

## NETNOGRAFIA: A ETNOGRAFIA ADAPTADA ÀS PESQUISAS EM AMBIENTES VIRTUAIS

João Carlos Rodrigues da Silva<sup>1</sup>

### RESUMO

Este artigo, fruto de pesquisa bibliográfica, nascido do labor de orientar pesquisas na área da Educação e da Linguística, tem por objetivo principal demonstrar como emergiram os estudos netnográficos e seu método de pesquisa aplicados a comunidades virtuais. Além disso, pretende-se discorrer acerca dos conceitos básicos relativos à prática netnográfica, explicando-se o planejamento inicial, os modos de coleta e de análise de dados em ambientes virtuais, tudo sob a égide da ética que envolve especialmente as pesquisas com seres humanos. Como metodologia, recorre-se fundamentalmente à pesquisa bibliográfica, conceituada como aquela desenvolvida com base em material já elaborado, constituído por livros, teses, dissertações e artigos científicos, os quais abordam a Netnografia ou recorrem a ela, de modo a se realizar o cotejamento das fontes, evitando-se contradições ou possíveis incoerências. O referencial teórico-metodológico básico advém da própria Metodologia Científica, especialmente no ramo referente à pesquisa Etnográfica, na qual o pesquisador se vale de diversos dados descritivos, a saber: situações, pessoas, ambientes, depoimentos e diálogos, de onde se chega à própria Netnografia. O principal resultado esperado, a partir da publicação deste artigo, é a difusão deste tipo de pesquisa aplicada às comunidades virtuais no contexto da *cybercultura*, uma vez que este trilhado traz uma síntese objetiva de um conjunto de diretrizes metodológicas aplicáveis à execução de pesquisas que envolvam ambientes virtuais/redes sociais, principalmente em áreas como Educação, Letras/Linguística e afins.

**Palavras-chave:** Netnografia, Ambientes virtuais, Redes sociais, Educação, Linguística.

### 1 INTRODUÇÃO

Fruto de pesquisa bibliográfica, e oriundo da experiência pessoal em orientações de trabalhos de conclusão de curso na área da Educação e da Linguística, este artigo tem por objetivo principal demonstrar como emergiram os estudos netnográficos e seu método de pesquisa aplicados a comunidades virtuais ou redes sociais. Além disso, pretende-se discorrer acerca dos conceitos básicos relativos à prática netnográfica, explicando-se o planejamento inicial, os modos de coleta e de análise de dados em ambientes virtuais, dentre outros aspectos relativos a esse método de pesquisa, tudo sob a égide da ética que envolve as pesquisas com seres humanos.

Este trabalho se justifica na medida em que se constata o crescimento exponencial das comunidades virtuais e seus respectivos usuários ancorados na rede mundial de computadores. Nos últimos dez anos, por exemplo, segundo o site especializado <https://datareportal.com/>, a quantidade de internautas dobrou no mundo: passou de 2,177 bilhões em 2012 para 4,950

---

<sup>1</sup> Doutor em Análise Crítica do Discurso pela Universidade de Brasília (UnB), professor do Centro Universitário Ateneu, [profjocarlos@gmail.com](mailto:profjocarlos@gmail.com)

bilhões em 2022. Naquele ano, os internautas permaneceram mais de 12,5 trilhões de horas *online* globalmente. Desse tempo todo, durante mais de um terço eles ficaram conectados nas redes sociais. Há, portanto, muito tempo da vida cotidiana envolvido no mundo virtual. Toda essa atividade demanda pesquisas em inúmeras áreas do conhecimento, desde a própria Informática até a Educação, passando pela Linguística e pela Economia.

Obras importantes, hoje consideradas clássicos, já foram escritas acerca dos temas *cyberespaço* e *cybercultura* em sua ampla dimensão, tais como as de Pierre Levy (1996, 1999, 2000, 2003) e Manuel Castells (1996, 2003, 2013), só para citar por enquanto dois expoentes nessa área. E agora, findando o primeiro quartil do século 21, a cada ano as organizações sociais ancoradas na internet tornam-se maiores, mais capilares e mais fortes, pois só são virtuais no nome: de fato, constituem um grande recorte da vida real. Logo, pesquisar esse complexo universo ‘paralelo’ constitui tarefa primordial da Academia, o que requer métodos e instrumentos de pesquisa adequados.

