

* **Artigo original**

Usos da Etnografia em mundos virtuais baseados na imagem

Marcelo Simão de Vasconcellos

Doctorate Student in the Postgraduate Program in Information and Communication on Health at the Institute for Scientific and Technological Communication on Health of Fundação Oswaldo Cruz – PPGICS / Icict / Fiocruz. Technologist in Public Health from Icict / Fiocruz..
vasconcellos@fiocruz.br

Inesita Soares de Araújo

Doctor in Communication and Culture from the Federal University of Rio de Janeiro. Researcher at the Communication and Health Research Laboratory at the Icict
inesita@icict.fiocruz.br

DOI:10.3395/reciis.v5i2.496pt

Resumo

A etnografia é uma técnica consagrada na pesquisa em ciências sociais, especialmente na antropologia. Contudo, os novos espaços de comunicação mediados pela tecnologia têm apresentado desafios à sua aplicação, face à desterritorialização, anonimato e registros limitados, em maioria, ao texto escrito. Esses novos formatos comunicacionais propiciaram o surgimento de diversas adaptações da etnografia para o meio online, abordando características típicas de websites, fóruns de discussão, redes sociais, chats e MUDs¹. Entretanto, os jogos massivos 2online, denominados MMORPGs (*Massively Multiplayer Online Role-Playing*), incorporam fortemente a imagem em sua experiência interativa, apresentando avatares³ gráficos e interações gestuais entre personagens, ou seja, é uma experiência do mundo visual simulada em três dimensões. Além disso, pode-se ver a formação de identidades que se expandem além do jogo usando outros canais online, e até alcançando o off-line. Estas inovações abrem novas dimensões para o uso da etnografia (inclusive a antropologia visual) em mundos virtuais online, onde requer adaptações das técnicas existentes. Inicialmente, é feita uma revisão das principais técnicas etnográficas aplicadas ao meio online, depois se discute modificações que as características específicas dos MMORPGs imprimiriam a tais técnicas. Conclui-se que o aspecto imagético e ambientação baseada em uma interface tridimensional de tais jogos, de certa forma, possibilitam a aplicação das técnicas mais clássicas de etnografia.

Palavras-chave: etnografia; mundos virtuais; jogos online; imagem; mmorpgs

Introdução

Há um século, a antropologia conheceu uma revolução a partir dos trabalhos de Haddon, Boas e Malinowski, que não apenas estudaram os objetos criados por determinadas culturas, mas estudaram seus indivíduos em seu ambiente natural, fazendo uma imersão de longa duração nestas sociedades, como forma de entender suas culturas. A etnografia é uma técnica emblemática da pesquisa em ciências sociais, iniciando sua trajetória na antropologia, depois migrou para a Sociologia e demais ciências humanas, até chegar à comunicação (Re-Mission: A Game for Young People with Cancer, 2009). No entanto, os novos ambientes online trazem desafios peculiares à etnografia: o contato social se desterritorializa, a expressão corporal está ausente ou severamente limitada, o meio online assume diversas roupagens muitas vezes simultâneas (fóruns, blogs, chats, mundos virtuais, etc.), e transborda também para o mundo físico. Tais transformações estimulam a reflexão sobre o uso da técnica etnográfica nestes novos ambientes.

Isabel Travancas, explicando a etnografia e seu uso em pesquisas na área de comunicação, parte da definição mais inicial, que apresenta a etnografia como uma descrição dos hábitos e costumes de determinado grupo social (TRAVANCAS, 2009). Embora historicamente a ênfase da etnografia tenha sido no ato de descrever em minúcias, esta é apenas a primeira fase do processo. Segundo Clifford Geertz, a descrição detalhada, o uso de diário de campo, registro de costumes, nomes e tudo mais é um passo inicial, que deve ser seguido de um processo interpretativo, na tentativa de dar sentido às informações levantadas:

O que o etnógrafo enfrenta, de fato - a não ser quando (como deve fazer, naturalmente) está seguindo as rotinas mais automatizadas de coletar dados - é uma multiplicidade de estruturas conceituais

complexas, muitas delas sobrepostas ou amarradas umas às outras, que são simultaneamente estranhas, irregulares e inexplícitas, e que ele tem que, de alguma forma, primeiro apreender e depois apresentar (GEERTZ, 1989, p. 7).

Para Geertz, atitudes dos pesquisados estão necessariamente inscritas em um contexto cultural compartilhado. Este sistema orgânico, colaborativo, dinâmico e de contornos difusos, tem tanto características mais gerais do comportamento humano, quanto outras específicas do grupo, povo ou sociedade em questão. Como os atos descritos pelo pesquisador não ocorrem isoladamente em um ambiente estéril, mas com este pano de fundo, tais atos necessariamente devem ser interpretados com base na cultura que lhes dá sentido, o que ele chama de "descrição densa".

Embora inicialmente a etnografia fosse usada para a descrição e interpretação de sociedades exóticas, a Escola de Chicago se destacou no início do século XX por aplicar as técnicas de pesquisa e trabalho de campo a grandes centros urbanos. O trabalho em grupos sociais mais próximos ao pesquisador apresentava claras facilidades, tornando desnecessários grandes deslocamentos ou o aprendizado da língua. Por outro lado, este trabalho insere suas próprias restrições e exigências ao pesquisador. A principal delas é a necessidade do pesquisador fazer o "estranhamento", ou seja, ser capaz de se deslocar para fora de sua cultura, transformando aquilo que lhe é familiar em algo exótico, a fim de fazer sua análise com um olhar renovado. Desta forma, atitudes e hábitos culturais que lhe parecem naturais passam a ter novo significado, ou ainda apresentar questionamentos inéditos à sua percepção. Conforme diz Isabel Travancas, tal pesquisador examina a sociedade procurando "[...] *olhá-la com outros olhos, com olhos de um estrangeiro em busca de significados.*" (TRAVANCAS, 2009, p. 100).

