
Internet e trabalho de campo antropológico: dois relatos etnográficos

Internet and anthropology: an account on ethnographic fieldwork

Cristina Marins



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/pontourbe/9067>

DOI: 10.4000/pontourbe.9067

ISSN: 1981-3341

Editora

Núcleo de Antropologia Urbana da Universidade de São Paulo

Referência eletrónica

Cristina Marins, « Internet e trabalho de campo antropológico: dois relatos etnográficos », *Ponto Urbe* [Online], 27 | 2020, posto online no dia 28 dezembro 2020, consultado o 30 dezembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/pontourbe/9067> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/pontourbe.9067>

Este documento foi criado de forma automática no dia 30 dezembro 2020.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Internet e trabalho de campo antropológico: dois relatos etnográficos

Internet and anthropology: an account on ethnographic fieldwork

Cristina Marins

NOTA DO EDITOR

Versão original recebida em / Original Version 13/04/2020

Aceitação / Accepted 20/06/2020

Introdução

Este artigo busca problematizar a incorporação de ferramentas digitais de pesquisa no trabalho de campo antropológico a partir de duas experiências de pesquisa distintas. A primeira serviu de base a minha tese de doutorado sobre o trabalho de fotógrafos e foi realizada durante os anos de 2016 e 2018 entre profissionais especializados nos registros de ritos matrimoniais (Marins 2018). A segunda pesquisa, realizada durante estágio pós-doutoral, tomou como objeto a atuação de deputados federais eleitos no pleito de 2018 nos primeiros seis meses de seus mandatos. Ainda que à primeira vista a correlação entre as duas investigações não seja evidente, ambas tomaram como foco de observação processos de construção de reputação – ora num dado universo profissional, ora no âmbito da política institucional. Mais importante, considerando o propósito específico deste artigo, as duas pesquisas se apoiaram fortemente sobre ferramentas digitais, em especial, encontraram nas redes sociais.

Na primeira experiência, a utilização de tecnologias de interação digital como estratégia privilegiada de pesquisa não foi propriamente premeditada, mas determinada pelo modo como os interlocutores que encontrei ao longo do trabalho de

campo lidavam eles próprios com a internet. Após uma primeira aproximação do grupo que conformava meu objeto de interesse em um congresso de natureza profissional, gradualmente me dei conta de que a internet era, naquele universo, uma importante fonte de informação e aprendizado, além de um espaço de sociabilidade, bem como uma ferramenta de marketing e vendas.

Já o projeto da segunda pesquisa considerava a experiência da tese de doutorado. Naquele ponto, eu tinha maior clareza sobre as potencialidades da internet para a pesquisa antropológica. Interessada nos processos de construção de reputação de parlamentares que ocupavam um cargo eletivo pela primeira vez, me propus a acompanhar suas atividades de maneira sistemática durante seus primeiros seis meses de mandato, tomando como ponto de observação fundamental suas postagens em redes sociais (em especial, no *Instagram*, no *Twitter* e no *Facebook*). Com menor regularidade, observei também a presença dos parlamentares em canais jornalísticos tradicionais e, pontualmente, também em eventos presenciais. Ainda assim, a pesquisa apresentava peculiaridades que exigiam determinados cuidados até então inéditos para mim.

Num contexto de intensas discussões sobre o papel da antropologia nas últimas décadas, marcadas por questões que incluem “globalização, industrialização e desindustrialização, comércio, fundamentalismo religioso, burocratização, conflitos étnicos, escassez, urbanização, desemprego, falta de moradia e a transformação da família e dos padrões de parentesco” (Ahmed apud. Ortner 1999: 984, tradução minha), reflexões em torno de novas formas de realização de pesquisa etnográfica e pesquisa de campo se fazem presentes, ao menos, desde o final da década de 1990. Como chama atenção Sherry Ortner em seu “Some futures of anthropology” pesquisadores vinham, já naquele momento, repensando e reelaborando a prática etnográfica” (Ortner 1999). Neste sentido, destaco que alguns trabalhos apontavam desde então para a necessidade de desenvolver ferramentas de pesquisa antropológica inovadoras, considerando a tradição da disciplina que implicitamente privilegia campos geograficamente bem demarcados¹.

O florescimento dos questionamentos em torno do papel da antropologia num contexto de transformações ocorreu ao mesmo tempo em que emergiam trabalhos que tomam como foco a investigação da chamada cibercultura. Escobar, em artigo que preconizava uma ampliação no campo antropológico das pesquisas dedicadas às transformações na sociedade decorrentes de novas tecnologias, defendia a articulação de um campo antropológico “particularmente preocupado com as construções e reconstruções culturais nas quais novas tecnologias são baseadas e, por sua vez, ajudam a configurar” (Escobar 1994: 211, tradução minha). Em 1999, a prestigiada editora Routledge publicou “Cyborgs@Cyberspace?” (Hakken 1999) com o sugestivo subtítulo “um etnógrafo olha para o futuro”. No ano 2000, foi publicado o livro de Christine Hine, “Virtual ethnography”, trabalho que mais tarde se desdobraria em frutífera agenda de pesquisa (Hine, 2015, Rufas e Hine 2018 e Hine, 2020). Ao longo das duas últimas décadas, com a internet se tornando onipresente no cotidiano de grande parcela da população mundial, solidificou-se o campo da antropologia dedicado ao tema. Uma abordagem etnográfica da internet pode ser verificada, por exemplo, nos trabalhos realizados por Daniel Miller e sua equipe no já consolidado campo da Antropologia Digital (Miller 2011, 2016, Miller et al 2016, Miller e Sinanan 2017, Miller 2017, Miller e Venkatraman 2018, Miller 2019).

Também no Brasil, o campo dos estudos da cibercultura tem rendido discussões tão numerosas quanto profícuas. Exemplos de grupos de trabalho dedicados ao tema são o pioneiro Grupo de Pesquisas em Ciberantropologia (GrupCiber), fundado em 1996 no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina e o Núcleo de Estudos da Modernidade (NEMO), sediado no Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal Fluminense, que desde 2003 realiza estudos no campo da cibercultura, com especial foco no consumo. A partir de um esforço de mapeamento da produção científica sobre tecnologias digitais no Brasil, Freitas e Gomes (2015) observam que a dimensão etnográfica se encontra ainda ausente em parcela significativa das publicações. Já Segata (2016), ao delinear a trajetória dos estudos da cibercultura no país, pondera que, em seu estágio incipiente, o campo era marcado por desconfiança e acusações de esvaziamento humano da etnografia (p. 38) tendo sido, posteriormente, fortalecido com um investimento etnográfico substancial.