A fim de levar a cabo a elaboração deste artigo, recorreu-se, metodologicamente, à pesquisa bibliográfica, conceituada como aquela desenvolvida com base em material já elaborado, constituído por livros, teses, dissertações e artigos científicos, os quais abordam a Netnografia ou recorrem a ela, de modo a se realizar o cotejamento das fontes, evitando-se contradições ou possíveis incoerências. O referencial teórico-metodológico básico advém da própria Metodologia Científica, especialmente no ramo referente à pesquisa Etnográfica, na qual o pesquisador recorre a diversos dados descritivos, a saber: situações, pessoas, ambientes, depoimentos e diálogos, de onde se chega à própria Netnografia, que é o escopo deste artigo.

Em síntese, organizaremos este artigo em quatro seções além da Introdução: descrição da Metodologia empregada; Referencial teórico que embasa a elaboração de um conjunto de diretrizes metodológicas aplicáveis à execução de pesquisas que envolvam ambientes virtuais/redes sociais; Resultados e discussões acerca do enquadre metodológico da Netnografia e Considerações finais.

## **2 METODOLOGIA**

Como se trata de um artigo que visa fornecer um embasamento teórico de enquadre teórico-metodológico, optou-se pelo emprego da pesquisa bibliográfica. Esse tipo de pesquisa é a mais difundida e sempre se apresenta como uma espécie de ‘primeiro passo’ no processo de pesquisa científica. De acordo com Gil (2012, p. 50), a “principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos

muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente”. Sendo assim, o primeiro passo operacional foi reunir obras que tratassem de Metodologia de Pesquisa como um todo – por exemplo, Gil (2012) Marconi e Lakatos (2020), Severino (2016) – depois, mediante experiência de leituras como orientador e leitor, reunir obras relativas especificamente à Etnografia e Netnografia – por exemplo, André (2004), Kozinets (2014) – e, por fim, proceder ao cotejamento e à síntese dos dados até chegar à elaboração de um conjunto de diretrizes metodológicas que sejam aplicáveis à execução de pesquisas sobre ambientes virtuais/redes sociais.

É válido destacar que não se trata de escrever sobre o Estado da Arte em termos de Netnografia, mas sim de deixar claro uma série de procedimentos e passos que configurem o básico a que qualquer pesquisador tenha acesso e possa executar sua pesquisa a contento, sem precisar se perder no emaranhado de publicações que já existem sobre o assunto.

### **3 REFERENCIAL TEÓRICO**

Antes de detalharmos os princípios da Netnografia, é interessante mostrar um rápido histórico da Etnografia. Essa ciência desenvolveu-se porque os antropólogos constataram que as análises realizadas por filósofos e sociólogos não davam conta de explicar nem de conhecer, nem de explicar profundamente os grupos humanos. Para os antropólogos, nada melhor que ir a campo, que se integrar nas comunidades para conhecê-las *in loco*, por isso a Etnografia (vocábulo composto pelos radicais gregos ‘ethno’, que significa ‘povo’ e ‘graphein’ que quer dizer “escrever”) está associada primeiramente aos estudos antropológicos, em outras palavras, o método etnográfico se liga primordialmente à antropologia. Não há consenso entre os estudiosos, mas a maioria aponta o final do século XIX e início do século XX como o lapso temporal durante o qual se iniciaram as pesquisas tipicamente etnográficas, embora incipientes, porque apenas comunidades pequenas e isoladas culturalmente eram objeto de pesquisa, as quais consideravam aquelas comunidades como exóticas culturalmente. Além disso, a análise dos dados era superficial, muitas vezes esses eram obtidos por meio de terceiros, de testemunhas, sem a inserção do pesquisador no seio da comunidade, ou seja, havia pouca ou nenhuma relação interpessoal entre o pesquisador e a comunidade (Laplantine, 2003).

Ainda segundo Laplantine (2003), essa lacuna foi resolvida a partir do momento em que a observação passou a ser parte integrante da investigação, de modo que o pesquisador saiu a campo e ele próprio, e não terceiros, efetivava suas observações, anotando no famoso diário de campo e fotografando tudo para obter o máximo de dados a serem analisados. Dentre os

pioneiros desse novo *modus operandi* da Etnografia, destacaram Franz Boas e Bronislaw Malinowski. O primeiro ensinou que se deve considerar uma comunidade como uma totalidade autônoma, que o investigador deve ficar atento aos detalhes e anotar tudo e que deve elaborar uma descrição minuciosa do objeto. O segundo, ao contrário de F. Boas, foi além dos conselhos gerais e empreendeu uma jornada de pesquisa etnográfica nas Ilhas Trobriand, para onde se mudou durante dois anos e ali permaneceu vivendo entre os nativos, documentando tudo, fato que sedimentou a técnica da observação participante como método de coleta de dados tipicamente etnográfico. Para Malinowski, por intermédio da observação empírica, o antropólogo deve investigar as funções dos costumes em dada sociedade, observados no presente.

