

UMA PERSPECTIVA ETNOMETODOLÓGICA PARA O ESTUDO DE BLOGS

Daniel DANTAS
Mestrando em Estudos da
Linguagem / Universidade Federal
do Rio Grande do Norte

RESUMO

A Internet tem possibilitado o desenvolvimento de novas formas de sociabilidade. Uma das manifestações de construção de relações intersubjetivas é o crescimento dos blogs, que têm motivado a realização de pesquisas em diversas áreas das ciências humanas. Faz-se necessário definir uma abordagem metodológica apropriada para a pesquisa, no ciberespaço, das relações e comunidades sociais presentes. Nossa pretensão é apresentar a etnometodologia como uma metodologia possível para abordagem do fenômeno, destacando os seus princípios-chaves como meios de aproximação adequada ao chamado ciberespaço, em particular os blogs. Desse modo, conceitos como a prática, a indicialidade, a reflexividade, a accountability e a noção de membro aparecem como parâmetros possíveis para uma abordagem das relações sociais na Internet.

Palavras-chaves: Internet. Blogs. Etnometodologia.

ABSTRACT

The Internet has fostered the development of new forms of sociability. One manifestation of the construction of intersubjective relationship is the blogs, which have motivated

research in different areas of human sciences. In this study, we present etnomethodology as a possible methodology to study the phenomenon, highlighting its key principles as ways of adequate approach to the so-called cyberspace, in general, and to the blogs, in particular. Thus, such concepts as practice, indexability, reflexivity, accountability and membership appear as possible parameters for an approach of social relationships on the Internet.

Key-words: Internet. Blogs. Etnomethodology.

INTRODUÇÃO

A Internet, desde sua origem comercial há cerca de dez anos, tem sido campo para o desenvolvimento de novas formas de sociabilidade, criadas a todo o tempo. Uma dessas maneiras de manifestação de subjetividades e construção de relações intersubjetivas surgida no fim da década passada e que encontrou um crescimento mundial expressivo a partir do ano 2000 foi o fenômeno dos blogs, páginas pessoais livres e gratuitas, nascidas na forma de diários virtuais¹.

Como um fenômeno que tem adquirido relativa relevância no ciberespaço², os blogs têm motivado a realização de pesquisas acadêmicas nas mais diversas áreas. Certamente, um ponto fundamental em pesquisas dessa natureza é a definição de uma abordagem metodológica apropriada para a pesquisa do ciberespaço, das comunidades presentes na Internet e, conseqüentemente, dos blogs.

Por isso, nossa pretensão é apresentar a etnometodologia como uma metodologia de pesquisa social possível de ser aplicada aos nossos estudos dos processos de intersubjetividade virtual na leitura de blogs. Com esse intuito, apresentaremos a seguir os conceitos-chave e as categorias analíticas mais importantes da etnometodologia, com destaque às noções de indicialidade e de membro, buscando construir uma ponte com os estudos do ciberespaço e das relações sociais na Internet.

1. UMA SOCIOLOGIA DO SENSO COMUM.

A etnometodologia define-se como o estudo dos etnométodos, ou seja, é o estudo do conjunto de modos de agir, procedimentos, atividades e saberes

Uma perspectiva etnometodológica para o estudo de blogs

que se constituem nos grupos, dando-lhes reconhecimento, distinção e possibilitando compreensão, comunicação, vida em conjunto – mesmo conflitiva – e a construção de um mundo social por parte dos membros, por meio das interações intersubjetivas, que também terminam sendo regidas por esses etnométodos (COULON, 1995a, p. 52).

A linguagem, sendo entendida como interação social, é um dos motores de construção da realidade. Em outras palavras, é na linguagem que se manifestam de maneira mais concreta os etnométodos. Isso deve significar que é para a linguagem que os analistas precisam se voltar para entender os processos intersubjetivos de organização, construção e funcionamento dos grupos sociais. Enunciados e diálogos, como conversações de toda espécie, se habilitam como fundamento para análise da etnometodologia. Como diz Marques (2004):

Ao falar, o homem não se limita a designar e a significar a sua relação com um mundo preexistente; constrói também sentidos novos já que as palavras não são etiquetas coladas a uma realidade singular, mas construções culturais destinadas a mediatizar a relação do homem com o mundo (MARQUES, 2004).

Com isso, queremos dizer que a etnometodologia trabalha com o conhecimento do senso comum como um *modo de ver o mundo*, no qual todas as coisas têm sua relevância e significado próprios (MARQUES, 2004). Assim, esse tipo de conhecimento, revalorizado como uma forma possível de explicar os fatos da vida pela etnometodologia, segundo Marques (2004),

é uma capacidade que o sujeito possui de captar as realidades básicas através da experiência e de chegar a conclusões sensatas, sem fazer distinções entre a ordem natural, o domínio da linguagem, o mundo da cultura e a esfera da consciência individual (MARQUES, 2004).