Entretanto, em um mundo cada vez mais globalizado, a pluralização cultural torna problemática a própria noção de "campo" como uma área geograficamente definida. Fica cada vez mais difícil separar o que se deve olhar, o que é "dentro" e o que é "fora". Alguns estudiosos apontam a dificuldade de se estimar os limites de determinada sociedade, sugerindo desde uma pesquisa sempre consciente, e que leve em conta o sistema do mundo fora da sociedade analisada, até a separação da noção de campo de seus atributos geográficos, entendendo-o como uma posição política. Para dar conta das múltiplas forças globais influenciando os contextos locais, as etnografias teriam que ser elas mesmas multi-localizadas e em movimento (Re-Mission: A Game for Young People with Cancer, 2009).

O surgimento e expansão do meio online vão acrescentar novos desafios às metodologias de pesquisa antropológica. Embora o uso do computador fora do contexto militar tenha surgido a partir da Segunda Guerra Mundial, é com o desenvolvimento da interface gráfica e sua adoção pela indústria, no início dos anos 80, que a operação de computadores se torna mais acessível ao público. A combinação de ambiente gráfico e uma crescente comunidade de usuários é o que permite que se fale, pela primeira vez, em uma cultura de computadores e se possa compreender um computador como um sistema simbólico (JOHNSON, 2001). Logo os computadores se estabelecem não apenas como ferramentas de trabalho, mas como equipamentos para entretenimento e meios de comunicação. E é justamente com a proliferação da comunicação mediada por computador que se configura o ambiente virtual, formado por fluxos de comunicação mediados por computador, potencialmente ilimitado, também chamado de ciberespaço (SANTAELLA, 2005). Neste espaço virtual, a compreensão do que é ambiente e cultura sofre sucessivas transformações à medida que o computador amplia sua presença, agregando espaços profissionais e pessoais. Tal ambiente vai ser tornar um terreno fértil para investigações nas mais diversas áreas, entre elas as ciências sociais. Contudo, este novo cenário demandava ferramentas de análise apropriadas às suas especificidades. Não era possível uma mera aplicação da etnografia clássica (AMARAL *et al.*, 2008) de maneira automática, sem uma cuidadosa adaptação que levasse em conta as peculiaridades do ambiente virtual (MONTARDO e PASSERINO, 2006).

Ambientes virtuais

Pierre Lévy é um dos primeiros pensadores a refletir sobre a virtualidade e seus desdobramentos na internet. Em seu livro, *O que é o virtual?*, ele vai discutir os processos de virtualização e elencar as características marcantes desta modalidade de existência, destacando a virtualização do corpo, do texto, da economia, novas constituições do sujeito e do objeto e a desterritorialização, descritas em uma época que a Internet ainda engatinhava (LÉVY, 1996).

Para Lévy, o virtual não é sinônimo de não existência, nem é o oposto do real, mas do atual. O virtual é um "nó de tendências", um potencial que se realiza em um processo construtivo que é influenciado pelo meio, e por sua vez o influencia. Esta realização do virtual é o processo de atualização, em que suas potencialidades se colapsam em uma entidade acabada. Um exemplo seria a árvore, que tem sua presença virtual contida na semente. Assim como o fazer artístico, que inicia

com um germe inicial cheio de potencialidades ainda não expressas, e se resolve em uma obra materializada, o processo de atualização responde ao virtual (LÉVY, 1996).

Virtualização por sua vez é o caminho inverso da atualização. É partir de um objeto definido (e definitivo) e elevá-lo novamente a categoria de potencial, passar de um caso particular a outro caso, ou a um caso geral. Percebe-se aí uma primeira consequência da virtualização, a flexibilização em relação ao tempo e espaço. Esta desterritorialização seria uma das características marcantes do virtual. Paul Virilio, ao falar das inovações tecnológicas, aponta consequências semelhantes na relação humana com o ambiente (VIRILIO, 1998). Entretanto, tal desterritorialização é na verdade muito anterior ao surgimento dos computadores. O próprio texto escrito é um facilitador deste despreendimento do tempo e do espaço e, semelhantemente a ele, existem muitos outros vetores deste fenômeno. Apesar disso, é com o computador e, principalmente, com o advento da Internet, que a virtualização vai ganhar uma visibilidade muito maior.

Ainda segundo Pierre Lévy, uma das principais frentes onde ocorre a virtualização é o próprio corpo humano. O corpo físico sofreria uma virtualização através das técnicas de diagnóstico por imagem, intervenções como o *piercing* e a cirurgia plástica, drogas como antidepressivos e estimulantes e até mesmo com toda uma gama de novos estilos de vida. Paralelamente, a vida psíquica e física torna-se cada vez mais exteriorizada, compartilhada, visível. Contudo, é nas percepções humanas, estendidas através dos novos meios de comunicação que a virtualização do corpo tem mais impacto. Meios de comunicação como o rádio, televisão e o telefone já há tempos concedem novos olhos e ouvidos em regiões distantes, capazes de apreender todo tipo de informação livres de barreiras geográficas. Além disso, particularmente com a popularização da internet nos últimos anos, não apenas os sentidos se ampliam espacialmente, mas ganham novas potencialidades de cognição através de mapas tridimensionais e interativos, diagramas, infográficos, *streaming* de áudio em tempo real e câmeras infravermelhas. A imagem passa a ser fartamente usada para apoiar a autenticidade dos contornos do mundo virtual e a visão, a partir da tela do computador, é o sentido mais crucial para este processo. Não apenas os sentidos, mas também braços e vozes são projetados, tornando-se capazes de agir a distâncias outrora inimagináveis. O agir, falar e até construir e desenvolver não são mais circunscritos geograficamente. Estas novas conquistas fragmentam o espaço e o tempo, pondo em xeque concepções mantidas por gerações. O corpo virtualizado torna-se veículo de experimentação para novos espaços e novas velocidades. Tal corpo permite ao ser humano estar, agir e socializar no ambiente virtual (LÉVY, 1996).