Em síntese, a Etnografia, enquanto esquema de pesquisa desenvolvido por antropólogos para estudar dada sociedade ou comunidade, apresenta dois sentidos básico. Primeiro, trata-se de “um conjunto de técnicas que os antropólogos usam para coletar dados sobre os valores, os hábitos, as crenças, as práticas e os comportamentos de um grupo social”. Segundo, refere-se a “um relato escrito resultante do emprego dessas técnicas” (André, 2004, p. 27). Assim sendo, para ser considerada pesquisa etnográfica, é mister que se faça uso das técnicas associadas a esse tipo de pesquisa, a saber: observação participante, entrevista intensiva e análise de documentos. Além disso, é necessário levar-se em conta as demais características: o pesquisador é o instrumento principal na coleta e na análise dos dados; a ênfase da pesquisa deve recair sobre o processo e não sobre o produto, sobre o resultado final; a preocupação do pesquisador com o significado, com as representações de mundo expressas pelas pessoas deve estar presente; “os eventos, as pessoas, as situações devem ser observados em sua manifestação natural”; o pesquisador deve fazer uso do máximo de “dados descritivos: situações, pessoas, ambientes, depoimentos, diálogos” (André, *idem*, 28-29).

Essa foi, pois, a caracterização da Etnografia. A partir de agora, entra-se no mundo da Netnografia. Mas por que esse neologismo designando uma ‘nova’ metodologia? É mesmo necessário? Sim, porque uma nova realidade para ser mapeada exige novos nomes, que às vezes levam tempo para se estabelecer. Ora, conforme destacado na Introdução deste artigo, estamos vivendo a Era da Informação (ou a Era da Informática, e há até a defesa do Antropoceno), então essa nova era é de fato algo significativamente diferente que exige um olhar específico. A esse respeito, Kozinets (2014, p. 12) argumenta que “os antropólogos, há mais de um século, esforçando-se para criar, legitimar e definir um novo campo, precisavam do novo termo etnografia”. Então, fazendo um paralelo, os atuais pesquisadores ‘da internet’ podem advogar a necessidade de um novo termo para uma nova representação de mundo.

Mas mais do que um termo, tem-se um oportunidade se pôr em prática uma modalidade metodológica que, apesar de ser filha da conhecida Etnografia e neta da Antropologia, segue com características próprias. Vejamos a seguir, então, como proceder no passo a passo netnográfico.

#### **4 DISCUSSÃO E RESULTADOS: O ENQUADRE METODOLÓGICO NETNOGRÁFICO**

Conforme exposto, a Netnografia é uma metodologia de pesquisa qualitativa adaptada para estudar culturas e comunidades no ambiente *on-line*, com base em princípios da Etnografia tradicional. Desenvolvida por Robert Kozinets no final dos anos 1990, a Netnografia oferece uma abordagem sistemática e flexível para compreender comportamentos e interações humanas em espaços digitais, como redes sociais, fóruns, *blogs* e outros ambientes de comunicação virtual. Ela se tornou uma ferramenta indispensável para pesquisadores interessados em explorar a vida social *on-line*, especialmente em tempos de crescente digitalização.

A Netnografia baseia-se nas técnicas etnográficas, como *observação participante, entrevistas e análise de conteúdo, aplicando-as a contextos digitais*. Diferente da Etnografia tradicional, a Netnografia ocorre predominantemente em espaços virtuais, o que exige uma adaptação metodológica que leve em conta as características únicas desses ambientes, como a interação mediada por tecnologia, a natureza síncrona ou assíncrona da comunicação e, por vezes, o anonimato dos participantes que se escondem atrás de pseudônimos/*nicknames* ou avatares.

Desde sua criação, a Netnografia passou por várias transformações. Inicialmente focada em comunidades específicas, como fóruns de discussão e grupos de interesse, ela foi ampliando seu escopo à medida que as redes sociais e outras plataformas digitais se tornaram parte central da vida cotidiana de bilhões de pessoas. Kozinets (2014) argumenta que a Netnografia é especialmente útil para estudar o comportamento de consumo, movimentos culturais, e, mais recentemente, fenômenos sociais amplos que têm suas raízes ou manifestações principais no ambiente *on-line*.