Não há diferença, para a etnometodologia, entre a natureza dos métodos que os sujeitos usam para se compreender e compreenderem o mundo social construído pelo grupo no qual se insere, e entre os métodos de que a sociologia profissional se utiliza para chegar a um conhecimento de estatuto científico acerca do mesmo mundo social (COULON, 1995a, p. 55). Ambos os métodos são utilizados como instrumentos para compreensão da vida e da realidade social e têm eficácia semelhante.

A sociologia tradicional supõe, no entanto, que o sentido das ações dos atores sociais só está acessível aos sociólogos profissionais. Para ela, o ator ignora a fonte e o significado real de suas ações do dia a dia. Na expressão clássica de Garfinkel, a sociologia costuma entender o ator social como um “idiota cultural” (COULON, 1995a, p. 53). A etnometodologia reverte a

afirmação da passividade e da ignorância dos atores afirmando os etnométodos, a partir da interação entre os sujeitos sociais, como fundamento da pesquisa sociológica. Em outras palavras, para os etnometodólogos, o conhecimento sociológico está disponível para investigação a partir do entendimento dos sujeitos sobre o funcionamento social, já que nessa linguagem e na interação, a realidade social se estrutura e se define.

Isso acontece porque os sujeitos envolvidos na ação social pretendem ser capazes de afirmar a verdade como ela é. A verdade, neste caso, pode ser tomada como mais uma construção social do grupo. Assim, a análise etnometodológica esclarece de que maneira as coisas vêm a ser como são nos grupos sociais, de que maneira cada grupo e cada membro apreende e dá sentido à realidade e por quais processos intersubjetivos à mediação da linguagem entre os grupos e os seus lugares constroem a realidade social que afirmam. O membro de um dado grupo social é aquele que domina a linguagem natural e adquire a competência social dessa coletividade (ZIMMERMAN *apud* COULON, 1995a, p. 90).

Segundo Coulon (1995a, p. 13), porque os atores não entendem da mesma forma ou vêem a mesma coisa nas ações sociais das quais tomam parte, qualquer possibilidade de um conhecimento intersubjetivo real deveria ser descartada. Isso, no entanto, não ocorre devido a duas “idealizações” que os atores utilizam. Em primeiro lugar, os atores idealizam a possibilidade da troca de pontos de vista, quer dizer, eles imaginam poder se colocar no lugar do outro e, assim, adotar um outro ângulo de visão. Em segundo lugar, eles imaginam que os demais atores com quem se envolvem nas ações sociais possuem sistemas de pertinência semelhantes aos seus, isto é, que seus interesses e razões para desenvolverem ou se envolverem nas ações partilhadas é o mesmo. Essas duas idealizações, juntas, constituem o que Coulon (1995a, p.13) chama de “tese geral da reciprocidade das perspectivas”, fundamental no “caráter social da estrutura mundo-vida de cada um”.

1.1. CATEGORIAS ANALISÁVEIS NO CONHECIMENTO DO SENSO COMUM

Para Geertz (*apud* MARQUES, 2004), o tipo de conhecimento que temos chamado de senso comum possui algumas categorias analisáveis. A primeira delas é a *naturalidade*, ou seja, o caráter de obvialidade da realidade do grupo que pode se traduzir na expressão: “as coisas são assim porque são”.

A *praticabilidade* tem a ver com a capacidade de o sujeito entender a realidade social que é construída por si e por seu grupo. Segundo Marques (2004), ser

Uma perspectiva etnometodológica para o estudo de blogs

prático, neste caso, não significa obter resultados materiais das situações, mas apreender estas situações como demandas do intelecto, como resultados de um esforço da razão para construção de uma consciência prática das coisas; para que o sujeito saiba exatamente o que é quê, quem é quem em cada contexto (MARQUES, 2004).

A *leveza* (*simplicidade* ou *literalidade*) é a capacidade do senso comum de acreditar que o mundo é o que lhe parece. O mundo está dado, e da forma como é dado o sujeito acredita entendê-lo. O mundo, dessa forma, é evidente, mas é apenas assim para os olhos que o vêem. Ou seja, a visão que cada ponto de vista tem do mundo que lhe é peculiarmente evidente, simples, não podendo naturalmente ser atribuída a uma perspectiva diferente.

Uma outra característica do conhecimento de senso comum, segundo Geertz (*apud* MARQUES, 2004), é a *não-metodicidade*³. Isso significa que os saberes do mundo elaborados pelos atores não se tornam válidos pela sua consistência interna, mas as suas diversas formas de transmissão, não metódicas, como as piadas, os mitos, servem aos sujeitos para o entendimento das diversas maneiras de viver e saberes que se encontram no mundo.