Esta é uma das visões que ampara a ideia de uma possível etnografia no ambiente virtual. À medida que o corpo se virtualiza e se projeta no ciberespaço, leva consigo visões particulares, sociabilidades, redes de pertencimento e bagagem cultural, colonizando um ambiente antes habitado apenas por protocolos informacionais e fluxo de dados com o mundo da cultura humano (JOHNSON, 2001).

Etnografia online

Com a proliferação da comunicação mediada por computador, o ambiente online se tornou terreno fértil para investigações das mais diversas áreas. Contudo, este novo cenário demandava ferramentas de análise apropriadas às suas especificidades. A etnografia online é, portanto, uma aplicação da etnografia no ambiente do ciberespaço (AMARAL, NATAL *et al.*, 2008). Não é, contudo, uma mera transposição:

Com o surgimento do ciberespaço 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 (MONTARDO e PASSERINO, 2006, p. 4).

Enquanto a etnografia pressupõe um campo físico onde o pesquisador se insere para fazer suas observações e descrição, na etnografia online a proximidade geográfica cede lugar à interconexão mediada por computador, ou como descreve Amaral:

A partir da inserção do pesquisador na comunicação mediada por computador para a observação e investigação de práticas culturais e de comunicação, troca-se o campo não por um “não-lugar” como aferia Augé (1994) nos anos 90, mas por um território contíguo ao off-line que tanto constitui um meio de comunicação, um ambiente de relacionamento e um artefato cultural [...] (AMARAL, NATAL *et al.*, 2008, p. 36).

Ainda que o campo se transforme, a importância da observação é comum tanto à etnografia quanto ao seu paralelo online, embora a natureza desterritorializada do ciberespaço imprima um redirecionamento à observação participante (MONTARDO e PASSERINO, 2006). Desta maneira, será

observado o comportamento online dos membros do grupo através de interação via fóruns e listas de discussão, comentários e postagens em blogs e websites, formulários interativos e diversos outros recursos (ROCHA e MONTARDO, 2005). Contudo, muito do material coletado, ao contrário de uma etnografia tradicional, já vem em formato textual, o que libera o pesquisador da tarefa de transcrição. Contraopondo-se a esta vantagem, há a natural perda das inflexões verbais, entonação e gestual que uma entrevista face a face captura (MONTARDO e PASSERINO, 2006).

Descrevendo o movimento da etnografia para o mundo virtual, Wittel aponta que este percurso é consequência do deslocamento da etnografia para além do contexto local, devido às múltiplas influências transculturais sobre o campo. Seu movimento se dá do campo conforme tradicionalmente compreendido para a internet (Re-Mission: A Game for Young People with Cancer, 2009).

Ele frisa a necessidade de co-presença na etnografia e o quanto os limites do campo na internet se tornam muito mais arbitrários. Enquanto no mundo físico aspectos geográficos são fronteiras naturais, no meio online a pesquisa requer um enquadramento prévio do etnógrafo, o que por si só caracterizaria uma prática política. Além disso, o tempo teria que ser dividido para observar a rede e não seus nós individuais. Isto, aliado à observação muito menos intensiva que no mundo off-line, tenderia a abortar o ideal de Geertz da "descrição densa" em favor de descrições muito rasas dos fenômenos online, afetando negativamente a busca dos significados mais profundos na pesquisa (Re-Mission: A Game for Young People with Cancer, 2009).

Além destes fatores, Wittel elenca quatro problemas na etnografia feita na internet: a questionável validade dos dados, prejudicada pelo anonimato online, a reduzida dimensão da observação participante por conta das limitações do meio online, a fragilidade entre os nós da rede online e a desconsideração do mundo físico, o que a tornaria incapaz de revelar o contexto e a complexidade social ao pesquisador. Por conta destas razões, ele acredita que embora a etnografia online tenha sua validade enquanto método, não pode ser considerada por si mesma uma etnografia (Re-Mission: A Game for Young People with Cancer, 2009).

Etnografia Virtual

Christine Hine, por sua vez, vai conceber a etnografia virtual como uma forma de se pesquisar comunidades em que redes de computador são meios rotineiros de comunicação. Para ela, a característica principal da etnografia permanece: o etnógrafo se torna envolvido no ambiente e fica face a face com os nativos de tal forma que ganha um entendimento de suas práticas. Pesquisando no ambiente dos laboratórios, ela explica que é neles que as tecnologias como artefatos de inscrição entram em primeiro lugar na etnografia. Contudo, ela argumenta que a competência do pesquisador no uso das tecnologias de comunicação não é necessária apenas para se relacionar com os nativos, nem apenas para obter informações privilegiadas sobre as práticas cotidianas, mas principalmente para se avaliar o papel da tecnologia nesta sociedade (HINE, 1994).

Embora Hine reconheça a facilidade que a tecnologia cria em se alternar os papéis de participante e de pesquisador distante, de forma semelhante a Wittel, ela também percebe a necessidade de um novo conceito de campo. Contudo, ela parece estar mais certa da viabilidade da pesquisa pelos meios online e chega à conclusão que tal campo passa a ser uma categoria epistemológica e não mais territorial. Nas suas palavras, o campo de pesquisa "[...] é um estado da mente" (HINE, 1994, p. 8).

A etnografia virtual proposta por Hine guarda algumas semelhanças importantes com a etnografia tradicional. Pesquisando a comunidade de um laboratório de pesquisas, ela ganha acesso ao fórum de discussão do grupo (sua "entrada em campo") e a um ambiente de conversa (*chat*) que foi desenvolvido como aplicação profissional a partir de um programa para *role-playing games online*, um MOO (*Multiuserdungeon, Object-Oriented*). Diferente dos *chats* mais comuns, o MOO em que ocorrem as conversas dos pesquisadores contém muitas características típicas de jogos do gênero: embora não contenha imagens, há diversas salas de conversação com descrições específicas, e é esperado de cada um que crie uma descrição física do seu avatar, que é fictício.

