

COMO PESQUISAR AS REDES SOCIAIS VIRTUAIS EM GEOGRAFIA?¹

Antonio Bernardes²

Resumo: A questão que intitula este manuscrito permeia os pensamentos de muitos de nós. Ainda mais na atualidade, em que as relações virtuais estão cada vez mais presentes em nosso cotidiano. É por isto que é necessário discutir um instrumental metodológico que nos auxilie nas investigações das formas de sociabilização que ocorrem na *Web*, sobretudo, nas redes sociais virtuais, ou seja, a netnografia. Ela se trata de uma metodologia de pesquisa que se assenta tanto em procedimentos qualitativos (análise de discurso, análise de conteúdo e análise das redes sociais) como quantitativos (webmetria). Bem verdade, que não se trata de uma metodologia nova, já que há tempos é largamente utilizada nos estudos da Comunicação Social. Todavia, como ela é ainda pouco utilizada para os estudos geográficos de forma sistematizada, é interessante notar como podemos entender como há a imbricação das dinâmicas virtuais com as presenciais, ainda mais porque a espacialidade é um dos principais âmbitos de estudo da Geografia.

Palavras-chaves: Metodologia de pesquisa, Netnografia, Redes sociais virtuais, Geografia.

HOW TO RESEARCH THE VIRTUAL SOCIAL NETWORKS IN GEOGRAPHY?

Abstract: The question that denominate this manuscript permeates the thoughts of many of us. Even more so today, that virtual relationships are increasingly present in our daily lives. That is why it is necessary to discuss a methodological instrument that can support us in the investigation for the socialization on the *Web*, especially, that is, in virtual social networks, the netnography. It is a research methodology based on qualitative procedures (discourse analysis, content analysis and social network analysis) and quantitative procedures (webmetrics). It is not a new research methodology, because has been used in Social Communication studies for a long time. How it is little used for geographical studies in a systematic form, it is will can be interesting for understand the mix of virtual dynamics with presential dynamics, since spatiality is one of the main spheres for studies in Geography.

Key-words: Research methodology, Netnography, Virtual social networks, Geography.

¹ Este trabalho é parte integrante das discussões realizadas no âmbito do Projeto Temático FAPESP, processo: 18/07701-8, intitulado “Fragmentação socioespacial e urbanização brasileira: escalas, vetores, ritmos e formas”.

² Docente do Departamento de Geografia e Políticas Públicas da UFF, Angra dos Reis-RJ. Docente do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFSCar e do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas e Sociais Aplicada da Unicamp. E-mail: antoniobernardes@id.uff.br

PREÂMBULO

A partir da década de 1980 já tínhamos o uso intensivo da rede de Internet, mas ele era restrito a certos setores econômicos. Somente grandes empresas e algumas instituições públicas a utilizavam. É somente no final da década de 1990 que seu uso se disseminou para grandes parcelas da população brasileira, principalmente pelo uso da *Web (World Ethernet Browser)*. Inicialmente, ela possuía características estritamente laborais e, com o tempo, passou a ser, também, um meio de sociabilização dos sujeitos, se vinculando as atividades de lazer.

As redes sociais virtuais emergiram neste contexto, pois a socialização vinculada ao lazer só seria viável quando pudéssemos nos comunicar à distância de forma confiável e com a maior quantidade possível de sujeitos. Inicialmente, ela ocorreu por meio de textos em *blogs*, bate-papos virtuais – como as salas de bate-papo da Uol, por exemplo – fóruns virtuais, etc. Tempos depois, as redes sociais virtuais se consolidaram com o desenvolvimento da *Web* e de *softwares* específicos, com isso a telecomunicação passou a ser simultânea, interativa e mediada não só por meio de textos ou sons, mas estes dois congregados com vídeo.

No final de década de 1990 e nos anos 2000, as principais redes sociais virtuais eram o ICQ, MSN e Orkut. O acesso a elas era feito somente por meio de um computador. Havia a determinação do lugar para se ter acesso a elas, em frente a um computador em sua sala, por exemplo. Hoje, boa parte destas redes sociais virtuais não existem mais e passamos a ter uma infinidade de outras, sendo as mais populares: WhatsApp³, Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Snapchat, Tik Tok etc. Além do mais, hoje podemos acessar estas redes de qualquer lugar e não só pelo computador, mas também por meio dos *smartphones*, *tablets* e *smartwatches*.

Percebemos que nos últimos 10 anos se intensificou ainda mais o uso das mídias digitais – páginas eletrônicas que congregam diversos recursos, como: textos, imagens, sons, vídeos, entre outros – e das redes sociais virtuais. Elas se popularizaram ao ponto de estarem presentes no cotidiano de boa parte dos brasileiros, principalmente, porque elas se firmaram como um meio de sociabilização para a expressão cultural, econômica e política dos sujeitos, grupos, segmentos e movimentos sociais.

A presença e a atual importância das relações virtuais no cotidiano dos sujeitos são os fenômenos que nos chamaram a atenção e que nos impeliram a melhor investigá-los. Sobretudo, porque eles incorreram em mudanças nas dinâmicas sociais e espaciais, as quais podem ser objeto de estudos das Ciências Humanas.

Nesse sentido, esta discussão tem como objetivo discutir como podemos estudar essas novas formas de socialização que ocorrem pelas redes sociais virtuais. É bem verdade que não existe uma só maneira de estudá-las, mas aqui focaremos em um dos principais procedimentos para tal, a netnografia. Como exemplo dos estudos netnográficos, exporemos alguns estudos de caso em Geografia.