Por fim, a *acessibilidade* se marca como a presunção dos atores sociais de que podem entender as conclusões do senso comum e mesmo adotá-las. Ela é decorrente das demais quase-qualidades, como as chama Marques (2004), e surge, na verdade, a partir da constatação de cada uma delas. O conhecimento do senso comum está aberto a todos os sujeitos estáveis das formações e dos grupos sociais, não exigindo talentos ou capacidades especiais, a não ser aquelas entendidas como experiência e maturidade.

Tais quase-qualidades se realizam no contexto de cada interação social em forma de linguagem. A linguagem gera os eventos e também os explica, mediando, como já foi dito, toda a vida social, seja ela a que ocorre no mundo das relações convencionais reificadas, seja no contexto do ciberespaço.

As pesquisas etnográficas e etnometodológicas se preocupam em inscrever o discurso, anotando-o. Mas o fazem de maneira parcial, já que não têm acesso ao discurso bruto, mas apenas a uma pequena parte, constituída por fatos sociais microscópicos, mas densamente relacionados. Dessa maneira, o analista pode inferir conclusões e compreender os funcionamentos das ações sociais pesquisadas.

2. OS PRINCIPAIS CONCEITOS DA ETNOMETODOLOGIA

Coulon (1995a) destaca cinco conceitos-chave desenvolvidos pelos estudos etnometodológicos. Tais conceitos devem servir como orientação metodológica para quaisquer pesquisas etnometodológicas, além de poderem ser tomados como categorias analíticas disponíveis ao estudo dos etnométodos.

2.1. PRÁTICA OU REALIZAÇÃO

O primeiro dos conceitos-chave é a *prática* ou *realização*. Os etnometodólogos se consideram mais próximos da realidade cotidiana da vida social, já que acreditam que para entendê-la é necessário proceder a um retorno à experiência da prática e da realização dos sujeitos. Estruturam, assim, seus métodos e técnicas de coleta de dados sob a perspectiva de que os dados se deformam ao passarem pela grade da descrição científica (COULON, 1995a, p. 30).

Por ter como objeto de análise os etnométodos desenvolvidos pelos sujeitos sociais na vida cotidiana e devido à sua *postura* empírica de observação e pesquisa, a etnometodologia valoriza o saber de senso comum, analisando-o como constituinte indispensável a todo comportamento socialmente definido e a toda realidade social organizada (COULON, 1995a, p. 30). Essa realidade, então, não é entendida mais como *dada*, porém como *construída* pela interação dos sujeitos.

2.2. INDICIALIDADE

A questão da linguagem é decisiva nos estudos etnometodológicos. A vida social de interações e relações é construída por meio da linguagem (COULON, 1995a, p. 32). Esta linguagem é indicial, no sentido que ela situa os sujeitos a situações específicas. Por isso, a sociologia tradicional sempre buscou esvaziar o seu discurso desses elementos indiciais já que propõe um estatuto científico que elimine, em busca da generalização e objetivização dos fatos sociais, qualquer traço de relativismo ou contextualidade.

Já a etnometodologia entende a indicialidade como um conceito-chave, sendo assim uma das mais importantes categorias analíticas do seu projeto de estudo. Segundo Coulon, pode-se definir indicialidade como o conjunto de “todas as determinações que se ligam a uma palavra, a uma situação” (1995a, p. 33). Todo sentido que os sujeitos atribuem a um fato social ou a um enunciado é profundamente ligado ao contexto particular de ocorrência (POORE, 2004).

Uma perspectiva etnometodológica para o estudo de blogs

Indicialidade é um termo emprestado da lingüística e significa que mesmo que uma palavra tenha um sentido independente das situações e dos contextos, a mesma palavra adquire significados distintos em todo o uso que é feito dela, em cada situação particular em que ela surge (COULON, 1995a, p. 33). O sentido das palavras somente se completa em uma situação social concreta que as indexa a um determinado contexto de intercâmbio lingüístico (Id., Ibid.). Assim, afirma Guessser (2003, p. 152), os “símbolos utilizados para nossa comunicação não se encontram estabelecidos em conjuntos de regras e normas de comunicação preexistentes, mas são construídos e produzidos por processos de interpretação”.

Tradicionalmente, a indicialidade da linguagem do dia a dia é vista como um empecilho para a pesquisa, já que não permite a produção de enunciados com proposições generalizantes ou mesmo decidir a veracidade de uma coisa se não se dispõe de conhecimento sobre o contexto de sua produção. A etnometodologia entende que as expressões indiciais não são parasitas da pesquisa sociológica. Pelo contrário, é a indicialidade da linguagem cotidiana quem constrói a realidade social em que nos inserimos. Essa relação constitutiva se dá por meio do uso da linguagem, o que torna seu estudo indispensável para o entendimento de todo tipo de fato social que se analise. A realidade social depende, para existir, da indicialidade do discurso (COULON, 1995a, p. 36-37). Desse modo, Coulon (Id., Ibid.) destaca que,

ao invés de criticar a linguagem ordinária porque seria incapaz de explicar um certo número de princípios metodológicos, Garfinkel se propõe a estudá-la considerando o seu caráter indicial não como defeito, mas como uma de suas principais características, procurando como é que usamos a linguagem ordinária dando sentido, de uma maneira rotineira e banal, às expressões indiciais (Id., p. 37).