Entretanto, ela mesma aponta ressalvas importantes: primeiro, a etnografia virtual que propõe não pretende substituir a tradicional, mas por em foco o papel das tecnologias. De fato, na sua experiência com a interação no MOO, ela conta como os colegas vieram a sua sala ver a conversa ocorrendo. Esta conjugação entre observação off-line e *online* foi permitida pelo fato de ela estar tanto na rede quanto inserida no próprio laboratório onde fazia sua pesquisa. Na verdade, sua etnografia não depende exclusivamente do virtual e esta dupla coleta de dados vai permear todo o seu trabalho.

Outra ressalva é que, embora a etnografia virtual tenha a vantagem de ser "auto transcrita", os dados não devem ser aceitos ingenuamente: a persuasão do texto pode levar o pesquisador a

esquecer-se de que os participantes do *chat online* não são pessoas reais, mas avatares ou registros que podem ou não corresponder de forma unívoca a um indivíduo. A distinção entre dados primários e secundários fica difusa na etnografia virtual, mas ainda são necessários procedimentos de triangulação para avaliá-los com propriedade. Por fim, ela ressalta a necessidade de um mínimo de competência técnica nas tecnologias de comunicação mediada por computador para que o etnógrafo possa fazer seu trabalho. Ao mesmo tempo, não se deve perder de vista o estranhamento da tecnologia, uma vez que tal tecnologia não é apenas um meio de apreensão dos dados, mas os molda, assim como as percepções dos usuários e o próprio ambiente imaterial de que participam (HINE, 1994).

Netnografia

A netnografia (*nethnography*, junção de *net* e *ethnography*) será um termo cunhado pelos pesquisadores americanos Bishop, Star, Neumann, Ignácio, Sandusky e Schatz, em 1995 para descrever o uso da comunicação mediada por computador, concebida para investigar comportamento de consumo de culturas e comunidades presentes na internet. Ela parte do entendimento de que uma etnografia relevante em grupos de consumidores não poderia abster-se de investigá-los no ambiente online. (BRAGA, 2006). O mesmo raciocínio pode ser aplicado a outros grupos, particularmente no contexto da saúde, onde muitos usuários vão integrar comunidades online na busca de informações sobre doenças e suporte para uma vida saudável. (MADEIRA, LEFÈVRE *et al.*, 2007) A princípio, a netnografia começa a ser usada como uma mera descrição de eventos online, mas vai sendo refinada até se tornar uma metodologia qualitativa bem definida de recorte e práticas detalhadas (KOZINETS, 2010).

A netnografia apresenta-se como uma técnica puramente virtual (pois não prescinde de outras técnicas de coleta de dados que a complementem). Por conta disto, esse método de pesquisa permite uma espécie de observação não participante, caracterizada pela figura do *lurker*, participante de listas e fóruns de discussão que permanece em silêncio, apenas ouvindo os demais. Apesar desta quase-não-presença, alguns autores consideram a figura do *lurker* também como participação. A alegação reside não apenas na medida em que é possível deduzir a partir da diferença entre o número de inscritos na lista e aqueles que efetivamente participam da conversação, mas também no sentido que a mera possibilidade da existência de *lurkers* formata o discurso dos participantes, levando-os a ter um cuidado mais específico na sua enunciação. De qualquer modo, esta viabilidade do observador invisível no meio online leva muitos defensores da netnografia a serem ainda mais enfáticos quanto à ética na pesquisa:

"Em um ambiente físico, a simples presença do/a etnógrafo/a se coloca como um aspecto a ser negociado em campo, enquanto que a "net presença" (Agre, 1994) se apresenta como algo turvo, indistinto (Barnes, 2004). Com relação à etnografia tradicional, autores como Winkin (1998), por exemplo, defendem radicalmente a clareza do/a etnógrafo/a sobre sua identidade de pesquisador/a em situações de campo e uma razoável abertura a respeito de sua agenda de pesquisa. O fato é que a relação entre presença e ausência tem implicações específicas para a pesquisa na Internet." (BRAGA, 2006, p. 6)

Robert Kozinets vai ser um dos principais proponentes da netnografia, aplicando-a principalmente em marketing e pesquisas de mercado. É ele quem vai organizar de forma mais metódica um corpo de procedimentos para a técnica. O primeiro procedimento descrito por Kozinets é *entrêe*, que envolve tanto a definição precisa do problema de pesquisa como o levantamento da comunidade a ser estudada. É recomendável que se escolha uma comunidade relevante (focada na questão da pesquisa), ativa (comunicação recente e constante), interativa (ampla troca de mensagens entre os participantes), com um número razoável de participantes, heterogênea (no sentido de haver participantes de diversas opiniões) e rica em dados (com mensagens detalhadas e descritivas). Além disso, é essencial que o pesquisador faça um estudo prévio das normas seguidas pelo grupo (NOVELLI, 2010).

Os procedimentos de coleta e análise de dados, segundo Kozinets, são concomitantes, uma vez que não basta recolher os dados copiando-os diretamente do meio online (o que seria apenas análise de conteúdo online), mas coletá-los procurando entender as pessoas representadas nestas interações no seu contexto cultural de comunidade online. A coleta de dados também está associada a uma participação ativa na comunidade online e vai capturar três tipos de dados: dados de arquivo (copiados de registros pré-existent na comunidade, sobre cuja criação ele não teve influência), dados extraídos (criados em parceria entre pesquisador e membros da comunidade com os quais interage) e dados de campo (que o pesquisador obtém a partir de seu próprio relato das experiências vividas durante a pesquisa). Quanto à análise dos dados em si, são cruciais a codificação e categorização dos dados levantados, comparação em busca de recorrências, contradições e desvios.

Esta tarefa pode ser auxiliada por softwares específicos e seus resultados darão base à contextualização das atividades dos atores (NOVELLI, 2010).