COMO PEGAR AS INFORMAÇÕES NA WEB?

Restam poucas dúvidas que a popularização das mídias digitais e das redes sociais virtuais dinamizaram as nossas tarefas cotidianas, assim como ampliaram as nossas formas de sociabilização. Por outro lado, parece que nosso cotidiano se

³ O *Whatsapp* não se trata de uma ferramenta que foi concebida para ser uma rede social virtual, mas ele se tornou devido a forma com que o utilizamos.

acelerou porque passamos a vivenciar, também, a temporalidade das relações virtuais.

A rapidez e a fluidez das informações que são veiculadas nas mídias digitais e nas redes sociais virtuais levaram alguns autores (HARVEY, 1999) a afirmar que havia uma crise das distâncias e das dimensões, pois o mundo estava cada vez mais acelerado. Isto porque a aceleração dos processos globais, a comunicação simultânea e a tendência de unicidade técnica, nos impeliram a entender que as distâncias se tornaram mais curtas, havendo uma “compressão espaço-tempo”.

Complementar a esta crítica de Harvey, Virilio (1995) afirmou que a aceleração dos tempos e a profusão do espaço catódico – o “espaço” das telas e das representações – poderiam tornar a realidade confusa, porque fugidia e insensível. Em suas palavras:

[...] a crise de um espaço substancial (contínuo e homogêneo) em benefício da relatividade de um espaço acidental catódico (descontínuo e heterogêneo), em que as partes, os *pixels*, adquirem uma importância fundamental, como fora para algumas ciências os pontos (insensível) que constituam a reta (sensível). (VIRILIO, 1995, p.28)

Virilio constatou que a crise das dimensões e das distâncias é oriunda do privilégio dado ao espaço catódico em detrimento do espaço substancial, sensível. Em outras palavras, a abundância dos lugares vistos em tela, não presencialmente, pode ocasionar mudanças de valores, até mesmo distorções, para o espaço sensível.

É interessante notar que as preocupações de cada um destes autores retrataram um período em que ainda era incipiente a profusão das representações digitais, assim como as mídias digitais e as redes sociais virtuais mal tinham se popularizado. De toda maneira, não é de se estranhar as afirmações desses autores, pois a fatura de textos, sons e imagens das telas, seja nos computadores ou TVs, aparentavam um certo caos. Mas, será que isso mesmo?

Primeiramente, percebemos que as relações virtuais não impuseram um espaço catódico insensível e que tampouco houve “compressão do espaço-tempo”. Basta percebermos como carecemos da presença dos outros sujeitos e dos lugares quando temos que ficar distantes deles. Ou ainda, como afirmou Massey (2000), que não há “compressão espaço-tempo”, pois nem todos os lugares receberam as inovações da mesma forma, ou seja, há evidentes desigualdades sócio espaciais no mundo. Isso não significa que superamos estes autores e sim que devido aos questionamentos que eles e tantos outros levantaram acerca das representações e das relações virtuais, nos possibilitaram desenvolver ferramentas para interpretar esses fenômenos. Segundo, que este suposto caos, pode possuir um sentido e uma organização. Então, nos cabe entender como se organizaram as informações para que melhor possamos analisá-las. Eis o objetivo central desta discussão!

Uma das maneiras de interpretar as dinâmicas das relações virtuais é por meio do levantamento, sistematização e análise dos metadados. Estes são como uma espécie de pegada deixada pelos internautas ao desenvolverem as relações virtuais e se sociabilizarem na *Web*. É como ter acesso ao nosso histórico de navegação, com todos os cliques e coisas que vimos e interagimos. Cada uma dessas ações deixou marcas, pegadas, que podem nos interessar para pesquisa.

Consideramos que os metadados são uma poderosa fonte de informação quanto as dinâmicas sociais nas mídias digitais e nas redes sociais virtuais. O instrumental metodológico para analisá-los se chama Netnografia.

A NETNOGRAFIA

A netnografia é um procedimento metodológico que começou a ser desenvolvido a partir do surgimento de comunidades virtuais, no final dos anos 1980, com o surgimento de alguns *blogs* e fóruns de discussão na *Web*. Um estudo interessante sobre a etnografia de *blogs* ou a netnografia dos *blogs* foi realizado por Cubillos (2006, p.2), segundo ela

A perspectiva etnográfica da Internet não é uma descrição do senso comum de como ‘são as coisas’, mas antes de tudo uma descrição carregada de teoria, para descrever o que acontece com o olhar um pouco mais distante do observador-pesquisador. Essa descrição é válida na medida em que nos permite encontrar um sentido enriquecido dos significados que adquire nas culturas que a hospedam e uma certa compreensão da extensão em que nossas crenças sobre a Internet influenciam nosso relacionamento com a tecnologia e os relacionamentos que nós construímos por meio deles. (Tradução nossa)⁴

De maneira geral, a netnografia possui forte relação com os estudos etnográficos. Este, por sua vez, se trata de um procedimento de pesquisa em que o pesquisador deve submergir no mundo que estuda para buscar interpretar e entender as relações sociais dos sujeitos com objetivo de atribuí-las sentido, quer por suposição ou pela maneira implícita que os próprios sujeitos dão sentido às suas vidas (GEERTZ, 2001).