Em virtude disso, fica claro que o uso da indicialidade pela etnometodologia fundamenta, de um modo particular, a abordagem de aspectos microsociais em sua pesquisa. Guessser (2003, p. 159) ressalta que para “os etnometodólogos, compreender o mundo social, antes de tudo, é compreender a linguagem que este mundo se utiliza para se fazer compreensível e transmissível”. Se é pela linguagem, mais precisamente da indicialidade, que se constrói a realidade social, apenas os contextos mais locais são passíveis de análise, já que toda generalização é virtualmente impossível. Dessa maneira, uma sociologia, como as tradicionais, que queira partir das análises macrossociais para interpretar as interações intersubjetivas vai falhar por não compreender a linguagem ordinária como constitutiva dessa realidade social. Por isso, a etnometodologia, segundo Coulon (1995a, p. 33), afirma

que a “linguagem natural é um *recurso* obrigatório de toda pesquisa sociológica”.

Porém, é necessário que se diga que a etnometodologia busca um parâmetro de solução que possa unir os processos macro e microssociais em uma análise coerente. As pesquisas partem do entendimento de que as organizações sociais se caracterizam pela integração dos dois níveis em seu cotidiano (COULON, 1995a, p. 46). Por exemplo, para Cicourel, segundo Coulon (1995b, p. 47), uma forma de integrar esses níveis em uma análise é procurar perceber como se dão as tomadas de decisão de uma organização que interferem no seu bom funcionamento e contribuem para a construção de macroestruturas. Nessa *proposta*, em resumo, conclui-se que toda macroestrutura se constitui da mobilização ativa e seletiva de microacontecimentos sedimentados (Id., p. 49).

No mundo social do ciberespaço, ao contrário do que costuma acontecer no mundo material, os diálogos e os processos de intersubjetividade não ocorrem por meio da interação face a face. No caso das comunidades virtuais, a que denominamos comunidade blogueira, ou seja, formada por aqueles que acessam, lêem, escrevem e comentam, interagindo, em blogs na Internet, manifesta uma dependência absoluta da linguagem verbal e escrita para construção de relações de interação social. Dessa forma, é o domínio de algumas regras de escrita e participação nos blogs, manifestas na maneira de determinada linguagem, que caracteriza o sujeito social, no ciberespaço, como membro de uma comunidade blogueira.

Thomsen, Straubhaar & Bolyard (1998) mostram que as comunidades do ciberespaço constroem-se por meio de reais interações sociais, mas que transformam o entendimento de que seja necessária a co-presença física para que essa interação se efetive. Para esses autores, as mensagens *online* cristalizam relacionamentos verdadeiramente longos e significativos, firmados unicamente na linguagem verbal das trocas de mensagens. Todo comportamento dos membros dessas comunidades é um comportamento verbal na forma de texto escrito.

Dessa forma, a indicialidade se caracterizará como um elemento indispensável para análise dos processos de intersubjetividade virtual proporcionados pela leitura e escrita de blogs e interação daí derivada. Sendo marcadamente uma relação de interação e construção social cuja ênfase se encontra no verbal e escrito, a comunidade blogueira, acreditamos, deverá ser analisada etnometodologicamente, a partir da indicialidade.

2.3. REFLEXIVIDADE

A noção de reflexividade se fundamenta no entendimento de que os atores sociais, quando desenvolvem e praticam suas ações do dia a dia, são capazes de explicar a situação em que estão inseridos, relacionando as suas próprias experiências, os seus conhecimentos, sua criatividade e a própria atividade interativa em que se põe. Isso significa, segundo Guessier (2003, p. 161), que “na medida que desenvolvemos nossas ações práticas, estamos envolvendo uma série de atividades racionais motivadas tanto pelos reflexos dos sinais que recebemos do exterior como daqueles produzidos em nosso próprio interior” e é essa reflexividade que dá origem às ações sociais, objeto da pesquisa sociológica.

Ao afirmar que as pessoas têm práticas reflexivas, a etnometodologia – e não somente, como também outras abordagens sociológicas próximas – está dizendo que os sujeitos refletem sobre aquilo que fazem (COULON, 1995a, p. 41).