Os procedimentos relacionados à ética na pesquisa recebem atenção detalhada de Kozinets e outros teóricos, devido às peculiaridades do meio online, onde as fronteiras entre público e privado com frequência se confundem e onde atos efêmeros ficam registrados de forma permanente. Devido à natureza do meio online, o pesquisador tem mais liberdade ao determinar sua forma de participação na comunidade que investiga, desde uma participação clara e atuante até puramente observacional. Não obstante, isto não o isenta dos cuidados éticos com as informações levantadas. Mesmo que se considere como públicos, por exemplo, os posts e comentários em um blog, ainda assim é aconselhável que se obtenha permissão dos membros do grupo para utilização e divulgação dos mesmos. De forma semelhante, é recomendável ao pesquisador se apresentar inicialmente ao grupo quando da sua entrada no campo, deixando claro qual o seu propósito naquela comunidade virtual (AMARAL, NATAL *et al.*, 2008). Tais procedimentos são ainda mais importantes quando se trata de uma netnografia relacionada à saúde, área que tradicionalmente tem em alta conta os cuidados quanto ao procedimento ético na pesquisa. Por fim, há uma validação da interpretação e resultados com os membros da comunidade estudada, a fim de se verificar a correção e abrangência do trabalho, o que permite correção de eventuais falhas na elaboração dos dados (NOVELLI, 2010).

A netnografia apresenta grandes vantagens em termos de tempo e alcance da pesquisa: é um método não obstrutivo e leva menos tempo para ser aplicado, requerendo também menos recursos financeiros e humanos que outros métodos, como entrevistas, grupos focais ou etnografia. Além disso, concede certa flexibilidade tanto temporal quanto espacial ao pesquisador e aos pesquisados. Apesar disso, é importante estar atento às suas desvantagens: há muitas vezes um excesso de informações que devem ser adequadamente filtradas, há a perda de dimensões importantes da comunicação como a entonação e linguagem corporal e uma dificuldade em confirmar os dados obtidos, dado o anonimato que permeia o mundo virtual. Apesar disso, uma vez que se entenda que sua análise é dos atos discursivos online e não dos indivíduos, conforme aponta Kozinets (2010), ela é capaz de prover resultados válidos, principalmente se combinada a outros métodos de pesquisa (KOZINETS, 2010).

Vídeo Etnografia Virtual

Nem a etnografia virtual nem a netnografia parecem dar especial atenção ao aspecto visual do ciberespaço, o que parece contraditório, uma vez que é justamente o apelo visual, tanto no uso da interface gráfica quanto na apresentação de páginas multimídia na *World Wide Web* um dos grandes responsáveis pela popularização do meio online. Conforme diz Steven Johnson, é a partir do momento em que o computador ganha uma interface visual que se pode falar de uma estética informacional, as janelas, ícones e imagens na tela atuando como um sistema simbólico gerando e sendo influenciado por uma cultura própria (JOHNSON, 2001).

Isto é particularmente marcante ao se considerar os modernos mundos virtuais, onde as interações já não ficam registradas em textos, mas ocorrem dinamicamente na tela por meio de imagens animadas sincronicamente, muitas vezes simulando o aspecto tridimensional do mundo off-line. Procurando dar conta do registro e interpretação deste vasto ambiente interativo, Michael Strangelove propõe uma nova técnica, que denomina vídeo etnografia virtual:

Este trabalho descreve o meu uso do computador como uma câmera fotográfica e filmadora para capturar a ação dentro do mundo virtual – uma técnica referida aqui como a vídeo etnografia virtual. A vídeo etnografia virtual está em uma longa linhagem de tradição que utiliza tecnologias de comunicação, tais como gravadores, filmadoras e câmeras de vídeo para explorar a ação humana." (SAMAIN, 1995, p. 3)

Das técnicas e variantes de etnografia mencionadas, a proposta por Strangelove é a que põe mais ênfase nos aspectos visuais do meio online, um ambiente para o qual ele antevê um grande crescimento de possibilidades, não apenas de perigos, mas de oportunidades de aprendizado, criatividade e pesquisa. Segundo ele, gravar a experiência de mundos virtuais, a partir da "visão" do computador do etnógrafo, se consegue um registro preciso do que ele está vendo na tela, e também serve como um gancho de reflexividade, onde o próprio pesquisador pode refletir sobre suas reações e enquadramento do campo de pesquisa.

Sua proposta é herdeira da antropologia visual, que se desenvolve já nos primórdios da história da antropologia como meio de salvaguardar visualmente (em filme e fotografia) informação de culturas ameaçadas ou em transformação, e também como uma tentativa de registrar de modo mais preciso a observação visual de uma cultura (KLEINERT e HORTON, 2011). Na verdade, o trabalho do próprio Malinowski foi fortemente calcado em fotografias e suas imagens dos nativos de Trobriand não são

mero apêndice de seu texto etnográfico, mas integrante essencial para que sua descrição antropológica seja de fato abrangente (STRANGELOVE, 2007).

Entretanto, segundo Strangelove, registro e preservação são apenas níveis mais primordiais do uso da técnica. Arranjos mais sofisticados permitem (dependendo das limitações técnicas do mundo virtual estudado) gravação do vídeo a partir de múltiplos ângulos de câmeras, dando uma múltipla perspectiva do que ocorre em campo, não apenas do ponto de vista do etnógrafo, mas também de uma terceira pessoa. Mais do que riqueza de dados, esta técnica traria toda uma nova camada de reflexividade sobre a experiência etnográfica. Ao mesmo tempo, os jogadores/usuários do mundo virtual também podem gravar suas próprias versões dos vídeos, servindo como um contraponto a visão "autorizada" do pesquisador: "*Adicionar uma perspectiva onisciente às nossas ações no mundo virtual também traz uma nova dimensão à forma como experimentamos o self e construímos nossas identidades.*" (SAMAIN, 1995, p. 9).