Uma das principais características da etnografia é a proximidade do pesquisador com o colaborador de pesquisa, já para a netnografia de *blogs*, Cubillos (2006) afirmou que há um certo distanciamento. Não poderia ser diferente, pois se tratou da análise das postagens e das interações dos sujeitos que participaram dos *blogs*, não sendo necessária a intervenção do pesquisador. Contudo, nem todos os estudos etnográficos ocorrem desta maneira, pois há aqueles em que há a interação e proximidade do pesquisador com o colaborador pesquisado, assim como, também, há a transposição das relações virtuais para as presenciais.

É o caso de um interessante estudo feito por Pelúcio e Cervi (2013), intitulado “Traições, Pequenas Mentiras e Internet: conjugalidades contemporâneas e usos de mídias digitais”. Ele se tratou de uma pesquisa feita em dois famosos *sites* de relacionamentos, Ashley Madison e Second Love, destinados a relacionamentos extraconjugais e aos sujeitos de classe média e alta. No referido estudo, as pesquisadoras fizeram seus perfis em ambos os *sites*, estabeleceram contatos e desenvolveram conversas com alguns homens e, então, marcaram os encontros de modo presencial, em que deixavam claro que se tratava de uma pesquisa.

Por mais que não pareça, há pontos em comum na netnografia dos *blogs* feito por Cubillos e na netnografia feita por Pelúcio e Cervi. Como exporemos mais adiante, houve a análise de conteúdo e de discurso nos *sites*, precedidas por uma observação sistemática, em ambas as pesquisas. Contudo, a principal diferença metodológica está que enquanto a primeira pesquisa focou na observação sistemática, a segunda

⁴ La perspectiva etnográfica de Internet, no es una descripción de sentido común de cómo “son las cosas”, sino que es sobre todo una descripción cargada de teoría, para describir lo que sucede con la con la mirada un poco mas distante del observador-investigador. Dicha descripción tiene validez siempre que nos permita encontrar un sentido enriquecido, de los significados que va adquiriendo en las culturas que la alojan, y un cierto entendimiento de hasta que punto nuestras creencias acerca de Internet influyen en nuestra relación con la tecnología y sobre las relaciones sociales que construyamos a través de ellas.

se desdobrou em uma observação participante, procedimento tão característico da etnografia.

É nesse sentido que a netnografia consiste tanto na análise de discurso e conteúdo das mídias digitais, sejam eles *blogs*, *fanpages* ou fóruns de discussão, como também na submersão e no desenvolvimento de relações mais próximas entre o pesquisador e o colaborador em redes sociais virtuais. O trabalho de campo pode ser feito tanto nas mídias digitais e em redes sociais virtuais – não no não-lugar como afirmou Seamon (2008), e sim pelos nós e fluxos das redes, constituindo assim meios de comunicação, de relacionamento e de dinâmicas culturais fornecendo “pistas evidentes da conexão da antropologia com a cibercultura” (MONTARDO; ROCHA, 2005, p.08) – como *in loco* e em presença com os colaboradores.

Podemos perceber que a netnografia não se trata de uma transposição para virtual das formas de pesquisa presenciais e sim ela é um instrumental metodológico que permite estudos acurados das relações sociais virtuais e que, em muitos momentos, se confunde e complementa com os instrumentais tradicionais, tais como: a observação sistemática e participante, análise de conteúdo e de discurso, entrevistas, questionários etc.

De modo resumido podemos afirmar que a netnografia apresenta algumas vantagens para o desenvolvimento das investigações as metodologias tradicionais, tais como: menos tempo para sua execução, ser menos custosa financeiramente e, em alguns casos, menos invasiva, pois podemos somente observar e analisar os comportamentos dos sujeitos em *blogs*, *fanpages*, fóruns de discussão etc., sem que este interfira diretamente no processo como participante presente (KOZINETS, 2002). Por outro lado, ela perde em termos de relação presencial. Há de se considerar que as relações presenciais são fundamentais para o desenvolvimento de algumas pesquisas, principalmente, aquelas que não abordam estritamente as dinâmicas de sociabilização e, também, se focam na percepção e entendimento das dinâmicas espaciais e temporais, como é caso da Geografia e História, por exemplo. Contudo, não devemos negligenciar a potencialidade da netnografia para estas Ciências, já que na atualidade percebemos que as relações sociais virtuais estão, cada vez mais, imbricadas com as relações presenciais.

ABRINDO A CAIXA DE FERRAMENTAS DA NETNOGRAFIA

Até este ponto do texto, discutimos como as relações virtuais se tornaram importantes no cotidiano dos sujeitos e como a netnografia pode ser um interessante instrumental para entender este fenômeno. Demos alguns exemplos de estudos em que se desenvolveu esta metodologia de pesquisa, o que nos permitiu perceber algumas potencialidades e limites. De toda maneira, nos parece que há algumas questões em aberto: como a netnografia funciona? Quais são os seus principais procedimentos?

Pensando numa espécie de passo-a-passo dos procedimentos que constituem a netnografia, podemos indicar a webmetria, análise de discurso, análise de conteúdo e análise das redes sociais (KOZINETS, 2002) como as suas principais ferramentas. Para auxiliar na exposição, buscamos exemplificar cada um desses procedimentos com alguns estudos que desenvolvemos.