Entender esse conceito não é tarefa fácil, mas ele se aproxima da abordagem que Goffman (1985) assume a respeito dos atores sociais. Coulon (1995a, p. 41) ressalta que, apesar da reflexividade, os “membros não têm evidentemente consciência do caráter reflexivo de suas ações”. Isso se aproxima da analogia construída por Goffman ao descrever a vida social comparando-a com a dramatização teatral. Dessa forma, os sujeitos sociais representam seus papéis na construção da realidade social. O sujeito age de maneira a expressar o seu próprio eu na vida cotidiana, o que se dá independente da sua intencionalidade (GOFFMAN, 1985, p. 12). Dessa maneira, o conceito de reflexividade da etnometodologia se aproxima do que Goffman (1985, p. 24) denomina movimento ou prática, que seria um construto social das interações entre sujeitos, que se traduz em um “padrão de ação pré-estabelecido que se desenvolve durante a representação, e que pode ser apresentado ou executado em outras ocasiões”.

Goffman (1985, p. 25) diz ainda que ao desempenhar um papel o sujeito implicitamente espera que seus observadores, ou sua platéia, levem a sério a impressão que sustenta. Em geral, o sujeito pode estar convencido do seu ato ou executá-lo com cinismo, o que seria uma falseação da representação de maneira consciente. A idéia da reflexividade é que o membro não falseia sua representação, ainda que a elabore. Ela passa a ser natural. Nas palavras de Park (*apud* GOFFMAN, 1985, p. 27), na medida em que nos esforçamos a viver o papel que exercemos, “esta máscara é o nosso mais verdadeiro eu, aquilo que gostaríamos de ser”.

Assim, entende-se que a reflexividade diz respeito às práticas sociais que descrevem e constituem o ambiente social. No entanto, ao realizar as atividades cotidianas, Coulon (1995a, p. 41) destaca, “não prestamos atenção ao fato de que ao falar construímos ao mesmo tempo, enquanto fazemos nossos enunciados, o sentido, a ordem, a racionalidade daquilo que estamos fazendo naquele momento”.

Dessa forma, mesmo a descrição *proposta* pelos estudos sociológicos se torna parte constitutiva do próprio quadro que analisa, ou, como ainda Coulon (1995a, p. 41), descrever uma situação é constituí-la. Mesmo por isso, os etnometodólogos, em vez de considerarem a reflexividade como um obstáculo, a classificam como elemento indispensável a ser considerado na manutenção e compreensão da ordem social (COULON, 1995a, p. 41).

A reflexividade das ações sociais está relacionada, então, ao fato de que se interpõe entre sujeitos e o meio social uma construção de papéis, descrições e enunciados diversos que acabam por tornar a prática social uma forma de reflexão. Segundo Guessser (2003, p. 44) a

propriedade reflexiva dos atores sociais permite que eles expressem as significações de seus atos e de seus pensamentos, ou seja, de suas ações sociais. Esse processo é automático e contínuo. Mesmo sem perceber, o indivíduo desenvolve esta atividade a cada minuto de sua existência, pois necessita a si próprio de encontrar motivações e orientações para suas ações. Esse conjunto de percepções gerado pela reflexividade serve como base para a tomada de decisão e para a formação de uma idéia de mundo, coordenando os atores e articulando-os cooperativamente com os demais atores sociais.

Desse modo, entendemos que a reflexividade é a formulação racional de valores sobre os acontecimentos sociais descritos (COULON, 1995a, p. 44).

Para a etnometodologia, a análise das ações sociais só é possível focando-se na reflexividade dos atores, que deve ser captada e recuperada no momento em que é produzida. Isso implica que a fonte de dados para a pesquisa precisa ser os próprios atores, por uma interação efetiva, tornando o mundo social descritível (GUESSER, 2003, p. 162).

2.4. ACCOUNTABILITY

Para a etnometodologia, dizer que o mundo social é descritível (*accountable*) significa que ele “é disponível (...), inteligível, relatável,

Uma perspectiva etnometodológica para o estudo de blogs

analísavel” (COULON, 1995a, p. 45). O sentido de *accountability* se relaciona com o “dar conta de” alguma coisa. A noção de *accountability* se liga proximamente ao processo de reflexividade. *Accountability*, nas palavras de Guessier (2003, p. 162), “são as descrições que os atores fazem de seus processos reflexivos, procurando mostrar sem cessar a constituição da realidade que produziram e experienciaram”. Isso quer dizer que a pesquisa etnometodológica analisa as ações cotidianas dos sujeitos e os etnométodos que racionalizam essas atividades e as tornam relatáveis enquanto organização da vida social de todos os dias (GARFINKEL, *apud* COULON, 1995a, p. 42).