Com o amadurecimento do campo de estudos, assistimos a uma gradual redução da distância entre “mundo real” e “mundo virtual”. Também foram criticadas as abordagens da internet como neutras e autoexplicativas, ao invés de considerar que ela é feita “de atores que reconfiguram tanto as tecnologias quanto seus ‘contextos’, um em relação ao outro” (Miller e Slater 2004: 42). Neste contexto, o exercício que apresento aqui vai ao encontro da proposta de Segata que, em entrevista, chamou atenção para o desafio de pensar “as particularidades de um trabalho de campo em que as novas tecnologias digitais, particularmente aquelas da internet e seus dispositivos, produzem o encontro etnográfico” (2017: 318). Pretendo, com este artigo, apresentar um registro de minha experiência de realização de pesquisas de campo costuradas pela utilização de ferramentas digitais, atentando para as potencialidades, impasses e limitações que minhas estratégias de investigação impuseram. Procurarei argumentar ainda que a categoria *circuito* – originada no campo dos estudos urbanos e presente em diversas reflexões de Magnani² – pode abarcar também plataformas digitais que, mais do que meios de comunicação, são espaços nos quais as pessoas socializam (Miller et al. 2016). Uma vez que tendem a se ampliar ainda mais os estudos antropológicos atravessados pelo universo digital, teço algumas considerações ao final do texto que visam contribuir para o debate acadêmico sobre novos desafios metodológicos.

Inauguração de um trabalho de campo e os primeiros impasses

Eu entrava no quarto semestre de doutorado e, de acordo com o cronograma previsto pelo Programa de Pós-Graduação no qual eu estava inscrita, deveria dar andamento à etapa da tese que convencionamos chamar de trabalho de campo. Inicialmente interessada em refletir sobre rituais de casamento a partir de suas fotografias, eu procurava traçar estratégias que me permitissem encontrar profissionais especializados no registro destes eventos que pudessem vir a se tornar interlocutores. Minha primeira providência, neste sentido, foi a mais banal que naquele momento poderia me ocorrer: digitei no *Google* uma expressão da qual não me recordo com exatidão, mas que suponho ter sido algo como “fotógrafos de casamentos”. Quase instantaneamente, surgiu na tela um resultado de busca que se revelaria decisivo para os desdobramentos da pesquisa: era anunciada, para dali a poucas semanas, a realização de um congresso sobre *fotografia de casamento*, adjetivado como “o maior da América

Latina”. Acessei com senso de urgência o endereço ali indicado e, diante de seu conteúdo, julguei que o evento era promissor.

Se um dos fatores que pesaram em minha decisão de iniciar o trabalho de campo em um evento de natureza profissional foi a possibilidade de acessar potenciais interlocutores, já no primeiro dia do congresso revisei meu planejamento. O ritmo das atividades era intenso e difícil de seguir, de modo que procurei me concentrar na programação de palestras que se revelava mais interessante do que eu pudera imaginar. Disto decorreu que mal troquei palavras com os demais participantes do evento, com exceções que se revelariam importantes em fases posteriores da pesquisa. Duas delas foram fotografias que abordei logo após suas respectivas apresentações. Aqui, as chamarei de Letícia e Luciana³.

Logo após a palestra de Letícia, provocada pelo conteúdo de sua fala, me juntei a outros espectadores que aguardavam para lhe dirigir algumas palavras. Em momento que julguei oportuno, me apresentei rapidamente e falei sobre minhas intenções de uma conversa posterior. Ao me ouvir afirmar que morava no Rio de Janeiro, Letícia ponderou um pouco e disse que visitaria a cidade dali a um mês e meio, propondo um encontro pessoal. Antes de encerrar a conversa, sugeri que eu a “adicionasse no *Facebook*” para que pudéssemos combinar os detalhes da entrevista mais adiante. O encontro com Luciana seguiu um roteiro semelhante. Assisti à sua palestra suspeitando que uma conversa mais detida com ela seria particularmente proveitosa para meu trabalho. Neste caso também, aguardei o final da apresentação para então me aproximar, falar de minha pesquisa e de meu interesse em ouvi-la mais detidamente. Meu pedido de entrevista foi acolhido com simpatia e entusiasmo, de modo que restava apenas combinar os detalhes do encontro. Antes que eu pudesse propor um contato posterior por e-mail, Luciana sugeriu, com *smartphone* em riste: “Me adiciona no seu *Instagram* ou no seu *Facebook*.”

Aquelas tinham sido as primeiras vezes de muitas em que ouviria, partindo de potenciais interlocutores, frases como “_me adiciona”, “me add”, “qual o seu *Instagram*?”, “vou te procurar no *Facebook*”. Se para Luciana e Letícia (e, posteriormente, para outros interlocutores de pesquisa) esta aproximação via redes sociais parecia um passo natural no relacionamento que começava a se estabelecer, de minha parte, estas solicitações causaram certo constrangimento. Refletindo a respeito, constatei que este incômodo decorria de um certo receio quanto aos possíveis efeitos que o eventual compartilhamento do conteúdo veiculado por mim em redes sociais poderia provocar sobre a pesquisa.

Naquele momento eu estava inscrita no *Facebook* e no *Instagram*, sendo que minha participação em cada uma destas mídias possuía características distintas. Embora eu não me considerasse exatamente uma usuária assídua no *Facebook*, minhas esparsas manifestações naquela rede social diziam respeito, basicamente, a meus posicionamentos sobre a conjuntura política do país. Minha hesitação em permitir que meus interlocutores acessassem tal conteúdo tinha origem no sentimento de que, diante de um cenário de “polarização política” (Machado e Miskolci 2019), minha identificação com uma certa linha ideológica viesse a dificultar o meu acesso a interlocutores que adotassem posicionamentos políticos opostos⁴. Já no *Instagram*, rede social que eu utilizava com maior frequência, eu veiculava prioritariamente imagens de minha família, produzidas com o intuito de circulação entre um grupo bastante

restrito. Conceder aos meus interlocutores o acesso a estas imagens, acarretava, para mim, certo prejuízo à minha privacidade.

Diferente de meu uso pessoal das redes sociais, o de Luciana (e de boa parte de meus interlocutores, conforme eu viria a descobrir mais tarde) parecia ser calculado para comportar suas atividades profissionais. Observando as imagens que ela compartilhava, bem como os textos que as acompanhavam, me parecia evidente que o *Instagram*⁵ era utilizado naquele contexto como uma ferramenta de divulgação de seu trabalho. No caso de Luciana, era visível o notável cuidado com que tratavam esta rede social.

Refletindo sobre as condições de realização de seu trabalho de campo entre habitantes de Sirkanda, no Himalaia, Gerald Berreman (1975) pondera que a primeira tarefa do etnógrafo ao chegar no campo é o confronto com sua própria apresentação diante do grupo que pretende estudar. Neste sentido, o autor argumenta que a interação entre pesquisador e pesquisados envolve controle de impressões, estas construídas

“a partir do que os indivíduos fazem, assim como do que dizem, tanto em público, isto é, quando sabem que estão sendo observados, quanto privadamente, isto é, quando pensam que não estão sendo observados. As tentativas de dar a impressão desejada de si próprio, e de interpretar com precisão o comportamento e as atitudes dos outros são uma componente inerente de qualquer interação social e são cruciais para a pesquisa etnográfica.” (BERREMAN 1975: 125)

Confiando em meu treinamento antropológico, bem como em minha experiência prévia de pesquisa, me julgava relativamente preparada para o jogo de controle de impressões do qual trata Berreman. Embora eu tivesse noção de que, tal qual sublinha este autor, o etnógrafo em campo é observado por seus interlocutores tanto quanto os observa, *supus* — erroneamente, como mais tarde se tornaria claro — que minhas atividades em redes sociais estavam inscritas em uma esfera de minha vida privada que passaria ao largo de minhas atividades de pesquisa. Contudo, logo me vi às voltas com as dificuldades e complexidades no gerenciamento de impressões no contexto das redes sociais, sobre os quais tratou Polivanov (2014).