WEBMETRIA

A webmetria se trata do levantamento de dados em mídias e redes sociais virtuais seguida da análise quantitativa e estatística. Normalmente, ela é realizada por meio de *softwares* que levantam as informações de uma API (*Application Programming Interface*) – que são um conjunto de procedimentos de programação para acesso a um aplicativo de *software* ou plataforma baseado na *Web* – e sistematizam estas informações em um banco de dados.

Os metadados que mencionamos são captados de uma API. Ela contém tanto o nosso histórico de navegação na *Web* como a estrutura do *site* que navegamos. Metaforicamente, está na API tanto os dados de nossas pegadas como do solo que pisamos. Para ficar um pouco mais claro do que se trata os metadados, acesse um mapa qualquer pelo navegador Google Chrome e em seguida abra as ferramentas de desenvolvedor. Lá poderá ser visto uma série de dados a respeito daquele mapa que está aberto – latitude, longitude e os códigos de ícones, cores, linhas, pontos e polígonos – assim como, o histórico de uma rota de navegação plotada. Em resumo, a API é onde estão os dados brutos, sistematizados e em linguagem de programação das páginas eletrônicas que visitamos, assim como de nossa navegação. Ter acesso a estes dados é como refazer os nossos caminhos e interações na *Web*.

Nesse sentido, é mais adequado que a webmetria seja realizada por meio de *softwares* capazes de captar, processar e sistematizar esses dados das APIs, tendo em vista que é muito trabalhoso captar uma quantidade razoável de dados de forma manual. É muito trabalhoso, mas não impossível. Para que se torne viável a webmetria feita de forma manual é necessário realizar um recorte de pesquisa muito consistente, por exemplo: estudar um certo *post* de uma rede social virtual de um *digital influencer* que possuímos interesse ao invés de pesquisar a sua rede como um todo, ou seja, todas as suas postagens e interações.

Para isto, antes de tudo, precisamos definir o tema de pesquisa, buscar suas manifestações em diferentes redes sociais e, só então, selecionar o perfil ou página que iremos pesquisar e, por conseguinte o *post*.

Em caráter de exemplo para este manuscrito, fizemos um ensaio acerca do tema adoecimento docente e buscamos as principais páginas que havia menções no Facebook. Encontramos as páginas “Professores da depressão”, “É tudo culpa do professor” e “Diego Almeida” como aquelas com maior engajamento nesta rede social virtual. Desta, a que se destacou foi a última, pois ela possuía o maior número de seguidores e de interações. Já navegando por esta página, selecionamos o *post* que houve a maior interação – curtidas, comentários e compartilhamentos – acerca do tema de pesquisado. Somente então, que pudemos partir para a análise de discurso e de conteúdo.

Como podemos notar, a webmetria feita de forma manual é muito mais restrita em termos de quantidade e qualidade de dados. Mas, ela é um procedimento eficiente caso não se tenha condições de adquirir um *software* para isso, não se tenha a habilidade para manipulá-lo ou não seja necessário um maior aprofundamento para a pesquisa a ser realizada.

Por outro lado, se quisermos realizar uma pesquisa de uma rede social virtual como todo – de um perfil, página ou *fanpage* com todas as postagens e interações –, mídias digitais com grande quantidade de dados ou mesmo motores de busca *Web*, é necessário a utilização de alguns *softwares* que realizam estes procedimentos. Estes *softwares* são denominados de *crawlers* ou *scrapers*, como por exemplo: o NodeXL e o Octoparse. O primeiro se trata de uma *plugin* para o MS Excel e o segundo

de uma plataforma *Web*. Ambos possuem versões gratuitas e pagas e geram planilhas com alguns dados que selecionamos como importantes para a pesquisa. Considerando o Facebook, o Twitter e o Youtube, por exemplo, podemos captar as IDs dos internautas que interagiram, *likes*, comentários, compartilhamentos, localização etc. No caso do Google podemos, por exemplo, selecionar determinada palavra e mensurar sua frequência de citação em jornais, periódicos, *blogs* etc.

A webmetria é melhor executada em redes sociais virtuais, pois em mídias digitais e motores de busca é muito difícil a mensuração acerca da interação entre os internautas, pois muitas vezes eles nem existem e este não é o fundamento destas plataformas. Já para as redes sociais a interação entre os internautas é um pressuposto e conseguimos facilmente identificar os internautas que interagem entre si e onde, como, quanto e quando interagem. A partir desses dados podemos desenvolver representações gráficas que facilitam a nossa leitura, os grafos.

Como podemos constatar, a webmetria quando realizada com *softwares* adequados pode nos permitir não somente a simples contabilização das interações sociais e sim, também, estabelecer os fluxos de relações entre os internautas. Realizamos este procedimento em um estudo de alguns bares localizados em uma área que exerce significativa centralidade de lazer noturno na cidade Presidente Prudente-SP (TURRA NETO, BERNARDES, 2013; BERNARDES, 2016), assim como em um grupo vinculado ao movimento Hip-hop na cidade de Macaé (SOUZA, BERNARDES, 2017).

ANÁLISE DE CONTEÚDO

Feita a webmetria, se recomenda partir para a análise de conteúdo. Não se trata de uma hierarquia procedimental, pois há casos que os procedimentos são feitos de modo concomitante e em outros casos não. O pesquisador deve ter a sensibilidade para saber o melhor momento de executar cada um dos procedimentos.