Nessa direção, a etnometodologia procura afirmar os *accounts* como informantes ou estruturantes da situação social. Isso significa que se depara com esses elementos não como puro indício do funcionamento social do mundo, mas os encara como realizações, tomando os relatos e descrições do mundo social feitos pelos membros como constitutivos desse mundo, como atos desenvolvidos na construção de um mundo social. Nas palavras de Zimmerman (*apud* COULON, 1995a, p. 46), a etnometodologia se volta a essas descrições (de acontecimentos, relações ou coisas) com o intuito de esclarecer como “são produzidos em interação”, de tal modo que se estabelecem como um etnométodo. Tais *accounts* não se estabelecem para descrever o mundo, mas para mostrar como ele se constitui. Dessa maneira, quando se busca tornar o mundo visível, esclarecendo tais métodos manifestos em relatos, descrições ou relatórios, na verdade o fazemos tornando as nossas ações compreensíveis, descrevendo-as, “pois eu mostro o seu sentido pela revelação a outrem dos processos pelos quais a relato”.

Os *accounts* são, pois, os relatos e as descrições que os membros de um grupo elaboram, em interação, a fim de tornarem seu mundo mais visível e inteligível. Esse processo ocorre porque, ao descrever os métodos que usamos para realizarmos nossas ações, tornamos claro para os nossos interactantes o significado dessas mesmas ações. E esses *accounts*, essas descrições dos etnométodos que um grupo executa tornam-se parte constitutiva da realidade social. Por outro lado, os próprios processos descritíveis, a que chamamos etnométodos, são elemento fundamental na constituição do mundo social onde interagem esses atores.

2.5. NOÇÃO DE MEMBRO

Para a etnometodologia, o membro, categoria das mais importantes na pesquisa, não se relaciona, necessariamente, ao pertencimento social a

um grupo, mas ao domínio da linguagem desse grupo. A filiação a um grupo ou instituição, como membro, exige o progressivo domínio da linguagem institucional comum (COULON, 1995a, p. 48). Dessa maneira, o membro é alguém que compartilha a construção social que o grupo executa por meio de seus processos interativos (GUESSER, 2003, p. 163).

Assim, um membro compartilha a vida com outros sujeitos e, juntos, esses sujeitos executam a construção de uma realidade social, por modos de agir, etnométodos e saberes em comum⁴, por exemplo. O membro compartilha a mesma linguagem que o grupo, o que implica dizer que sua filiação não se dá por um processo exógeno, mas pela aquisição da linguagem que o grupo já compartilha. Adquirir essa linguagem e compartilhá-la, para etnometodologia, é o mesmo que adquirir e compartilhar a realidade social na qual o membro passa a se incluir.

Para Coulon (1995a, p. 48), um “membro não é apenas uma pessoa que respira e pensa. É uma pessoa dotada de um conjunto de modos de agir, de métodos, de atividades, de *savoir-faire*, que a fazem capaz de inventar dispositivos de adaptação para dar sentido ao mundo que a cerca”. O membro assimilou os etnométodos do grupo social a que se vincula, exibindo a competência social que o faz agregado a esse grupo e o que lhe permite ser reconhecido e aceito pelo próprio grupo como um membro (Id., Ibid.).

Como dito, o membro domina a linguagem do grupo, ou seja, é o sujeito capaz de uso apropriado dos gêneros discursivos disponíveis e desenvolvidos nas esferas de ação humana de que toma parte. O membro adquire competência para participar da linguagem do grupo enquanto prática social constitutiva da realidade. Dessa maneira, enquanto a noção de membro e de linguagem são essenciais para a qualificação de uma pesquisa etnometodológica, a competência do uso dessa linguagem e dos gêneros discursivos próprios a esse grupo se torna categoria analítica para o entendimento da realidade social envolvida. Isso se torna ainda mais evidente em se tratando de pesquisa em comunidades virtuais no ciberespaço, em que toda interação constitutiva dos mundos sociais envolvidos ocorre por meio de ações de linguagem.

O sujeito, para se tornar membro, necessita dominar a linguagem dessas comunidades. Em sua pesquisa, Thomsen et al. (1998) estudaram o funcionamento de um grupo de pessoas doentes ou parentes de acometidos por um tipo raro de câncer na cabeça. Os autores mostram como elemento essencial de membresia nesse grupo, o domínio de termos técnicos específicos relativos a essa doença, de siglas e também da linguagem relacionada a tratamentos e medicamentos.

Uma perspectiva etnometodológica para o estudo de blogs

Todas essas formas aparecem na construção da comunidade na forma escrita. Na verdade, Thomsen et al. (1998) afirmam que as comunidades *online* não apresentam nada além de texto aos pesquisadores. Com base na exposição feita, esperamos ter deixado claro a importância da noção de membro e da linguagem como elementos de análise de comunidades virtuais, ou *online*.

