar de considerar as microrrelações e o olhar de dentro, para desvelar o que não se pode enxergar facilmente, ou o contrário, aquilo que de tanto se enxergar não mais se vê. A netnografia apresenta-se como uma perspectiva metodológica que, mesmo carecendo de mais trabalhos teóricos e práticos no campo educacional, surge como indispensável.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. **Apontamentos metodológicos iniciais sobre a netnografia no contexto pesquisa em comunicação digital e cibercultura.** Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2611-1.pdf>> Acesso em: 13 out. 2009.

AUGÉ, M. **Não-lugares:** introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papius, 1994.

BARROS, C.F.P.; ROCHA, E.; PEREIRA, C. Do ponto de vista do nativo: compreendendo o consumidor através da visão etnográfica. In: INTERCOM, 28., 2005, Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br>.> Acesso em: 02 fev. 2010.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GEERTZ, Clifford. **Nova luz sobre a antropologia.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

GOETZ, J.P.; LECOMPTE, M. **Etnografia y diseño cualitativo en investigación educativa.** Madrid: Morata, 1988.

HALL, G.E. Ethnographers and ethnographic data, an iceberg of the first order for the research manager. **Education and Urban Society**, n. 12, p. 349-366, 1978.

HAMMERSLEY, M.; ATKINSON, P. **Ethnography**: principles in practice. Tavistock: London. 1983.

HERRERA, M.H; PASSERINO, L. M. Estigma e ciberespaço: desafios da netnografia como metodologia para pesquisa de redes temáticas na blogosfera. **RENOTE** - Revista Novas Tecnologias na Educação, Porto Alegre, 2008. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/renote/article/view/14396>>. Acesso em: 02 fev. 2010.

HINE, C. **Etnografía virtual**. Tradução para o espanhol, do livro publicado em 2000, por Cristian P. Hormazábal, em 2004. Colección Nuevas Tecnologías y Sociedad, 2004.

HINE, C. **Virtual ethnography**. 2000. Disponível em: <<http://socantcafe.org/uploads//2009/10/hine-2000-virtual-ethno.pdf>> Acesso em: 19 fev. 2010.

HINE, C. (org). **Virtual methods**: issues in social research on the Internet. New York: Berg Publishers, 2005.

KOZINETTS, R. **On netnography**: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. 1997. Disponível em: <<http://www.acrwebsite.org/volumes/display.asp?id=8180>> Acesso em: 18 fev. 2010.

KOZINETTS, R. On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. **Advances in Consumer Research**, Provo, UT, v. 25, p. 366-371, 1998.

KOZINETTS, R. The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities. 2002. Disponível em: <<http://www.marketingpower.com/content18255.php>>. Acesso em: 18 nov. 2009.

KOZINETTS, R. Netnography 2.0. In: BELK, R.W. **Handobok of qualitative research methods in marketing**. Northampton, MA, EUA: Edward Elgar Publishing, 2007.

MONTARDO, S.; PASSERINO, L. Estudo dos blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações. **RENOTE**, Revista Novas Tecnologias na educação, Porto Alegre, v. 4, n. 2, dez. 2006. Disponível em:

<<http://www.cinted.ufrgs.br/renote/dez2006/artigosrenote/25065.pdf>>.
Acesso em: 10 out. 2009.

MEAD, G. H. **Mind, self and society**. Chicago: The University of Chicago Press, 1950.

MOZO, A. M. G. Sociabilidad in Pantalla. Um estudo de la interacción em los entornos virtuales. **AIBR- Revista de Antropología Iberoamericana**, Madrid, n. especial, nov./ dic. 2005.

ROCHA, P. J.; MONTARDO, S. P. **Netnografia**: incursões metodológicas na cibercultura. 2005. Disponível em: www.compos.com.br/e-compos. Acesso em: fev. 2010.

ROCHA, G.; TOSTA, S. P. **Antropologia & educação**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009. Coleção Temas & Educação, 10.

SÁ, S. P. Netnografias nas redes digitais. In: PRADO, J. L. **Crítica das práticas midiáticas**. 2002. Disponível em: <http://tede.pucrs.br/tede_busca/arquivo.php?codArquivo=451> Acesso em: 13 out. 2009.

WARD, M.H. Thoughts on blogging as an ethnographic tool. In: ASCILITE CONFERENCE: Who's learning? Whose technology? 23., 2006, Sydney . **Proceedings...** Sydney: The University of Sydney, 2006. P. 843-851. Disponível em: < http://www.ascilite.org.au/conferences/aydney06/proceedings/pdf_papers/p164pdf >. Acesso em: 18 nov. 2009.