A primeira experiência de relacionamento *online* com meus interlocutores deixava clara a existência de uma assimetria entre nós quanto aos distintos usos de redes sociais, em especial no que diz respeito ao *controle das impressões*, para retomar o termo empregado por Berreman. Se meu uso particular do *Instagram* se aproximava daquele originalmente previsto por seus criadores⁶, fotógrafos como Letícia e Gabriel haviam-no convertido em ferramenta de *marketing*. Se, para eles, colocar suas contas de *Facebook* ou *Instagram* à disposição da etnógrafa parecia ser ato banal, meu constrangimento colocava em jogo a delicada questão das fronteiras entre vida pessoal e profissional, entre o público e o privado. Se o tema demandava reflexão cuidadosa – e, portanto, mais demorada do que o trabalho de campo permitiria – ela impunha, de imediato, um impasse a ser resolvido para que eu prosseguisse com a pesquisa, a saber: como lidar então com minhas redes sociais?

Sem desenvolver uma estratégia clara nos primeiros meses de pesquisa, encaminhava a questão de maneira algo atabalhoada. Ao primeiro pedido realizado por Luciana, mencionado há pouco, reagi de maneira evasiva. De modo improvisado, tentei desviar o assunto sugerindo que talvez fosse mais simples uma comunicação pelo aplicativo de trocas de mensagens *WhatsApp*. Minha sugestão foi prontamente aceita e me vi livre do constrangimento de permitir acesso a minhas atividades nas redes sociais. Mais adiante, no entanto, durante um segundo encontro com Luciana, a solicitação de acesso às minhas redes sociais voltou a ocorrer. Uma vez que simplesmente negar o pedido

não me parecia uma opção razoável, optei – a contragosto – por compartilhar o acesso ao meu *Instagram*. Já no caso de Letícia, não vi remédio senão aceitar a conexão mediada pelo *Facebook* e, mais tarde, respirei aliviada ao ver que o conteúdo que minha interlocutora veiculava não se chocava com minhas próprias visões de mundo expostas naquele espaço.

Por algum tempo, às sugestões do tipo “me add” feitas pessoalmente por interlocutores, eu respondia com sorrisos amarelos e desculpas mal elaboradas como “eu não uso muito o *Facebook*”. Quando conversava sobre meu impasse com colegas, algumas vezes ouvi deles a sugestão de criar “um perfil para a pesquisa” – possibilidade que desconsidereei antecipando os transtornos que a necessidade de gerenciar duas contas poderia acarretar. Enquanto isso, os novos pedidos de amizades em redes sociais surgiam e eu, ainda um pouco sem jeito, passei a aceitá-los, tomando o cuidado de reduzir minhas atividades na rede social, que já eram poucas, a quase nulas.

Aquilo que, a meu ver, se aproximou de uma espécie de “saída honrosa” surgiu apenas quando decidi eu mesma aprender a fotografar e, com o intuito de pôr em prática meu recém-adquirido conhecimento teórico, criei uma conta no *Instagram* com o compromisso de postar fotografias feitas por mim, como uma espécie de mecanismo de autodisciplina. Minha nova conta acabou gerando alguns benefícios suplementares. Já que eu tinha criado um perfil em rede social que me sentia à vontade para fornecer aos meus interlocutores, estava solucionado o meu incômodo em relação ao compartilhamento de meus perfis privados em redes sociais, ainda que eu não tivesse previsto esta possibilidade. Ela acarretou ainda um vínculo com meus interlocutores de natureza inesperada: alguns deles passaram a submeter espontaneamente minhas imagens a críticas, contribuindo, portanto, com ensinamentos valiosos, tanto para a pesquisa quanto para minha condição de fotógrafa neófitas.

Um desfecho para impasses iniciais e a atenção para novas potencialidades da pesquisa nas redes

Se as demandas por relacionamentos vias redes sociais apresentava impasses inesperados, elas também geravam oportunidades que eu não fora capaz de prever, a exemplo das relações que se desenrolavam a partir de minha nova conta de *Instagram*. A sequência do meu primeiro encontro com Letícia deixava isto evidente. Uma vez conectadas pelo *Facebook*, acertamos através da ferramenta de troca de mensagens daquela rede social de nos encontrarmos para um café no bairro de Copacabana, na Zona Sul carioca, onde ela se hospedaria durante sua visita à cidade. A entrevista com Letícia teve a duração de quase quatro horas e partiu de mim a conclusão do encontro já no início da noite, uma vez que eu precisava dar conta ainda de alguns compromissos pessoais. Naquele mesmo dia, às 23h28, recebi uma notificação de mensagem do *Facebook*. Era Letícia retomando um dos temas de nossa conversa.

Na semana que sucedeu a entrevista, Letícia e eu trocamos mensagens diariamente. Nelas, minha interlocutora desenvolvia alguns assuntos suscitados em nosso encontro e que lhe pareciam pendentes. De minha parte, além de ouvi-la atentamente, aproveitei a disponibilidade de Letícia lhe dirigindo novas perguntas, fazendo provocações e mesmo expondo alguns de meus primeiros esboços analíticos na expectativa de observar suas reações. Continuamos a nos falar com certa regularidade nos meses seguintes. Em momento que considerei o meu trabalho de campo concluído, achei por bem fazer um

back up das conversas que tive com Letícia através do aplicativo do *Facebook*. Assim como no corpo da tese, utilizei fonte *Times New Roman*, tamanho 12. As mensagens trocadas preencheram 252 páginas de um documento em *Word*. Mesmo depois disso, permanecemos em contato, embora com menor frequência. Diminuir as conversas com Letícia foi parte de um esforço de deixar para trás a pesquisa de campo para avançar em novas etapas da tese – algo não tão simples uma vez que as redes sociais seguiam estimulando o vínculo com esta e com outros interlocutores.