Com a explosão das redes sociais como Facebook, Instagram, X (ex-Twitter), WhatsApp e TikTok, os pesquisadores têm hoje acesso a uma quantidade enorme de dados públicos (os *big data*) sobre interações sociais, valores culturais e padrões de comportamento. Isso amplia as possibilidades de estudo, mas também demanda novos desafios éticos e metodológicos, como o tratamento de dados pessoais, a necessidade de preservar o anonimato dos participantes e a dificuldade em definir os limites de uma comunidade *on-line*. A Netnografia, tal como

descrita por Kozinets (2014), segue os princípios gerais da etnografia, que busca entender as práticas sociais de grupos específicos a partir de uma imersão no ambiente dos participantes. O pesquisador netnográfico pode adotar o papel de “observador participante” no ambiente virtual, buscando interagir com os participantes e entender seu ponto de vista dentro do contexto digital.

A principal diferença entre a Etnografia tradicional e a Netnografia reside no meio onde a pesquisa é conduzida. Em vez de observar as práticas sociais em um espaço físico, o pesquisador netnográfico coleta dados de interações que ocorrem em fóruns on-line, em perfis de redes sociais, *blogs*, canais do YouTube, grupos abertos de WhatsApp ou outras formas de comunicação digital. Isso exige uma adaptação não apenas metodológica, mas também conceitual: o que constitui uma “comunidade” ou “cultura” em ambientes virtuais? Como medir a autenticidade de interações mediadas por tecnologia? Kozinets (2014) propõe que as comunidades online compartilham muitas das mesmas características das comunidades físicas, incluindo normas sociais, valores compartilhados e formas de comunicação. No entanto, ele adverte que o pesquisador deve sempre levar em consideração as particularidades do meio digital, como a fluidez das identidades e a falta de interação face a face.

#### **4.1 O enquadre metodológico da Netnografia**

O processo de uma pesquisa netnográfica envolve várias etapas, que Kozinets (2014) delinea de forma clara. Abaixo, apresentamos essas etapas, adaptando-as para o contexto contemporâneo e incluindo diretrizes que ajudam a orientar o pesquisador em cada fase da pesquisa.

##### *Planejamento da Pesquisa*

Antes de iniciar a pesquisa, é crucial definir claramente o objetivo do estudo. A Netnografia pode ser usada para investigar uma ampla gama de tópicos, desde a análise do comportamento de consumidores em plataformas de e-commerce até o estudo de movimentos sociais que se organizam em redes sociais. Portanto, o planejamento deve incluir uma formulação precisa do problema de pesquisa, questões orientadoras e hipóteses (se aplicáveis).

Além disso, é essencial selecionar o ambiente virtual mais apropriado para a pesquisa. Kozinets (2014, p. 115) sugere que o pesquisador se pergunte: “Qual comunidade online ou plataforma digital pode fornecer os dados mais ricos e relevantes para minha pesquisa?” Aqui, a familiaridade com o ambiente escolhido deve ser um fator preponderante. Redes como Facebook e Instagram, por exemplo, são plataformas abertas e amplamente acessíveis,

enquanto grupos fechados ou espaços de interação com regras restritivas, como aplicativos de mensagens, podem exigir uma abordagem mais cuidadosa.

#### *Entrada e Coleta de Dados*

A fase de coleta de dados na Netnografia envolve a imersão do pesquisador na comunidade ou espaço digital escolhido. Kozinets (2014) discute a importância da "observação participante", que, no contexto da Netnografia, significa ler, observar, interagir e registrar as interações e comportamentos dos membros da comunidade digital. Para coletar os dados, pode-se fazer *print* das publicações ou se utilizar da ferramenta de captura de tela, seja essa estática ou dinâmica.

Nesta fase, a coleta de dados pode ser tanto passiva (somente observação) quanto ativa (participação nas discussões). Kozinets (2014) alerta para o risco de influenciar o comportamento dos participantes, sugerindo que os pesquisadores mantenham um equilíbrio entre se engajar e se distanciar. A transparência é crucial; em muitas situações, o pesquisador deve revelar sua identidade e propósito aos participantes para evitar questões éticas. Dentre as principais fontes de dados estão: (a) Postagens: *tweets*, publicações em *blogs*, fotos, vídeos, lives etc.; (b) Interações: como os membros da comunidade interagem uns com os outros, incluindo curtidas, compartilhamentos e comentários; (c) Padrões de comportamento: frequência de postagens, tópicos mais discutidos, uso de *hashtags*, como os seguidores respondem, quais seus valores, crenças e opiniões etc.