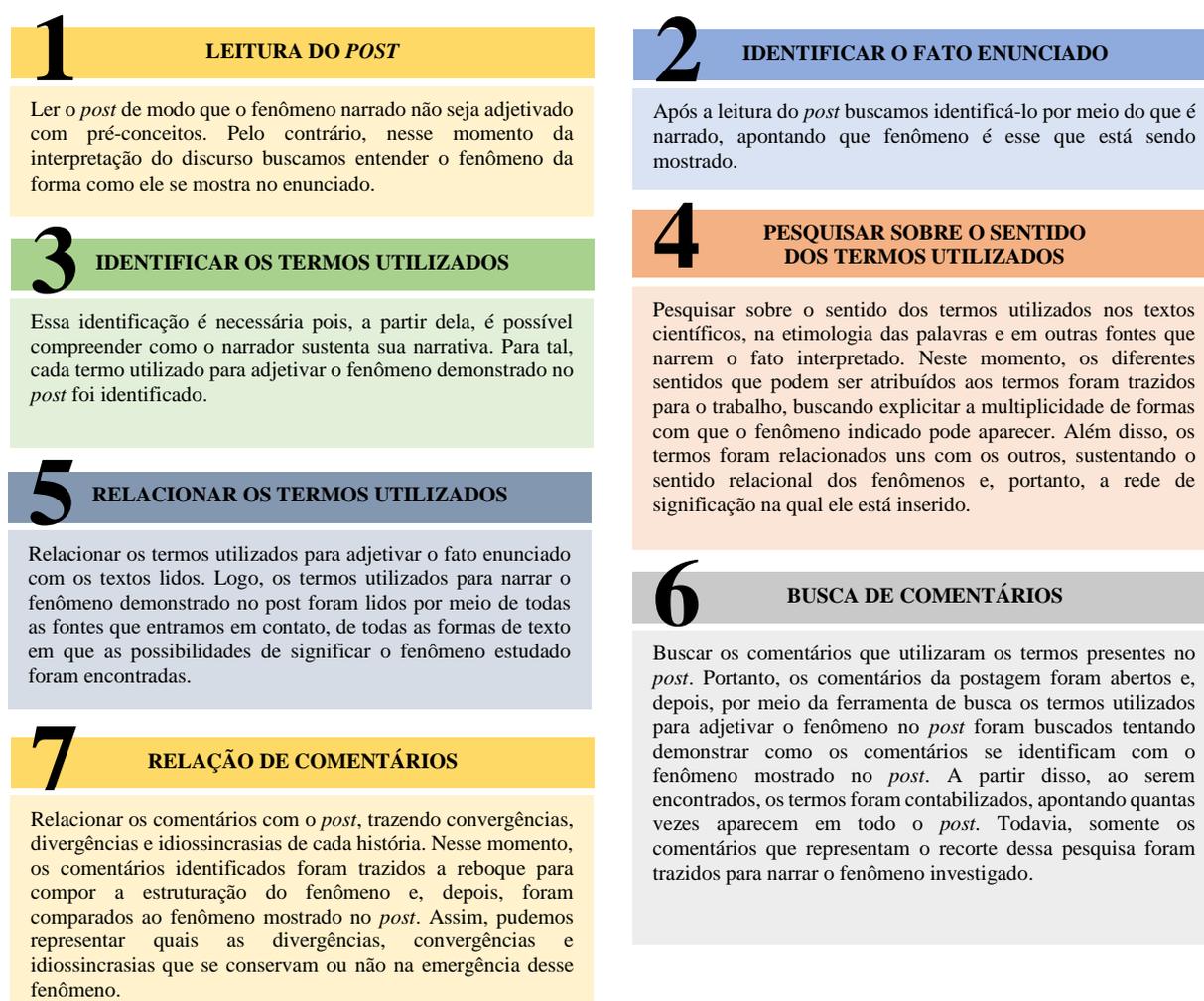
De maneira geral, a análise de conteúdo está vinculada ao estudo da frequência de ocorrência de determinados termos, construções e referências em um dado texto ou diálogo e na interpretação dos significados atribuídos as mensagens e como elas foram interpretadas tanto pelos seus receptores quanto pelo emissor.

Em ambas as investigações que mencionamos como exemplo realizamos a análise de conteúdo. Na pesquisa da página do Facebook de “Diego Almeida” os termos buscados para selecionar o *post* foram: “adoecimento”, “doença” e “doente”. Selecionado o *post*, seguimos os seguintes procedimentos, conforme está demonstrado na figura 1:

A análise de conteúdo tem por objetivo destacar a frequência de uso de determinadas formas de linguagem, assim como o modo de sua utilização tanto no *post* como em seus comentários. Esse procedimento nos permite interpretar os aspectos particulares e universais do tema pesquisado, pois significa que ele foi utilizado por um certo número de internautas num contexto similar.

Com isso, constatamos que na página de “Diego Almeida” o tema de adoecimento docente veio acompanhado de palavras, como cansaço, exaustão e *online*. Isto nos permitiu afirmar que para os professores que se manifestaram na página eletrônica o cansaço está intimamente relacionado ao ensino remoto, ou seja, o ensino *online* – ao menos para o período estudado.

Figura 1. Etapas da análise de conteúdo do *Post*



Fonte: Elaborado pelo autor, 2021

Já para a análise de conteúdo que realizamos nas *fanpages* do Facebook de bares na cidade de Presidente Prudente e de grupos de movimento Hip-hop na cidade de Macaé (TURRA NETO, BERNARDES, 2013; BERNARDES, 2016; SOUZA, BERNARDES, 2017), seguiu os mesmos procedimentos que indicamos na Figura 1. Por meio dela foi possível tomar conhecimento de gírias e termos nativos utilizados pelos internautas – tanto presencialmente como virtualmente –, assim como entender o contexto de interação e as dinâmicas sociais social que eles desenvolveram.