Eu achava curiosa esta forma de interação e demorou algum tempo para que eu me desse conta de que “bater papo” com Letícia pelo aplicativo do *Facebook* era uma maneira de fazer pesquisa. As mensagens surgiam na tela meu aparelho celular em momentos os mais diversos: enquanto eu participava de uma reunião de trabalho, no momento que eu preparava o meu jantar ou estava sentada no bar conversando com amigos. Boa parte de nossas conversas começava por iniciativa de Letícia. Muitas vezes ela me enviava algum tipo de material como, por exemplo, fotografias suas ou de colegas, *links* para entrevistas, *blogs* ou *podcasts*, enfim, algo que imaginava ser de interesse para minha tese. Outras vezes, Letícia simplesmente narrava algum episódio que lhe tinha acontecido, compartilhava *fofocas* ou exibia seus trabalhos dentro ou fora da *fotografia de casamento*. A partir desta interação que se desdobrava *online*, entre os anos de 2016 e 2017, Letícia e eu também arranjamos alguns reencontros presenciais. Em viagens, tivemos dias de intensa convivência e em suas vindas a minha cidade de residência, nos encontrávamos. Em suma, em diversos momentos ao longo de minha empreitada de pesquisa, Letícia me apresentou terminologias, equipamentos, técnicas, pessoas e grupos – numa convivência que, assim como ocorrera com diversos interlocutores, foi inteiramente costurada pelo uso de mídias digitais.

Embora jamais tenha concebido a possibilidade de realizar uma pesquisa sem a utilização de instrumentos tais como mecanismos de busca e aplicativos de comunicação, quando a pesquisa era ainda um projeto, eu não podia imaginar a importância que o universo digital mais amplo assumiria no dia-a-dia do trabalho de campo. Com efeito, uma parcela muito significativa da pesquisa foi realizada *online* e, antes que eu pudesse ter me dado conta, acumulei horas de acompanhamento e interação com meus interlocutores em redes sociais, integrei rotinas de trocas de mensagens através de aplicativos de telefone celular, frequentei cursos transmitidos via *internet*, ouvi *podcasts* e tive acesso a um vasto conteúdo disponibilizado em plataformas de vídeo.

Este modo de me mover pelo campo foi, em grande parte, fruto da relação que alguns interlocutores tinham com a internet. Logo no início da pesquisa, já era possível perceber que a rede funcionava para eles como importante fonte de informação (e formação), espaço de sociabilidade, ferramenta de divulgação do trabalho e também de comércio. Transitar eu mesma neste espaço se apresentava, portanto, como uma oportunidade de acompanhar e interagir com *fotógrafos de casamento*, não raro de maneiras inesperadas. Por exemplo, frequentando com regularidade grupos de *Facebook* que tinham a *fotografia de casamento* como foco principal, eu acompanhava diariamente algumas dezenas de *posts* sobre os mais variados aspectos do dia-a-dia dos fotógrafos. Posto que em alguns destes grupos, eram corriqueiras e assumiam posição de destaque as chamadas “tretas” (que eu definiria de maneira um tanto quanto simplificada como discórdias públicas entre alguns de seus integrantes) eu ganhava acesso quase que

diário aos conflitos que ficavam de fora de meu campo de visão em outras situações da pesquisa.

O universo digital não serviu, portanto, apenas para mediar encontros com interlocutores “de carne e osso” — muito embora eu reconheça que este tenha sido um de seus papéis fundamentais. Nas redes sociais pude testemunhar conflitos, brincadeiras e conversas que a princípio soavam triviais, mas que, conforme eu avançava na pesquisa, se revelavam significativas. Em resumo, minha vida *online* garantia o quinhão diário de “convivência com os nativos”, se quisermos fazer alusão aos fundamentos da pesquisa etnográfica expostos nos escritos célebres de Malinowski (1978[1922]). Parecia uma maneira bastante conveniente de acessar informações que de outra forma não estariam ao meu alcance.

A segunda pesquisa e o amadurecimento de estratégias

No dia 4 de fevereiro de 2019, Kim Kataguirí, um dos parlamentares que eu acompanhava como parte de minha pesquisa de pós-doutorado, subiu na tribuna da Câmara dos Deputados para seu primeiro discurso. Dentro dos cinco minutos destinados à sua fala, agradeceu aos eleitores do estado de São Paulo pelos 465.310 votos recebidos no pleito de 2018, afirmou seu propósito de “trazer a renovação e a esperança na política que se perdeu”, fez menção de sua origem social. Também anunciou qual seria a pauta prioritária de seu mandato, agradeceu ao movimento político que ajudara a fundar anos antes e, no minuto final de sua fala, visivelmente comovido, fez menção a sua família.

Nos meses que seguiram o primeiro discurso do jovem deputado, eu ganharia familiaridade com parte de sua rotina. O gabinete de Kataguirí, com uma parede verde ao fundo de sua mesa pouco a pouco transformada (em alguns meses, ela ganharia notícias de jornais e revistas estampadas com fotos do deputado emolduradas) tornar-se-ia logo um cenário conhecido, assim como os rostos daqueles que compartilhavam aquele o espaço. Embora no ano da realização de minha pesquisa, discussões e votações do Plenário e das comissões da Câmara dos Deputados já viessem sendo transmitidas há pouco mais de duas décadas pela TV Câmara⁷, através dos canais alimentados diretamente por parlamentares e seus auxiliares tais como *Instagram* e *Facebook*, eu ganhava outro tipo de acesso ao dia a dia da câmara dos deputados, incluindo seus bastidores. As redes sociais exibiam ainda fragmentos da intimidade dos deputados: imagens de suas residências, de seus animais de estimação e das refeições que faziam, por exemplo. Ainda que eu entendesse que aquela era uma edição do cotidiano cuidadosamente construída pelos atores políticos, buscar os critérios utilizados por eles para eleger os elementos publicizados nas redes sociais, por si só, já parecia exercício bastante promissor para uma etnógrafa em busca de compreender como a internet e as redes sociais vinham transformando a política institucional.

Fato é que não fosse pelas redes sociais, o projeto de investigar processos de construção de reputação de alguns deputados federais que obtiveram votações expressivas no cenário brasileiro seria pouco provável. Como um projeto que se propunha a investigar um fenômeno que se desdobrava em uma instância que integra a elite política do país, era de se esperar que o acesso aos parlamentares apresentasse “barreiras etnográficas”. Nos termos de Teixeira, as dificuldades de acesso poderiam incluir “portas fechadas,

interpelação de seguranças, espaços restritos, normas estritas sobre quando, onde e como circular nestes espaços e com quem se está autorizado a conversar por e quanto tempo” (2014: 34).

O acesso aos parlamentares via redes sociais, por outro lado, não apresentava barreiras significativas. Além disso, acompanhar tais redes sistematicamente, ao menos a princípio, parecia projeto condizente com uma pesquisa cuja duração não deveria ultrapassar um ano. Assim, fiz do modo como os parlamentares lidavam com suas redes sociais o eixo central de minha pesquisa. Com efeito, a própria escolha dos atores que eu observaria tomava este elemento como ponto de partida. Como Kataguirí, outros parlamentares que eu observava dedicavam consideráveis esforços a nutrir suas redes sociais e encontraram nelas uma via expressa para eleição.