3. APROXIMAÇÃO ETNOMETODOLÓGICA AO CIBERESPAÇO

O crescimento da Internet tem motivado a construção de novas formas de relação social e de interação entre sujeitos. Essas novas realidades sociais estão diretamente relacionadas aos avanços tecnológicos que têm promovido novas mídias e novas formas de comunicação que acabam por encurtar as distâncias e separações entre sujeitos.

Uma das características das novas comunidades surgidas no ciberespaço é a sua independência em relação às distâncias geográficas, culturais ou lingüísticas. A proximidade relativa proporcionada pelas novas mídia ajuda a moldar a realidade social no campo virtual com marcas peculiares e, provavelmente, inéditas. Possivelmente, por exemplo, dois blogueiros que sejam membros de uma mesma comunidade blogueira não precisam, necessariamente, interagir no mundo material para efetivarem uma relação intersubjetiva. Tal relação pode ser completamente construída a partir da *postagem* de novas atualizações em blogs, na sua leitura e nos possíveis comentários registrados pelos leitores.

Thomsen et al. (1998) afirmam que as comunidades virtuais são uma forma primária de interação social que envolve um crescente número de indivíduos que gastam freqüentemente horas a cada dia, navegando na Internet. Por esse motivo, os mesmos autores esclarecem que cada vez mais pesquisadores sociais têm se voltado a estudar os fenômenos de sociabilidade no campo virtual. As comunidades virtuais são relevantes o suficiente para serem estudadas (THOMSEN et al., 1998).

A necessidade de se estudar as comunidades formadas no ciberespaço levanta naturalmente a questão acerca de que abordagem metodológica seria apropriada para essa aproximação. Thomsen et al. (1998) perguntam onde o pesquisador realmente vai e o que ele observa quando seleciona uma comunidade *online* como foco de seu estudo. Na tomada de uma posição metodológica, torna-se essencial entender as mudanças de sociabilidade promovidas nas relações virtuais da Internet. Como já vimos, por exemplo,

essas novas relações não se condicionam à necessidade de co-presença física entre os interactantes para se efetivar.

Com Thomsen et. al. (1998), acreditamos que o ciberespaço é um campo de pesquisa passível de ser analisado em seus etnométodos por se caracterizar como um espaço social constituído pelos sujeitos que aí interagem. A etnometodologia entende a realidade social como um construto da interação entre os atores sociais. Mediada pela linguagem, essa interação constrói os elementos que compõem o quadro da realidade social. Para perceber tal coisa, a etnometodologia foca sua atenção nas relações microssociais dos grupos e busca analisar como eles se vêem, se estruturam e entendem a realidade social que lhes parece óbvia e objetiva.

A etnometodologia, como as demais microssociologias, afirma que a realidade social é uma construção dos sujeitos. Acreditamos que esse fato é mais perceptivelmente visível no chamado ciberespaço. No campo das relações virtuais se torna nítido o fato de que a realidade social que ali se desenvolve é uma construção a partir da interação entre os atores sociais. Todos os sentidos e campos do mundo virtual só se podem realizar mediados pela linguagem e através da interação.

Inserindo-se no campo de pesquisa, a comunidade blogueira, e assumindo os etnométodos, as práticas e as linguagens próprios dos seus membros, o pesquisador que adota uma *postura* etnometodológica para aproximar-se desse campo social poderá identificar os conceitos-chave, a unidade básica cognitiva de interação e as expressões indiciais características da comunidade blogueira (THOMSEN et. al, 1998). Tal *postura*, a partir de dentro da comunidade, atuando como um dos seus membros, garantirá a autoridade e a relevância científica de seus resultados.

Os grupos e comunidades que se formam no ciberespaço se organizam a partir de etnométodos que a cada dia se tornam mais distintos, de tribo a tribo cibernética. Algumas vezes tais etnométodos se reificam no mundo material e as comunidades virtuais se manifestam de maneira atual em algum tempo e lugar. Dessa forma, segundo Thomsen et. al. (1998), os encontros em comunidades virtuais tendem a se manifestar na forma de interações *offline*.

A realidade social no ciberespaço se estrutura e se constrói das relações entre os atores sociais que ali interagem. E mesmo que outras formas de linguagem apareçam nessas interações virtuais na Internet, ainda é o signo verbal o principal veículo de construção dessa realidade social. E por falta da materialidade, quer dizer, por força da virtualidade, na Internet essas relações são claramente intersubjetivas, ocorrendo em não-lugares, como a tela do computador e, especialmente, a subjetividade dos atores.