Por fim, para a análise de conteúdo é possível utilizar *softwares* que facilitam o trabalho, como Iramuteq, por exemplo. Ele é *software* gratuito de análise textual que nos permite fazer desde nuvens de palavras até tabelas com o número de ocorrências de determinados termos e redes que nos indicam quais os termos que mais tiveram relações entre si. Sem dúvida alguma que este *software* facilita o trabalho que poderá nos levar para uma interpretação de contexto mais aprofundada, a análise de discurso.

ANÁLISE DE DISCURSO

A análise de discurso é uma espécie de desdobramento da análise de conteúdo, justamente porque ela deriva da interpretação de contexto inicial que realizamos. Em verdade, ela se trata de um aprofundamento da análise de conteúdo, mas passando a estar centrada nos aspectos qualitativos. Por meio dela buscamos interpretar os padrões de linguagem utilizados. Isso incorre em considerar os discursos em suas diferentes formas, consciente ou inconsciente, incluindo fatores cognitivos e sociais e, no caso das relações virtuais, é necessário considerar as influências ocasionadas pelos dispositivos tecnológicos.

A análise de discurso é considerada uma metodologia de pesquisa transdisciplinar porque por meio dela não trabalhamos com a língua, nem com a linguagem e tampouco com o texto, mas com o discurso, ou seja, como os sujeitos articulam cada um desses elementos e lhe atribuem sentido.

Com isso temos que considerar que o discurso é heterogêneo porque sempre está sob a influência de outros discursos, num contexto de confrontações, complementações e dominação, formando uma rede de sentidos.

[...] o discurso é essa conjunção necessária da língua com a história, produzindo impressão da realidade. O gesto da formulação é o gesto ideológico mínimo, o que consome o imaginário no sujeito (a sua relação imaginária com a realidade) em que o assujeitamento 'se realiza precisamente no sujeito sob a forma de autonomia'. (ORLANDI, 2004, p.40)

Resumindo, podemos afirmar que o discurso é uma construção sócio histórica e ideológica, relacionando consciência e inconsciência, elementos simbólicos e materiais, sincronias e anacronias, divergências e convergências.

Orlandi (2004) estabeleceu que a produção do discurso possui três momentos que devemos levar em conta na investigação: constituição, formulação e circulação. A constituição é o momento em que, a partir da memória do dizer, intervém o contexto histórico-ideológico mais amplo. A formulação está relacionada com o momento da enunciação, ou seja, é o momento que o sujeito manifesta o discurso. Por fim, a circulação ocorre em determinada conjuntura e conforme determinadas condições, em outras palavras, o discurso pode ser falado ou escrito e a forma com que ele circulará vai depender do contexto em que ele foi produzido e dos meios de comunicação que serão utilizados para sua divulgação.

A partir do exposto, pelo ensaio metodológico que realizamos na página de "Diego Almeida", o *post* selecionado para análise por si só já nos indicou um discurso acerca do adoecimento docente e suas formas de exaustão. Notou-se que os comentários feitos no *post* foram por ele influenciado, tanto que buscaram atribuir sentido a ele por meio de diferentes narrativas. Elas se referiam aos fenômenos positivos do trabalho docente, intercalando com a narrativa acerca da exaustão e críticas ao ensino remoto. Para este caso não houve controvérsias, confrontações e *hates*, como comumente encontramos nas redes sociais virtuais. Mas, sem dúvida as complementações para o *post*, feitas nos comentários, nos ajuda a entender o contexto em que as narrativas foram colocadas e como buscaram construir um sentido discursivo para ele com base nas experiências dos colaboradores.

Já para os estudos realizados com o grupo do movimento Hip-hop na cidade de Macaé (SOUZA, BERNARDES, 2017), podemos afirmar que a análise de discurso foi feita de forma concomitante a observação participante e pelo acompanhamento

diário dos *posts* nas respectivas *fanpages*, pois queríamos estar inteirados acerca da organização e divulgação de eventos. Com isso, fomos tomando contato com o sentido que os internautas atribuíram aos eventos, as disposições dos sujeitos, as organizações paralelas, as gírias e suas significações, os locais de encontro, a identificação dos sujeitos-chaves – sua identificação estará vinculada a análise de redes sociais, como exporemos adiante – que articulavam a rede social e sua forma de influência sobre os demais discursos, etc. Em suma, conseguimos não só entender o sentido do discurso, mas nos apropriamos do discurso, o que nos possibilitou maior proximidade com os colaboradores no decorrer da observação participante.

Por fim, podemos resumir a análise de conteúdo sob alguns questionamentos, os quais podem servir de parâmetro em nossas investigações, sendo: quem fala? Qual a sua situação – lugar – e qual posição ocupa na sociedade? Em que formação discursiva se inscreve? Que direitos lhe são reconhecidos institucionalmente? Que valores estão em jogo?