Tendo em conta minha experiência de pesquisa com a utilização de mídias digitais até então, procurei tomar algumas providências que tornariam a investigação mais proveitosa. A primeira delas consistiu na criação de *contas/perfis* específicos para o trabalho, com o intuito principal de separar minhas atividades de pesquisa de atividades outras (informação, comunicação ou entretenimento, por exemplo) que eu pudesse vir a desempenhar nas mesmas redes sociais. Foram três as escolhidas: primeiro o *Instagram*, rede social que com a qual eu já tinha familiaridade e, conforme já mencionado, fora bastante utilizada em pesquisa anterior; o *Facebook*, também uma rede social que eu já utilizava desde 2010, ainda que com certa irregularidade e o *Twitter*, rede em que minha experiência enquanto usuária era quase nula. Com exceção do *Facebook*⁸, cuja proposta, segundo esclarece Ramos, é de fazer “convergir as identificações e autoidentificações dentro e fora da rede de computadores” funcionando como “lugar por excelência da apresentação de um eu tomado como unidade” (2015: 72), criei contas que seriam utilizadas exclusivamente para a pesquisa.

As disparidades em meu histórico de utilização das diversas redes sociais somada a particularidades de cada uma das plataformas fez com que eu sentisse a necessidade de produzir um registro minucioso desta etapa do trabalho. Tratei, assim, de criar caderno de campo – não nos moldes do caderno clássico problematizado por Magnani, “com espiral, formato 100 x 140 mm., próprio para a jaqueta ou o bolso de trás da calça jeans” (1997, sem paginação), no artigo “O (velho e bom) caderno de campo”. O caderno aqui em questão consistia numa versão digital do “velho e bom” caderno, num arquivo no formato *.docx*, armazenado simultaneamente em meu HD e em servidores virtuais.

Minhas primeiras anotações no caderno de campo digital traziam os registros do processo de criação das novas contas, como pode ser observado no seguinte trecho:

...criei algumas contas para a minha nova pesquisa. (...) comecei criando uma conta do Twitter (@maisumapesquisa) num processo que não durou mais do que alguns minutos. Utilizei minha conta de e-mail, precisei inserir alguns dados incluindo número de telefone celular, confirmei duas vezes as informações através de códigos enviados primeiro para o meu e-mail, depois para o meu telefone. O Twitter então criou um nome de usuário genérico baseando-se em meu nome e sobrenome, mas após buscas rápidas aprendi a mudar meu nome de usuário e alterei minha foto de perfil. Imediatamente o Twitter sugeriu outros usuários para que eu seguisse a partir da busca por Kim Kataguirí. (...) Outras sugestões incluíram políticos do clã Bolsonaro, o empresário Luciano Hang e a Deputada Estadual Janaína Paschoal.

Minha preocupação em registrar não só a criação dos perfis da pesquisa, mas, posteriormente, também material observado nas redes sociais, relacionava-se em parte com a constatação – respaldada, aliás, pela observação de outros pesquisadores do

digital⁹ – do caráter efêmero, dinâmico, de constante transformação do conteúdo que circulava por ali¹⁰. Conforme já expus neste artigo, em meu trabalho anterior, lidei com as redes sociais de maneira improvisada. Isto fez com que eu deixasse de fazer registros supondo, erroneamente, que imagens e textos permaneceriam disponíveis *online* até o ponto em que eu realizaria a análise dos dados de pesquisa. Posto que não foram poucas as situações de perda do material ou ainda de inutilização de registros apressados, passei a empregar maior cuidado não só no registro da criação das contas, mas também no uso do *print screen* (a captura da tela do computador ou celular). Assim, abandonei a utilização indiscriminada de tal recurso, para registrar detalhes do contexto das capturas, incluindo os critérios de seleção para análise posterior.

O cuidado que sobreveio certos lapsos anteriores permitiu a formulação de um caderno de campo digital cuja função primordial era registrar o contexto da construção dos dados, tornando mais produtiva a etapa de análise. Em outros termos, tratava-se de reconhecer que a seleção e o armazenamento dos dados deveriam conferir um caráter afirmativo ao trabalho de acompanhar as redes sociais dos atores que compunham meu universo de pesquisa. Deste modo, eu poderia *construir* ativamente uma leitura das redes sociais no lugar de simplesmente coletar dados de modo automático, seguindo certa tradição etnográfica (Geertz 2011 [1973]). E nesta etapa de análise de dados, a noção de *circuito* se tornou um elemento-chave para as duas diferentes pesquisas que transitavam entre universos *online* e *offline*.

O circuito como unidade de análise

Presente em diversos trabalhos realizados no âmbito do Laboratório do Núcleo de Antropologia Urbana (LabNAU/USP), a noção de *circuito* foi objeto de reflexão detida do antropólogo José Guilherme Magnani. Segundo aponta este autor, ela surgiu na continuidade de um estudo de práticas de lazer na periferia de São Paulo. Atrelado a outras categorias tais como *mancha*, *pedaço* e *trajeto*, *circuito* possui o traço distintivo de “vincular domínios não necessariamente marcados pela contiguidade espacial” (2014: 15), de conectar pontos descontínuos e distantes no tecido urbano, mas que integram um conjunto mais amplo.

Como chama atenção Magnani, *circuito* é uma categoria abrangente porque “ao mesmo tempo que possibilita identificar e construir totalidades analíticas mais consistentes e coerentes com os objetos de análise, permite também extrapolar o espaço físico” (2010: 17), proporcionando assim recortes não restritos ao território da metrópole. Para citar algumas aplicações da noção de circuitos elaborados pela equipe do LabNAU/USP, esta se mostrou proveitosa, por exemplo, para uma investigação sobre os *straight edge* (Mantese 2006); em trabalho que enfoca baladas *black* e rodas de samba na cidade de São Paulo (Macedo 2007); ou para uma pesquisa que focaliza chamado “fórró universitário” (Alfonsi 2008)¹¹. Na análise de Magnani, o *circuito* é “determinado pelo recorte, pela pergunta, pelos objetivos da pesquisa em curso” (2014: 15). A ilustração fornecida pelo autor em seu esforço de delimitação da categoria é clara e merece ser revisitada: o campinho que serve para uma pelada de fim de semana na margem do rio Solimões pode ser incluído no *circuito do futebol* ou do lazer de um pesquisador interessado em formas de lazer vicinal. Se, por outro lado, o foco do interesse recair sobre jogos que integram um calendário de algum torneio, então o campinho é deixado fora do *circuito*.

Conforme evidenciado no artigo “De perto e de dentro”, *circuito* é uma noção que emerge num contexto de consolidação da etnografia urbana. Trata-se de um esforço de superação da ideia de “tentação da aldeia” (2002: 19), já célebre entre antropólogos. Nos trabalhos etnográficos que informam a reflexão de Magnani, a dimensão espacial não está de todo ausente, mas a noção de *circuito* marca a dispensa de contiguidade entre os diversos pontos da cidade. Posto de outro modo, na perspectiva dos trabalhos de etnografia urbana, os pesquisadores se movem por diferentes pontos da cidade que se tornam uma unidade de análise a partir das práticas dos interlocutores de pesquisa – estas apreendidas em campo.