A preocupação ética dos defensores da netnografia é ecoada por Strangelove, quando aponta que a técnica de vídeo etnografia virtual com múltiplas perspectivas é altamente reflexiva e pode tornar os registros de comportamento online mais responsáveis com as comunidades que pretendem interpretar:

A "intensa experiência do trabalho de campo que dá autoridade" está se estendendo profundamente no reino virtual. No jogo a gravação de vídeo oferece uma nova ferramenta de trabalho de campo autorizada, de natureza emocional intensa e altamente pessoal. O mundo virtual precisa ser abordado como um domínio distinto de ação humana, um que não seja recolhido em qualquer outra categoria do 'real' ou até mesmo o 'hiperreal'. (SAMAIN, 1995)

Desta forma, as limitações citadas por Wittel a respeito das limitações de interação e observação participante no meio online poderiam ser compensadas pelo emprego da vídeo etnografia virtual, conforme é defendida por Strangelove. Esta técnica é amplamente aplicável nos jogos online devido à maneira com que são geradas as imagens virtuais que compõem o ambiente compartilhado.

MMORPGs

A vídeo etnografia virtual pode ser uma técnica extremamente útil no estudo em ambientes virtuais que fazem uso intenso de imagens (estáticas ou dinâmicas) como canal de comunicação entre seus usuários. Um exemplo deste tipo de espaço seria o dos jogos massivos online ou MMORPGs, compostos de ambientes simulados tridimensionalmente.

MMORPGs são descendentes dos RPGs (*Role-Playing Games*) de computador, jogos de um único usuário, onde o jogador interpreta um personagem ficcional no universo do jogo, tipicamente um mundo heroico de fantasia medieval. Neste ambiente ele vive uma história, tomando diversas decisões através de seu avatar, por meio da qual interfere no destino do personagem e particulariza sua vivência da narrativa.

Os MMORPGs existem desde o início dos anos 90, mas foi o lançamento do jogo *Última Online*, em 1997, que popularizou o gênero, pondo em evidência as suas características peculiares de ambiente compartilhado. Embora jogos que permitiam a atuação conjunta de dezenas de jogadores em rede já existissem antes, em um MMORPG o número de jogadores é da ordem de milhares, o que lhes dá características próprias de comunidades virtuais. Contudo, diferentemente das comunidades virtuais anteriores, representadas pelos fóruns e listas de discussão, canais de chat e sites de redes sociais, os MMORPGs apresentam certas características específicas que lhes torna um espaço peculiar para a análise de certos comportamentos relacionados aos processos de comunicação e formação de identidade no meio online (MASSIVELY... , 2010).

Primeiro, os MMORPGs estão atrelados a uma noção de espaço e tempo. Embora um MMORPG seja um espaço virtual, simulado mediante algoritmos 3D, ainda assim é intenção dos seus criadores que o jogo represente um espaço real, dotado de uma geografia específica e fixada para todos os usuários. Este universo não apenas possui uma geografia, entretanto, mas também possui uma história. Tipicamente os MMORPGs ocorrem em universos ficcionais de fantasia ou ficção científica. Os criadores do jogo fazem um elaborado trabalho de criação do pano de fundo histórico deste mundo, a fim de que sua coerência e profundidade gerem maior envolvimento e interesse dos jogadores. (MASSIVELY... , 2010)

Outra característica importante é que para interagir neste ambiente e tomar parte na história do mundo, os jogadores criam avatares que necessariamente estão integrados à sua história. Diferentemente das comunidades virtuais mais tradicionais, em um MMORPG não há a possibilidade de um jogador criar uma versão digital de seu eu físico. Forçosamente, ele terá que jogar com um

personagem próprio daquele mundo fictício. Esta alteridade é um espaço fértil para investigações sobre a construção da identidade nos MMORPGs e suas relações com a identidade original do jogador. Mais do que isso, há uma personalização do avatar, onde o jogador pode escolher como ele vai aparecer aos outros jogadores. Esta personalização vai desde sexo e aparência física (cor e estilo do cabelo, barba, adereços, etc.) até a vestimenta e para muitos jogadores as armaduras mais vistosas e poderosas tornam-se um símbolo de status a ser exibido em jogo.

O que também torna os MMORPGs um objeto de estudo interessante para a comunicação e informação não é só o montante de recursos que movimentam, mas a extensa rede de comunicação que proporcionam dentro e fora do universo de jogo. Jogadores se relacionam dentro do universo do jogo e muitas vezes carregam estes relacionamentos para outros ambientes, sejam websites temáticos, fóruns, salas de bate-papo online ou mesmo encontros no mundo real. Psicólogos como Sherry Tuckle se debruçaram sobre o tema dos jogos online como objeto de pesquisa. Em diversas entrevistas conduzidas com jogadores, Tuckle concluiu que muitos jogadores expandiam seu leque emocional explorando diferentes papéis no jogo, incluindo mudanças de gênero (TURKLE, 1995).

Por fim, os MMORPGs são fortemente calcados na imagem. A imersão, o fenômeno de se "sentir dentro" do mundo virtual, nos MMORPGs atuais é diretamente relacionada com o apelo visual do jogo. Não é necessariamente uma busca cega pelo realismo visual, uma vez que muitos jogos optam por estilos visuais diversos, mas uma preocupação estética com os ambientes, os personagens e suas articulações. Interagir nos MMORPGs, seja com o mundo ou com outros jogadores, é primordialmente uma experiência visual. O mundo virtual não é tanto uma história a ser lida, mas um ambiente a ser experimentado. O universo do jogo extrapola a dimensões do jogo e torna-se um ambiente compartilhado, ou como apregoa o *slogan* do MMORPG *World of Warcraft*: "*It's not a game, it's a world.*" (BLIZZARD'S *Scrooge: Tom Chilton Dismisses Player Housing for WoW*, 2009). Este aspecto coletivo de criação de ambientes virtuais já era sugerido por Lévy ao se referir aos MUDs (antigos jogos online em formato de texto que poderiam ser encarados como antecessores distantes dos MMORPGs):

"Descobrem-se assim paisagens de significações que emergem da atividade coletiva nos MUDs (*Multi-users dungeons and dragons*), espécies de jogos de papéis (*role-playing games*) em forma de mundos virtuais de linguagem, elaborados em tempo real por centenas ou milhares de jovens dispersos pelo planeta." (LÉVY, 1996, p. 114)

Nos MMORPGs esta atividade coletiva se estende ao visual. O que um jogador vê no ambiente é visto também por todos os outros. As consequências da atuação de um personagem no universo online são vistas em tempo real pelos que estão próximos e a interação envolve também fala e gestos dos avatares, caracterizando o MMORPG como um ambiente social compartilhado.