ANÁLISE DAS REDES SOCIAIS

A análise das redes sociais é o último procedimento para o desenvolvimento da netnografia. Ela é a muito tempo utilizado em estudos das Ciências Sociais para os estudos das redes sociais presenciais. Mas, a partir do momento em que passou a ser utilizada para as investigações das mídias e redes sociais virtuais o foco da análise se assentou em estudar as

[...] relações (caracterizadas por conteúdo, direção e força), laços sociais (que conectam pares de atores através de uma ou mais relações), multiplexidade (quanto mais relações um laço social possui, maior a sua multiplexidade) e composição do laço social (capital social derivado dos atributos individuais dos atores envolvidos). (RECUERO, 2005, p.03)

As relações se tratam do fluxo de informações entre os sujeitos, considerando se ela é unidirecional ou bidirecional – recíproca entre os sujeitos –, por exemplo. Os laços sociais são os fluxos propriamente ditos ou, como se diz nas teorias das redes, são as arestas. Quanto a multiplexidade, ela é a quantidade de relações vinculadas a um fluxo – pode ser considerada como a intensidade da relação, se um sujeito remete mais mensagens ou interage mais com o outro. Por fim, a composição do laço social se refere ao nó – representação para o sujeito – e suas peculiaridades dentro da rede.

Somado a isso é possível tomarmos as considerações de Granovetter (1973; 1983) em relação os laços fortes e os laços fracos. De modo geral, a sua ideia é que as redes sociais são compostas por sujeitos que formam *clusters* – uma espécie de grupo – com laços mais fortes entre si, ou seja, há maior coesão entre os sujeitos e isso implica numa maior incidência de fluxos entre eles. Todavia, há aqueles sujeitos que, embora apresentem laços mais fracos, atuam como pontes entre grupos, disseminando novas informações e constituindo a própria essência das redes sociais, ou seja, conectando grupos e evitando o isolamento social (KAUFMAN, 2012).

Consideramos tanto os laços fortes como os laços fracos, como proposto por Granovetter (1973; 1983), para definir quem são os sujeitos-chaves (TURRA NETO, BERNARDES, 2013; BERNARDES, 2016; SOUZA, BERNARDES, 2017) para o

desenvolvimento das pesquisas que realizamos⁵. Os sujeitos-chaves são tanto aqueles que desenvolvem laços fortes – os *digital influencers* ou, em português, os influenciadores digitais – como aqueles que desenvolvem os laços fracos – *sharers*, que são os sujeitos compartilhadores de conteúdo, embora eles possam ou não ter uma influência substancial na rede, eles certamente são capazes de espalhar um informação. Eles são nós centrais numa rede, pois podem influenciar a rede social virtual como um todo por mediar a relação entre diversos grupos e/ou possuem grande poder de influência ou decisão numa ou em várias redes sociais frente as possibilidades da ação coletiva.

Para o estudo acerca do grupo do movimento Hip-hop da cidade Macaé (SOUZA, BERNARDES, 2017) percebemos que havia uma maior coesão de grupo e a formação de um *cluster* mais homogêneo, com poucos isolamentos sociais. Os laços fortes se configuravam como o parâmetro da rede, mas isso não significava que não havia laços fracos, pelo contrário, eles existiam e ajudavam na composição da rede.

Pela interpretação da rede social virtual do grupo de Hip-hop podemos afirmar que havia uma coesão ideológica e simbólica entre os sujeitos, fenômeno que se confirmou por meio de trabalho de campo, principalmente, para as ações sociais de apropriação do espaço urbano que eles realizaram na cidade, assim como para a organização de eventos.

É interessante notar que neste tipo de grupo é muito mais comum o desenvolvimento de linguagens singulares que caracterizam o grupo. Muito diferente do estudo que fizemos para alguns bares na cidade de Presidente Prudente (TURRA NETO, BERNARDES, 2013), em que não havia a formação de linguagens e tampouco a articulação para a apropriação de espaços na cidade. Havia sim uma preocupação mais imediata com o consumo e as formas de sociabilização, isto, exceto para o bar destinado aos gays.

É pela análise das atividades dos sujeitos-chaves nas redes sociais virtuais e pelo desenvolvimento de pesquisa *in loco* que é possível traçarmos o liame entre a rede social virtual e a rede social presencial. Esse procedimento é necessário, principalmente, para o desenvolvimento de pesquisas que não se dedicam estritamente a interpretação das formas de sociabilização dos sujeitos e para verificação de correspondência entre os sujeitos-chaves das redes sociais virtuais para as presenciais. É intrigante notarmos que nem sempre os sujeitos-chaves nas redes sociais virtuais possuem a mesma centralidade social em presença, nas redes sociais presenciais (TURRA NETO, BERNARDES, 2013; SOUZA, BERNARDES, 2017).

Acompanhar os passos dos sujeitos-chaves numa rede social virtual ou em mídias digitais é um procedimento que pode nos permitir cortar caminhos no desenvolvimento de uma pesquisa, assim como em criar pontes com certos grupos e movimentos sociais que estudamos. A influência deles numa rede social é imensa, tanto, que eles são acompanhados de perto por grandes empresas. Cabe destacar que estas influências não se restringem as relações virtuais, porque são transpostas para o presencial. Basta notarmos como eles indicam modos de consumo, de apropriação da cidade, de desenvolvimento de movimentos sociais, de formas de investimento, etc.