As pesquisas que embasam a escrita deste artigo revelam que a validade da noção de *circuito* excede o contexto da etnografia urbana e pode ser proveitosamente apropriado por etnógrafos cujas pesquisas não se desenrolam exclusivamente *online*, mas são fortemente costuradas pelo universo digital. Assim, a internet torna o *circuito* uma categoria profícua para pensar para além da metrópole. No caso das pesquisas que servem de base a este artigo, *circuito* tem se mostrado útil para pensar uma categoria profissional cujas atividades não se encerram dentro de limites geográficos bem definidos, assim como para investigar os processos que redundam na emergência de um novo fenômeno político-eleitoral.

Minha pesquisa de doutorado, cujo foco era um universo de profissionais que encontravam nas redes sociais um espaço de sociabilidade, formação, negócios e construção de reputação exigia o desenvolvimento de estratégias de pesquisa distintas daquelas apresentadas na maior parte das obras antropológicas que fizeram parte de minha formação, isto é, etnografias situadas dentro de limites geográficos/físicos mais ou menos bem demarcados. Posto que a pesquisa de campo fora inaugurada num encontro de natureza profissional cujos participantes residiam em pontos diversos do país – mas que se mantinham em estreita relação através de aplicativos de trocas de mensagem e redes sociais – mapear os *circuitos* percorridos por meus interlocutores seguindo seu trânsito *online* e *off-line* se revelou estratégia proveitosa. Mais tarde, foi esta categoria que possibilitou o projeto de minha pesquisa entre os parlamentares que seria de outro modo pouco provável. Neste caso, como na primeira pesquisa, as redes sociais foram cruciais para que eu pudesse refletir sobre o processo construção de reputação dos deputados que conformavam meu universo de pesquisa.

Vale assinalar que a estratégia que adotei não é exatamente nova e que, nos últimos anos, me deparei com alguns trabalhos de pesquisa que apresentam variados graus de diálogo com trabalhos do “ciberespaço” que parecem se utilizar de pesquisar *circuitos*, ainda que nem sempre realizando referências diretas à categoria tomada do campo de estudos urbanos. Esta impressão parte, por exemplo, da leitura da dissertação de Faria (2014) dedicada a investigar as condições para o surgimento das chamadas “webcelebridades”. Na dissertação em que a narrativa e história de vida são combinadas com dados construídos como “uma bricolagem de encontros (...) informais face a face e virtuais” (Faria 2014: 9), a autora se debruça sobre um vasto material que inclui postagens no *Twitter* e observações realizadas em um evento presencial. Este trabalho exhibe diversas referências a *circuitos* (de formação, de produção e consumo), embora não sejam acompanhadas de uma reflexão cuidadosa sobre esta noção. Também a dissertação de Fernandes (2017) faz uma rápida menção a existência de um *circuito fitness* e, ainda que sem referência explícita à categoria notabilizada por Magnani, parece operar com esta ao acompanhar os usuários dentro e fora da rede social

Instagram, foco de sua investigação. Já a tese de doutorado de Mesquita, dedicada ao consumo de maquiagem por mulheres consideradas “aficionadas”, toma a categoria *circuito* como referência central para traçar estratégia metodológica. Neste sentido, Mesquita acompanhou consumidoras de maquiagem durante seu trabalho de campo, percorrendo estabelecimentos e eventos especializados, bem como redes sociais em declarada inspiração em trabalhos da antropologia urbana, em especial de Magnani (Mesquita 2020: 61).

Produções como as de Faria, Fernandes e Mesquita indicam que a categoria analítica explorada nos artigos de Magnani já produz rendimentos analíticos em diversos campos de pesquisa antropológica. No caso de meus próprios empreendimentos investigativos, os *circuitos* permitiram uma abordagem de meus objetos de pesquisa de um ângulo particular. Tomando como eixo central os processos de construção de reputação ora de fotógrafos profissionais, ora de parlamentares, observei a relação de continuidade – e não de sobreposição – entre universos *off-line* e *online*. Em termos concretos, isto significa que ações e discursos que eu observava presencialmente adquiriam novos sentidos quando minha análise levava em conta também o cotidiano de meus interlocutores observado nas redes sociais. Mais do que isso, seguir o trânsito de meus interlocutores entre espaços *online* e *off-line* que frequentavam, permitiu que eu identificasse padrões e redes de relação pouco evidentes em estágio incipiente das investigações.

Se são cada vez mais raros os contextos de pesquisa que não são de alguma forma atravessados pelo universo *online*, procuro levantar alguns tópicos que lhes dizem respeito na próxima seção que encerra este artigo. Elas se inserem num contexto de necessidade de revisão de marcos metodológicos da antropologia que não descarta a teoria que nos antecedeu, mas reconhece que um mundo transformado exige de nós também estratégias novas de pesquisa. Neste sentido, a noção de *circuito*, tomada de empréstimos da antropologia urbana, parece se apresentar como caminho rentável.

Considerações finais: em busca de uma renovada atenção à metodologia

Como chamam atenção diversos pesquisadores que vêm se debruçando sobre redes sociais, há tempos não podemos mais pensar em “universo virtual” como algo que separa espaços online do “mundo real”. Antes, as mídias sociais devem ser encaradas como parte essencial de nosso cotidiano, do mesmo modo que encaramos uma conversa telefônica como parte da vida *off-line* (Miller et al. 2016). Uma vez que o universo digital é parte integrante do cotidiano de nossos interlocutores, aos etnógrafos resta dedicar atenção às implicações deste fenômeno em nossas pesquisas – e isto inclui suas potencialidades, mas também certos limites e desafios.

Dentre os principais desafios implicadas nas investigações que realizei, para além dos impasses já mencionados neste artigo, gostaria de mencionar o caráter opaco das plataformas digitais. Entendendo que a etnografia é mais do que a coleção de dados *in loco*, mas a explicitação de sua construção com discussões críticas, considero que a prática etnográfica é dificultada à medida que parte dos rumos da pesquisa é regida por algoritmos e manipulações com as quais, até pouco tempo atrás, não precisávamos lidar. A influência de algoritmos no desenvolvimento da pesquisa etnográfica pode ser verificada, por exemplo, na situação já mencionada no início deste artigo. Refiro-me às

condições de minha entrada no campo, a partir dos resultados de busca do *Google* que indicaram um evento de natureza profissional que acabou se tornando definidor dos passos de pesquisa subsequentes¹². Já os diversos tipos de manipulação nas redes sociais dificultam, em particular, a análise que leva em conta certas métricas disponíveis pelas redes sociais tais como *números de seguidores* e contagem de *likes*. No caso de minha pesquisa de pós-doutorado, na qual eu acompanhava de maneira sistemática as atividades de parlamentares recém-eleitos tomando como ponto de observação fundamental suas postagens em redes sociais, esta se tornou uma questão especialmente sensível.