Conclusões

Ao se pensar em uma etnografia para aplicação nos mundos virtuais, especificamente nos MMORPGs, independente de ser online, virtual, netnografia ou em vídeo, é importante ter em mente as características próprias deste tipo de ambiente virtual. Às questões mais logísticas a respeito da forma de registro (caderno de campo, registro do chat textual, áudio e/ou vídeo ou ainda gravação integral da experiência de jogo) se somam a outras mais peculiares do jogo em si.

Primeiro, os jogos online vão explicitar mais intensamente a lógica desterritorializante da virtualização citada por Lévy. Logo de início, seu sistema de inscrição, pagamento e acesso é todo realizado via internet, tipicamente sem nenhuma restrição de local, congregando milhares de usuários simultaneamente de diversas partes do mundo. A isto, soma-se uma premissa básica dos jogos tipo MMORPG, que é a que o jogador interprete um papel em um mundo ficcional. A virtualização do corpo, por sua vez, fica expressa nos jogos MMORPGs à medida que o avatar se torna o "corpo" do jogador, um ente digital, seu único representante legítimo no universo de jogo. Mais do que um agente virtual, o avatar "é" a identidade do jogador online, que por meio dele percebe o mundo e realiza todas as suas atividades. As escolhas de personalização do avatar geralmente não têm efeito senão puramente estético, mas, apesar disso, tem uma grande procura por parte dos jogadores, e muitas produtoras de jogos mantêm lojas dentro do jogo vendendo os chamados "*vanity items*": itens que possibilitam a criação de uma aparência exclusiva.

Através do avatar, jogadores não apenas experimentam desterritorialização, mas também uma reterritorialização dentro do universo do jogo, fazendo um eco bem literal à ideia de que cada nova tecnologia de comunicação cria seu próprio novo espaço franqueado à experiência humana, onde "[...] saltamos de uma rede a outra, de um sistema de proximidade ao seguinte. Os espaços se metamorfoseiam e se bifurcam a nossos pés, forçando-nos à heterogênesse." (LÉVY, 1996, p. 23).

Jogadores que moram em polos opostos do mundo agora lutam juntos lado a lado, outros vivem no mesmo bairro no mundo físico, mas dentro do jogo pertencem a clãs rivais em diferentes reinos. Se já é possível questionar a relação entre as ações online de participantes de listas de discussão e sua personalidade no mundo off-line, nos MMORPGs esta relação ainda é mais complicada, pois é esperado que o jogador assuma um personagem criado de acordo com certos moldes e habite um mundo fictício dotado de história e geografia peculiares. Então, em relação às comunidades online mais tradicionais, nos MMORPGs há um reposicionamento no universo ficcional. Não apenas uma reterritorialização, mas a entrada em uma história e a tomada de um papel que, pelo menos, em parte já é dado. Além disso, sua atuação é submetida às regras do jogo que se tornam parte da conversação e da "cultura local".

Por outro lado, o comportamento dos jogadores quando atua por meio de seus avatares não é uma atividade estanque em relação às suas personalidades "reais". Conforme apontado por Ribeiro e Falcão (2009), a formação da identidade através do jogo deriva necessariamente da bagagem com que o jogador entra no ambiente virtual. Por mais que se queira "entrar na pele" de determinado personagem, o jogador faz esta atuação a partir de uma posição situada, um lugar de fala que é sua própria identidade off-line. A permeabilidade entre físico e virtual ocorre também no outro sentido. Muitos jogadores trazem do mundo virtual traços comportamentais que influenciam sua vida no mundo off-line. Por exemplo, jogadores que encarnam personagens mais poderosos em jogo, tendem a se tornar mais assertivos no contexto social off-line, conforme apontado no trabalho do antropólogo Nick Yee (2007). Embora o ambiente onde o jogo ocorra seja virtual, as interações têm significado e se tornam parte da experiência de vida do jogador (YEE e BAILENSON, 2007). Desta forma, a identidade online não substitui a off-line, mas ao mesmo tempo não é descartada quando o jogo acaba, ainda que fantasiosa. Antes, ela parece complementar a identidade do jogador, tornando-se mais um dos papéis que ele interpreta no mundo social. Esta vinculação entre avatar e jogador sugere que pesquisas no campo da saúde podem se beneficiar da técnica etnográfica em mundos virtuais, principalmente a partir da noção de autocuidado, uma vez que o jogador tipicamente cuida do seu avatar, garantindo seu bem estar e seu aprimoramento no decorrer do jogo. Conforme já abordado em outros trabalhos, o autocuidado em relação ao avatar pode apontar caminhos inovadores para intervenções em saúde que merecem investigações futuras. (LIEBERMAN, 2001; BEALE, KATO *et al.*, 2007; KATO, COLE *et al.*, 2008)

A partir deste panorama das técnicas de investigação de caráter etnográfico online e das características dos jogos massivos da atualidade, podemos concluir que, de certa forma, o trabalho de campo em mundos virtuais põe em cena novamente o espaço social (ainda que virtual). Pois são atividades calcadas fortemente na imagem como meio de ambientação e imersão, na reterritorialização do participante em um mundo tridimensional regido por uma geografia virtual e no uso gestual do avatar como meio de interação. Com isso, talvez, dando-lhe mais semelhanças com a etnografia clássica do que com a netnografia. É nossa hipótese de que esta conjugação entre off-line e online, entre a desterritorialização proporcionada pela internet e uma subsequente inserção em uma geografia nova (ainda que fictícia), justifica não uma técnica isolada, mas uma combinação delas em diversos graus, capaz de dar conta da multidimensionalidade que a experiência da imagem interativa online representa. Assim como uma análise dos ambientes virtuais carece de uma contextualização no mundo físico, as atividades online não são menos reais para seus praticantes que as ocorridas off-line, desta forma, é importante que qualquer técnica de pesquisa etnográfica faça a relação entre estes dois importantes aspectos da existência humana.