Uma perspectiva etnometodológica para o estudo de blogs

Thomsen et. al (1998) desenvolvem sua pesquisa a partir do funcionamento de um *newsgroup*, ou seja, um serviço de interação pela troca de correspondências eletrônicas. Para eles, nesse caso, cada e-mail enviado por um dos membros do grupo deve ser entendido como uma “fala” que precisa ser “ouvida” e se tornar objeto de análise pelo etnometodólogo. No caso da comunidade blogueira, essa interação a ser “ouvida” se manifesta, em suas falas e respostas, na relação estabelecida entre *posts* atualizados e comentários registrados pelos leitores nos *links* apropriados nos *blogs*. Essa relação entre *posts* e comentário se estabelece na forma concreta de uma interação dialógica, na qual o leitor tem a possibilidade concreta de responder, concordando ou discordando, com aquilo que o blogueiro publicou. Dessa maneira, o procedimento a ser adotado pelo pesquisador, segundo Thomsen et. al. (1998), é tomar as “falas” desses diálogos para reconhecer padrões, regras ou métodos que acontecem entre os membros da comunidade virtual em análise e o modo como essas estruturas ou convenções influenciam significados e efeitos. Acompanhar o cotidiano das comunidades *online* como membro, completam Thomsen et. al. (1998), esclarece acerca dos significados de expressões e construções, fechados aos não-membros, que as mensagens carregam. Em interações *online*, muitas vezes, palavras sozinhas ou simples referências evocam complexos significados e memórias do grupo (Id., *Ibid.*).

Como uma metodologia que se dispõe a analisar as relações sociais justamente a partir dessa perspectiva, a etnometodologia se faz apropriada como metodologia de pesquisa social do ciberespaço. Isso ainda se torna mais evidente em relação aos tipos de interação proporcionados pelos *blogs*, já que são interações exclusivamente verbais, a linguagem verbal constituindo-se no principal material de construção social. Por outro lado, essas interações transformam-se em um processo que chamamos de intersubjetividade virtual: o mundo social dos sujeitos no ciberespaço se constrói por meio dessa interação. A etnometodologia se entende justamente como uma perspectiva de pesquisa sociológica que visa à descrição da intersubjetividade como mecanismo de construção da realidade social. Logo, ao apontarmos processo semelhante na Internet, entendemos o ciberespaço, em particular o mundo dos *blogs*, como um campo social que se constrói por meio dele e assim pode ser investigado.

NOTAS

⁽¹⁾ Blog é a abreviatura de *web log*, algo como “diário de bordo”. Pelo menos em sua fase inicial, os blogs podem ser caracterizados como diários pessoais disponibilizados na Internet.

- ⁽²⁾ Ciberespaço, assim como campo virtual, ou outras expressões semelhantes diz respeito ao universo de trocas simbólicas, comunicação e relacionamentos sociais que têm lugar na Internet. Adiante, estaremos aprofundado as noções relativas ao ciberespaço e cibercultura, como manifestação cultural relacionada a esse campo social.
- ⁽³⁾ Afirmar que o conhecimento de senso é não-metódico não significa dizer que a construção da realidade social pelas interações entre os atores também o é. A vida social é realizada de forma metódica pelos membros, sendo os fatos sociais cotidianos repetitivos, rotineiros, padronizados, transpessoais e trans-situacionais a partir do ponto de vista desses membros (COULON, 1995a, p. 91).
- ⁽⁴⁾ Desse modo, os membros de uma determinada escola científica se reconhecem pelo vocabulário, pelos procedimentos metodológicos, pelos saberes compartilhados. O mesmo ocorre com os membros de categorias profissionais, estudantes, por exemplo, que desenvolvem regras próprias de agir e falar (COULON, 1995a e 1995b). Assim, um membro de uma comunidade virtual, como a blogueira, partilha com outros membros do grupo formas de linguagem, procedimentos e saberes reconhecíveis e que lhe inserem na comunidade.

REFERÊNCIAS

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. 18 ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

COULON, Alain. *Etnometodologia*. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1995a.

_____. *Etnometodologia e educação*. Tradução de Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1995b.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. 10 ed. Petrópolis: Vozes, 1985.

GUESSER, Adalto H. “A etnometodologia e análise da conversação e da fala” in *EmTese*, vol.1, nº 1 (1), agosto-dezembro/2003.

MARQUES, Francisca Ester Sá. *Interpretação de produtos culturais: contributos de uma abordagem etnometodológica aos estudos da comunicação*. Disponível em: <http://ubista.ubi.pt/~comum/marques-ester-abordagem-etnometodo.html>. Acesso em 11 jul. 2004.

POORE, Simon. *Ethnomethodology: an introduction*. Disponível em: <http://www.hewett.norfolk.sch.uk/curric/soc/ethno/intro.htm>. Acesso em 25 jul. 2004.

THOMSEN, Steven R., STRAUBHAAR, Joseph D. & BOLYARD, Drew M. “Ethnomethodology and the study of *online* communities: exploring the cyber streets” in *Information Research*, 4 (1). Disponível em: <http://informationr.net/ir/4-1/paper50.html>. Acesso em 1998.