A investigação realizada por Lindquist (2018) que procura entender o funcionamento de um mercado ilícito de serviços digitais é reveladora da importância alcançada pelas manipulações nas redes sociais. O autor demonstra que adulterações nos números de seguidores, visualizações, *likes* e rankings de popularidade são mercadorias em circulação num mercado volátil e altamente competitivo. Lindquist afirma ainda que, nos últimos anos, tornou-se cada vez mais evidente a existência de um mercado consumidor global das chamadas “fábricas de seguidores” ou “fazendas de cliques”¹³, constando entre os grupos de compradores lojas *online*, os chamados “influenciadores” e políticos.

Tenho algumas razões para suspeitar que os circuitos que pesquisei não estavam isentos deste tipo de manipulação. Com efeito, em minha pesquisa de doutorado, cuja duração excedeu em muito a pesquisa superior e, portanto, permitiu que a relação com interlocutores fosse estreitada, soube por um deles que a contratação de *bots*, isto é, aplicativos de *software* que executam *scripts* automatizados com o intuito de angariar seguidores fazia parte das estratégias de construção de reputação dos fotógrafos em redes sociais¹⁴. Contudo, mapear uma prática que não apenas é considerada ilegítima, mas também é potencialmente condenada do ponto de vista moral em universos de pesquisa diversos, constitui tarefa inglória. De todo modo, chamo atenção para a necessidade, ao integrarmos as redes sociais como ferramenta e *locus* da pesquisa etnográfica, de exercitarmos uma insistente desconfiança em relação à suposta neutralidade destas tecnologias. Levando em conta que há fortes chances de mecanismos de inteligência artificial abalarem, ao menos em algum grau, os rumos de nossas pesquisas, é importante que atentemos também para este aspecto, renovando a vocação de nossa disciplina que, nos termos de Lévi-Strauss, consiste numa “busca inquieta e fervorosa, que atormenta o investigador com questionamentos morais tanto quanto científicos” (2013 [1973]: 41).

Se, por um lado, a internet nos convida a ampliar nossa atenção em relação aos dados que construímos em campo, ela também apresenta instrumentos valiosos ao etnógrafo. As ferramentas de busca disponíveis nas redes sociais podem ser largamente vantajosas, uma vez que elas permitem ao pesquisador realizar consultas filtradas por temas de seu interesse sem as restrições evidentes do recorte temporal da realização do trabalho de campo. A possibilidade de participação em fóruns, grupos de aplicativos de mensagens, bem como os registros das conversas travadas com interlocutores nas mídias digitais vem sendo igualmente úteis em pesquisas que abarcam o universo *online*. O grande volume de informações ao alcance de poucos cliques pode ser muito proveitoso. Enfim, com uma estratégia clara e renovada atenção aos aspectos metodológicos da pesquisa, a prática etnográfica recebe fôlego renovado.

BIBLIOGRAFIA

- ALFONSI, Daniela. 2008. Para todos os gostos: um estudo sobre classificações, bailes e circuitos de produção do forró. Dissertação de Mestrado. São Paulo: FFLCH-USP.
- BERREMAN, Gerald D. 1975. "Etnografia e controle de impressões em uma aldeia do Himalaia". In: GUIMARÃES, Alba Zaluar (org.) *Desvendando máscaras sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alves. pp. 123-174.
- ESCOBAR, Arturo. 1994. Welcome to Cyberia: notes on the anthropology of cyberculture. *Current Anthropology* 35(3): 211-231.
- FARIA, Louise Scoz Pasteur de. 2014. A arte da fama: Victor Calazans e a construção de (@)Hebe Camargo enquanto uma webcelebridade. Dissertação de mestrado em Antropologia Social. Porto Alegre: IFCH-UFRGS.
- FERNANDES, Ana Carolina Machado. 2015. #Musas do Instafit: as construções de corpos e reputações mediadas pela rede social Instagram. 201p. Dissertação de mestrado em Antropologia. Niterói: ICHF-UFF.
- FREITAS, Eliane T. e GOMES, Laura G. 2015. Uma Antropologia da cibercultura. Dossiê Antropologia da Cibercultura. *Vivência: revista de antropologia*. UFRN/DAN/PPGAS v. I.
- GEERTZ, Clifford. 2011 [1973]. Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura. In: *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC.
- GOFFMAN, Erving. 1985 [1956]. *A representação do eu na vida cotidiana*. 10. ed. Petrópolis: Vozes.
- GUPTA, Akhil e FERGUSON, James (org.). 1997. *Anthropological locations: boundaries and grounds of a field science*. Berkeley/Los Angeles/Londres: University of California Press.
- HAKKEN, David. 1999. *Cyborgs@Cyberspace? An Ethnographer looks to the Future*. Londres: Routledge.
- HINE, Christine. 2000. *Virtual ethnography*. Londres: Sage.
- HINE, Christine. 2015. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. Christine Hine. Bloomsbury Academic.
- HINE, Christine. 2020. The evolution and diversification of Twitter as a cultural artefact in the British press 2007–2014. *Journalism Studies* 21 (5) pp. 678-696, Taylor and Francis.
- LEITÃO, Débora K. e GOMES, Laura Graziela. 2017. Etnografia em ambientes digitais: perambulações, acompanhamentos e imersões. *Antropolítica*, n. 42: 41-65.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. 2013 [1973]. *Antropologia estrutural dois*. São Paulo: Cosac Naify.
- LUPTON, Deborah. 2015. *Digital Sociology*. Londres: Routledge.
- LINDQUIST, Johan. 2019. *Illicit Economies of the Internet: Click Farming in Indonesia and Beyond*. In: FRANCESCHINI, Ivan and LOUBERE, Nicholas (org.). *Dog Days: A Year of Chinese Labour, Civil Society, and Rights*. ANU Press, The Australian National University, Canberra, Australia.
- MACHADO, Jorge e MISKOLCI, Richard. 2019. Das Jornadas de Junho à cruzada moral: o papel das redes sociais na polarização política brasileira. *Sociologia & Antropologia*, vol.9, n.3.