Referências Bibliográficas

AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Sessões do Imaginário**, v. 1, n. 20, p. 34-40, 2008. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/4829/3687>>. Acesso em: 17 mai. 2010.

BEALE, I. et al. Improvement in cancer-related knowledge following use of a psychoeducational video game for adolescents and young adults with cancer. **Journal of Adolescent Health**, v. 41, n. 3, p. 263-270, 2007.

BLIZZARD'S Scrooge: Tom Chilton Dismisses Player Housing for WoW. Wolfshead Online 2009.

BRAGA, A. Técnica etnográfica aplicada à comunicação online: uma discussão metodológica. **UNI revista**, v. 1, n. 3, p. 1-11, 2006.

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

- GOODY, J. **The Domestication of the Savage Mind**. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1977. Acesso em: 07 jan. 2010.
- HAVELOCK, E. **A Musa Aprende a Escrever**. Lisboa: Gradiva, 1996. Acesso em: 07 jan. 2010.
- HINE, C. Virtual Ethnography. When science becomes culture, 1994. Montreal. 1994. p.1-25. Disponível em: <http://www.cirst.uqam.ca/pcst3/PDF/Communications/HINE.PDF> .
- JOHNSON, S. **Cultura da Interface**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. Acesso em: 07 jan. 2010.
- KATO, P. M. et al. A Video Game Improves Behavioral Outcomes in Adolescents and Young Adults With Cancer - A Randomized Trial. **Pediatrics**, v. 122, n. 2, p. e305-317, 2008.
- KLEINERT, S.; HORTON, R. Brazil: towards sustainability and equity in health. **The Lancet**, 2011. ISSN 0140-6736. Disponível em: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0140673611604339> .
- KOZINETTS, R. V. **Netnography: doing ethnographic research online**. London: Sage Publications, 2010.
- LÉVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996. Acesso em: 07 jan. 2010.
- LIEBERMAN, D. A. Management of Chronic Pediatric Diseases with Interactive Health Games: Theory and Research Findings. **Journal of Ambulatory Care Management**, v. 24, n. 1, p. 26-38, 2001.
- MADEIRA, W.; LEFÈVRE, F.; LEFÈVRE, A. M. C. Sociedade do Conhecimento, Empoderamento e Produção de Consensos na Saúde. **ECO-PÓS**, v. 10, n. 1, p. 93-106, 2007.
- Massively multiplayer online role-playing game. **Wikipedia, the free encyclopedia**, 2010. Disponível em: http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Massively_multiplayer_online_role-playing_game&oldid=335626534. Acesso em: 07 jan. 2010.
- MONTARDO, S. P.; PASSERINO, L. M. Estudo dos blogs a partir da netnografia: possibilidades e limitações. **Novas Tecnologias na Educação**, v. 4, n. 2, p. 1-10, 2006. Disponível em: www.cinted.ufrgs.br/renote/dez2006/artigosrenote/25065.pdf.
- NOVELLI, 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.
- Re-Mission: A Game for Young People with Cancer. 2009. Disponível em: <http://www.re-mission.net/> . Acesso em: 26 jan. 2011
- RIBEIRO, J. C.; FALCÃO, T. Mundos virtuais e identidade social: processos de formação e mediação através da lógica do jogo. **Logos**, v. 30, n. 1, p. 84-96, 2009.
- ROCHA, P. J.; MONTARDO, S. P. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, p. 1-22, 2005.
- SAMAIN, E. "Ver" e "Dizer" na tradição etnográfica: Bronislaw Malinowski e a fotografia. **Horizontes Antropológicos**, v. 1, n. 2, p. 23-60, 1995.
- SANTAELLA, L. Os espaços líquidos da cibermídia. **E-compós**, v. 2, p. 1-13, 2005. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/26> .
- STRANGELOVE, M. Virtual video ethnography: Towards a new field of Internet cultural studies. **Revista Interin**, v. 3, p. 1-20, 2007. Disponível em: http://www.utp.br/interin/artigos/art_livre_01_strangelove.pdf . Acesso em: 03 abr. 2011.
- TRAVANCAS, I. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, J. e BARROS, A. (Ed.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Editora Atlas, 2009. p.98-109.
- TURKLE, S. **Life on the screen: identity in the age of the Internet**. New York: Simon & Schuster, 1995. ISBN 0-684-83348-4. Acesso em: 07 jan. 2010.
- VIRILIO, P. Os motores da história. In: ARAÚJO (ORG.), H. R. D. (Ed.). **Tecnociência e Cultura**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.
- YEE, N.; BAIENSON, J. The Proteus Effect: The Effect of Transformed Self-Representation on Behavior. **Human Communication Research**, v. 33, p. 271-290, 2007.

Notas

1 MUD (Multiuser Dungeon) é um dos primeiros tipos de jogo online criado, onde o jogador assume um personagem fictício e com ele interagem em um ambiente fantasioso, incluindo outros jogadores. Diferente dos jogos atuais, toda a interação do jogador com o MUD se dava por meio de texto, isto é, o jogador digitava comandos descrevendo os atos do seu personagem e o jogo respondia com um texto descrevendo as consequências destes atos sobre o ambiente virtual.

2 "O termo "avatar" foi apropriado do sânscrito, referindo-se originalmente à noção hindu de uma deidade que desce à terra em uma forma encarnada. Do mesmo modo, um usuário veste a identidade dessa entidade virtual para transitar em um mundo paralelo. Avatares são figuras gráficas que podem movimentar-se, atuar e inter-relacionar-se com outras máscaras digitais em um mundo virtual tridimensional. Cada usuário que entra nesses ambientes virtuais pode criar seu próprio avatar, ao eleger uma máscara em um guarda-roupa digital disponível. Avatar é a representação do jogador no universo do jogo" (SANTAELLA, 2005, p. 7).