#### *Análise de Dados*

A análise de dados na Netnografia, segundo Kozinets (2014), segue muitas das práticas da análise qualitativa tradicional. No entanto, o meio digital oferece algumas ferramentas específicas que podem enriquecer o processo analítico. A fim de se proceder à análise, o pesquisador pode empregar: (a) a *Análise de conteúdo*: técnica de análise desenvolvida originalmente por Bardin (2011), que envolve, dentre outros, as seguintes categorias: análise categorial, de avaliação, de enunciação, proposicional do discurso, de expressão e das relações. Isso requer examinar as postagens e interações, buscando padrões e temas recorrentes. Ferramentas automatizadas, como *softwares* de análise de texto, podem ser úteis para lidar com grandes volumes de dados. (b) a *Linguística textual*: com suporte desse ramo da Linguística, pode-se analisar inúmeras categorias, tais como as estratégias de preservação das faces, que envolvem o uso de formas de atenuação e de polidez; intertextualidade, intencionalidade; correções, paráfrases e repetições; adjetivações, nominalizações, etc. (c) a *Análise crítica do discurso*: entende a linguagem como prática social e tem como meta o desvelamento de recursos textuais que contribuem para a manutenção ou transformação das relações de poder; explora,

ainda, como os participantes constroem significados e narrativas em torno de temas específicos, observando o uso da linguagem, o tom das interações e as metáforas culturais nelas envolvidas. (d) os *Estudos culturais*: esse campo de estudo tem como um dos objetivos analisar os meios de comunicação de massa (cujo objeto escolhido se chama artefato cultural), por intermédio do circuito cultural, no qual se recorre às seguintes categorias: representação, identidade, produção, consumo e regulação.

A análise também pode se concentrar em aspectos visuais das postagens, como a frequência e o tipo de imagens, emojis, vídeos e memes, que constituem parte essencial das interações nas redes sociais. Essa abordagem multimodal, que leve em consideração diferentes tipos de mídia, é recomendada, principalmente tendo-se como base teórica a *Gramática do Design Visual*, de Gunther Kress e Theo van Leeuwen.

#### *Interpretação dos Resultados*

Após a análise dos dados, o pesquisador deve interpretar seus achados dentro do contexto teórico circunscrito pela teoria escolhida. A interpretação deve conectar as observações com o problema de pesquisa original e responder às perguntas formuladas na fase de planejamento. Kozinets (2014) destaca que, embora a Netnografia se concentre em aspectos específicos de comunidades virtuais, os resultados geralmente têm implicações mais amplas para entender práticas culturais, sociais e de consumo no mundo contemporâneo.

O pesquisador também deve estar ciente das limitações do estudo. Nem todas as interações *on-line* refletem fielmente os pensamentos e sentimentos dos participantes. Identidades digitais podem ser fluidas, e comportamentos podem ser específicos de dada situação contextual ou influenciados pela percepção de anonimato.

#### *Aspectos éticos*

A ética é uma questão central na Netnografia, principalmente devido ao caráter público ou privado dos dados *on-line*. Kozinets (2014) sublinha que os pesquisadores devem sempre garantir o anonimato dos participantes e obter consentimento sempre que possível, especialmente em espaços que não são completamente públicos (como grupos fechados no Facebook ou do WhatsApp). O pesquisador deve seguir as diretrizes éticas estabelecidas por sua instituição e pela legislação local, mas também deve aplicar um julgamento ético que leve em consideração o impacto de sua pesquisa sobre as comunidades que estuda.

É importante distinguir entre dados públicos e privados. Postagens em *blogs* abertos e redes sociais públicas podem ser vistas como dados públicos, mas, mesmo nesses casos, é prudente pedir consentimento dos participantes ao utilizá-los diretamente em estudos acadêmicos. Para comunidades fechadas ou privadas, o consentimento é essencial.

### *Apresentação dos Resultados*

A última fase do processo Netnográfico envolve a comunicação dos resultados. Kozinets (2014) enfatiza que o relato da pesquisa deve ser claro e detalhado, de modo a proporcionar ao leitor uma visão abrangente do contexto estudado e das interações observadas. As descrições devem ser suficientemente detalhadas para que outros pesquisadores possam replicar o estudo, se necessário. Um aspecto interessante na Netnografia é a inclusão de exemplos diretos de interações *on-line*, como trechos de discussões ou postagens. Isso serve para ilustrar os pontos principais da análise e tornar a pesquisa mais acessível ao leitor.