Como bem sabemos, o *digital influencer* se tornou uma profissão devido a sua influência e centralidade numa rede social, os *sharers* não. Mas, é justamente o

⁵ Cabe destacar que para o ensaio que fizemos acerca da *fanpage* de “Diego Almeida” não foi possível desenvolver a análise da rede social virtual, pois ao optarmos por fazer a netnografia de forma manual e em um *post*, colocamos de lado a possibilidade de captação de dados de sua rede social como um todo por meio de *softwares*.

sharers que dinamizam as redes sociais virtuais por interligarem diferentes grupos. Tanto um como outro causam preocupação quando criticam determinada empresa nas redes sociais virtuais, pois, normalmente, há estragos na imagem da empresa. Ora, mas já se perguntaram como uma empresa descobre que nós, mesmo não sendo *digital influencer* ou *sharer*, a criticamos nas redes sociais virtuais? Simples, elas nos monitoram por meio de robôs, basta fazermos a citação de uma determinada palavra que lhes interessa, que lhe acenderá o sinal de alerta. Para as empresas a diferença entre nós e os sujeitos-chaves numa rede social virtual é o tempo resposta e se nossas demandas serão ou não atendidas conforme a potencialidade da rede que temos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A nossa proposta de discussão esteve centrada em expor e discutir algumas maneiras de observar as dinâmicas virtuais pelo lado de dentro, esmiuçando e revirando seus elementos, tal como algumas empresas, programadores e um pequeno grupo de cientistas fazem, mas que ainda é pouco utilizado nas Ciências Humanas, em especial na Geografia. Cada procedimento que discutimos vai nesse sentido, de tornar operacional e procedimental aquilo que aparece como encantamento ou como caos.

Webmetria, análise de conteúdo, análise de discurso e análise de redes sociais são os principais procedimentos da netnografia, que contemplam tanto aspectos qualitativos como quantitativos. Cabe reiterar que cabe ao pesquisador sentir como e quando deve utilizar cada um dos procedimentos, pois a netnografia pode se encerrar tanto na análise das relações virtuais ou se desdobrar, *in loco*, para o contato presencial em que os sujeitos-chaves podem ser os nossos mediadores. Neste último caso a pesquisa pode se abrir para outros tantos procedimentos metodológicos em conformidade com o fenômeno pesquisado, desde o simples diálogo com os sujeitos até observação participante, realização de entrevistas, história oral, aplicação de questionários etc.

De toda maneira, é por meio do desenvolvimento de metodologias como a netnografia que podemos melhor entender as dinâmicas virtuais e sua relação com as dinâmicas presenciais com intuito de superar a dicotomia de tratar cada um destes âmbitos como paralelos e passá-los a entender como uma totalidade que é a realidade deste fenômeno contemporâneo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BERNARDES, Antonio. Relações de interface, redes e cidades médias: o caso de Presidente Prudente, Brasil. In: CASTRO, F. V. de; FERNANDES, J. L.; GAMA, R. (orgs.) **Redes, capital humano e geografias da competitividade**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2016.

CUBILLOS, Mariela Ferrada. Etnografía un enfoque para la investigación de weblogs en Biblioteconomía y Documentación. **Biblios**. Santiago, ano 7, n.23, 2006, p.1-9.

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

GRANOVETTER, Mark. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, Chicago: University Chicago Press, 1973 v. 78, Issue 6, p.1360-1380.

GRANOVETTER, Mark. The strength of weak ties. **American Journal of Sociology**, Chicago: University Chicago The strength of weak ties: a network theory revisited.

Sociological Theory. San Francisco, Califórnia: Ed. Randall Collins. 1983. série Jossey-Bass, v.1. p.2001-2233.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

KAUFMAN, Dora. A força dos “laços fracos” de Mark Granovetter no ambiente do ciberespaço. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 23, p. 207-218, jun. 2012.

KOZINETS, Robert. V. **The field behind the screen: using netnography for marketing research in online communities**. 2002. Disponível em: <<http://www.nyu.edu/pages/classes/bkg/methods/netnography.pdf>> Acessado em: 05/08/2017.

MASSEY, Dorren. O sentido global de lugar. In: **O espaço da diferença**. ARANTES, Antonio A. (org). Campinas: Papirus, 2000.

MONTARDO, Sandra. P.; ROCHA, Paula. J. Netnografia. Incursões metodológicas na cibercultura. **Revista E compós**, 2005. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/55/55>> Acessado em: 25/09/2017.

ORLANDI, Eni. **Cidade dos sentidos**. Campinas: Pontes, 2004.

PELÚCIO, Larissa; CERVI, Mariana. Traições, Pequenas Mentiras e Internet: conjugalidades contemporâneas e usos de mídias digitais. **Gênero na Amazônia**. Belém, n.3, 2013, p.25-51.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet: Considerações Iniciais. **Revista E Compós**, 2005. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/redes_sociais.pdf> Acessado em: 25/09/2017.

SEAMON, David; SOWERS, Jacob. Place and Placelessness, Edward Relph. In: **Texts in Human Geography**. HUBBARD, P. et. al. (orgs.) Londres: Sage, 2008, p. 43-51.

SOUZA, Thais D. de; BERNARDES, Antonio. Da rua à internet, há a rua: sociabilidade e identidade Hip-hop na cidade de Macaé, Rio de Janeiro. In: **Ra'e Ga**, Curitiba, v.42, p. 21-35, 2017.

TURRA NETO, Nécio; BERNARDES, Antonio H. Relações de interface e centralidade de lazer noturno em Presidente Prudente – São Paulo. **Anais. XIII Simpósio Nacional de Geografia Urbana**. UERJ, 2013.

VIRILIO, Paul. **Espaço crítico e as perspectivas do tempo real**. Rio de Janeiro: 34, 1995.