## **4.2 Diretrizes práticas**

Em síntese, com base nas lições de Kozinets (2014) e na prática contemporânea da netnografia, eis aqui algumas diretrizes práticas para pesquisadores que desejam conduzir estudos em redes sociais e outros ambientes virtuais: 1º) *Defina claramente seu objetivo de pesquisa*: a Netnografia oferece uma flexibilidade metodológica, mas isso exige que o pesquisador tenha um foco claro desde o início. 2º) *Escolha a plataforma ou rede social de maneira criteriosa*: certifique-se de que o ambiente digital escolhido é adequado para coletar os dados necessários. Isso pode variar de fóruns especializados a redes sociais generalistas. 3º) *Faça imersão e observação*: passe tempo suficiente no ambiente digital para entender as normas, valores e interações da comunidade. Seja ativo nas interações quando apropriado, mas evite influenciar o comportamento dos participantes. 4º) *Use a técnica de análise apropriada*: aproveite a diversidade de dados digitais (textos, imagens, vídeos) e aplique o métodos de análise adequado aos objetivos de pesquisa para obter profundidade e adequação analítica. 5º) *Adapte-se ao ambiente fluido das redes sociais*: as plataformas digitais mudam rapidamente, assim como as práticas dos usuários. Esteja preparado para ajustar sua pesquisa conforme o ambiente se transforma, pois o perfil em análise pode, por exemplo, ser excluído a qualquer momento ou mudar de nome. 6º) *Seja ético e transparente*: mantenha o anonimato dos participantes e obtenha consentimento informado sempre que possível. Respeite a privacidade digital, mesmo em espaços públicos. 7º) *Documente o processo de pesquisa*: um dos princípios mais importantes da Netnografia é a transparência. Documente todas as etapas do processo para garantir a confiabilidade e a replicabilidade do estudo, ou seja, continua válido o diário de campo.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Netnografia, conforme proposta por Kozinets (2014), é uma ferramenta poderosa para estudar culturas e comportamentos em ambientes virtuais. Com o aumento da importância das redes sociais na vida contemporânea, essa metodologia se torna cada vez mais relevante. No entanto, ela também traz desafios únicos, como a adaptação de técnicas de coleta e análise de dados, além da necessidade de uma postura ética rigorosa.

Ao seguir as diretrizes metodológicas, os pesquisadores podem realizar estudos netnográficos rigorosos, capazes de oferecer insights valiosos sobre as interações humanas em ambientes digitais. Esses estudos têm o potencial de ampliar nossa compreensão das transformações sociais, culturais e de consumo no século XXI, fornecendo um novo olhar sobre as dinâmicas on-line que contribuem para construir a sociedade e regular as práticas sociais.

## REFERÊNCIAS

ANDRÉ, M. E. D. A. **Etnografia da prática escolar**. 11. ed. São Paulo: Papirus, 2004.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CASTELLS, M. **A Era da Informação**. Vol. 1, 2 e 3. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

CASTELLS, M. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. São Paulo: Zahar, 2003.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. 2. ed. São Paulo: Zahar, 2013.

INSPER. Mundo se aproxima da marca de 5 bilhões de usuários de internet, 63% da população. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/noticias/mundo-se-aproxima-da-marca-de-5-bilhoes-de-usuarios-de-internet-63-da-populacao/>. Acesso em: 08 jun. 2024.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. **Reading images: the grammar of visual design**. London: Routledge, 1996.

KOZINETTS, R. V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica on-line**. Tradução: Daniel Bueno; revisão técnica: Tatiana Melani Tosi, Raúl Ranauro Javales Júnior. Porto Alegre: Penso, 2014.

LAPLANTINE, F. **Aprender antropologia**. São Paulo, SP: Brasiliense, 2003.

LEVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996.

LEVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.



LEVY, P. **A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço.** 3. ed. São Paulo: Loyola, 2000.

LEVY, P. **Ciberdemocracia.** Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M<sup>a</sup>. **Fundamentos de metodologia científica.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

SEVERINO, Ant<sup>o</sup>. J. **Metodologia do trabalho científico.** 24 ed. rev. e atual. São Paulo: Cortez. 2017.