- MACEDO, Marcio. 2007. Baladas black e rodas de samba da Terra da Garoa. In: MAGNANI, José G. C. e MANTESE, Bruna. (orgs.) *Jovens na Metrópole: etnografias dos circuitos de lazer, encontro e sociabilidade*. São Paulo, Editora Terceiro Nome: 189-224.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. 1997. O velho e bom caderno de campo. *Revista Sexta Feira*, n. 1: 8-12.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. 2010. Os circuitos dos jovens urbanos. *Sociologia: Revista do Departamento de Sociologia da FLUP*, Vol. XX.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. 2013. Da periferia ao centro, cá e lá: seguindo trajetos, construindo circuitos. *Anuário Antropológico*, II, 53-72.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. 2014. O Circuito: proposta de delimitação da categoria. *Ponto Urbe* (online), 15.
- MALINOWSKI, Bronislaw. 1978 [1922]. *Argonautas do Pacífico Ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanésia*. São Paulo: Abril Cultural.
- MANTESE, Bruna. 2006. *Os straight edges e suas relações com a alteridade na cidade de São Paulo*. Dissertação de mestrado. São Paulo: USP.
- MARCUS, George E. 1995. Ethnography in/of the World System: the emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24: 95-117.
- MARKOWITZ, Lisa. 2001. Finding the field: notes on the ethnography of NGOs. *Human Organization*, 60(1): 40-46.
- MARINS, Cristina Teixeira. 2018. *Entre palcos e flashes: reflexão etnográfica sobre trabalho, construção de reputação e circuitos de consagração de fotógrafos de casamento*. Tese de doutorado em Antropologia. Niterói: ICHF-UFF.
- MESQUITA, Marcia. 2020. "Um reboco é um reboco": maquiagem como performance de gênero. Tese de doutorado em Antropologia. Niterói: ICHF-UFF.
- MILLER, Daniel and SLATER, Don. 2004. Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad. *Horizontes antropológicos* [online], vol.10, n.21: 41-65.
- MILLER, Daniel. 2011. *Tales from Facebook*. Cambridge: Polity.
- MILLER, Daniel. 2016. *Social media in an English village*. London: UCL Press.
- MILLER, Daniel; COSTA, Elisabetta; HAYNES, Nell; MCDONALD, Tom; NICOLESCU, Razvan; SINANAN, Jolynna; SPYER, Juliano; VENKATRAMAN, Shriram and WANG, Xinyuan. 2016. *How the World Changed Social Media*. Londres: UCL Press.
- MILLER, Daniel e SINANAN, Jolynna. 2017. *Visualising Facebook: a comparative perspective*. London: UCL Press.
- MILLER, Daniel. 2017. The ideology of friendship in the era of Facebook. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 7 (1) pp. 377-395.
- MILLER, Daniel. e VENKATRAMAN, Shriram. 2018. Facebook Interactions: An Ethnographic Perspective. *Social Media and Society*, 4 (3).
- MILLER, Daniel. 2019. Anthropological studies of mobile phones. *Technology and Culture*, 60 (4) pp. 1093-1097.
- ORTNER, Sherry B. 1999. Some Futures of Anthropology. *American Ethnologist* 26(4): 984-991, 1999.

- PIERRO, Bruno de. 2018. O mundo mediado por algoritmos. *Revista Pesquisa FAPESP*, n. 266: 18-25.
- POLIVANOV, Beatriz. 2014. Dinâmicas identitárias em sites de redes sociais: estudo com participantes de cenas de música eletrônica no Facebook. Rio de Janeiro: Multifoco.
- RAMOS, Jair. 2015. Subjetivação e poder no ciberespaço: da experimentação à convergência identitária na era das redes sociais. *Revista Vivência*, n. 45: 57-76.
- RUFAS, Alix e HINE, Christine. 2018. Everyday connections between online and offline: Imagining others and constructing community through local online initiatives. *New Media & Society*, 20(10), 3879-3897.
- SANJEK, Roger. 2013. *Ethnography in Today's World: Color Full Before Color Blind*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- SEGATA, Jean. 2016. Um efeito ciber na antropologia. *Revista Florestan*, Ano 2, n.04.
- SEGATA, Jean. 2017. Cibercultura, imagem e ética na pesquisa. [Entrevista concedida a] Lorena Tamyres Trindade da Costa. *Revista Visagem, Natal e Belém*, v.03, n.2: 314-331.
- TEIXEIRA, Carla Costa. 2014. Pesquisando instâncias estatais: reflexões sobre o segredo e a mentira. In: CASTILHO, Sérgio R.R.; SOUZA LIMA, Antonio Carlos e TEIXEIRA, Carla C. (Org.). *Antropologia das Práticas do Poder: reflexões etnográficas entre burocratas, elites e corporações*. 1ed. Rio de Janeiro: Contracapa, v. 1, pp. 33-42.
- ZIEWITZ, Malte. 2016. Governing Algorithms: Myth, Mess, and Methods. *Science, Technology, & Human Values*, 41(1): 3-16.

NOTAS

1. Ver, por exemplo, Marcus (1995), Gupta e Ferguson (1997); Markowitz (2001) e Sanjek (2013).
2. Ver, por exemplo, Magnani 2010, 2013 e 2014.
3. Como de praxe em textos etnográficos, os nomes de meus interlocutores são fictícios.
4. Em acordo com a teoria goffmaniana sobre as representações de si (1985 [1956]), eu deduzia que apresentar aos meus interlocutores o conteúdo de meu perfil do *Facebook* significava veicular certas informações a meu respeito que, naquele momento, eu preferia resguardar. Talvez a questão se colocasse em outros termos caso meus interlocutores propusessem a relação nas redes sociais em outro momento que não o início da interlocução de pesquisa.
5. Para uma análise mais detida do uso desta rede social em pesquisa etnográfica, recomendo a leitura de Fernandes (2015).
6. “O *Instagram* é uma rede social que inicialmente pretendia ser um mural de fotos ou de memórias, como antes era o álbum de fotografias que contava as histórias de famílias, lembranças de viagens, festas, momentos para serem guardados e revisitados de tempos em tempos” (Fernandes, 2015, p.22)
7. Emissora estatal criada em 1998 para transmitir as discussões e votações do Plenário e das comissões da Câmara dos Deputados.
8. Inicialmente, minha intenção era criar uma nova conta também no *Facebook*. Abandonei o plano, contudo, ao perceber que ele implicava um limite ético, já que segundo informava o site da empresa, manter mais de uma conta pessoal naquela rede social contrariava os “Padrões da Comunidade do Facebook”.

9. Ver, por exemplo, Leitão e Gomes (2017) e Lupton (2015).

10. Duas mudanças ocorridas em meio à realização das pesquisas que servem de base a este artigo ilustram este argumento: a primeira, foi a inserção no *Instagram* de um recurso que permite aos usuários postar imagens, textos e vídeos que desaparecem em 24 horas, alterando bastante a dinâmica da rede. A segunda, observada também no *Instagram*, foi a eliminação da contagem de “curtidas” que deixou longe dos olhos do público (e também da pesquisadora) um indicativo importante da repercussão das postagens.

11. Estas e outras etnografias do campo da antropologia urbana que se valem da noção de circuitos é apresentada no próprio artigo de Magnani (2010: 18-32).

12. Ao leitor não familiarizado com o termo, esclareço que os algoritmos são sequências de etapas para resolver um problema ou realizar uma tarefa de forma automática. Tratam-se de receitas escritas em linguagem de programação computacional, capazes de filtrar em segundos bilhões de páginas na web. Para uma abordagem introdutória algoritmos e seus crescentes impactos na vida social, recomendo a leitura de Pierro, 2018. Para uma reflexão mais aprofundada sobre o tema, ver: Ziewitz, 2015.

13. Respectivamente, “follower factories” e “click farms”, no texto original.

14. Este episódio foi relatado em minha tese, já mencionada (Marins 2018: 194).

RESUMOS

Neste artigo, busco problematizar a realização de trabalho de campo antropológico com o auxílio de redes sociais a partir de duas experiências de pesquisa. Embora as duas investigações tenham se desenrolado em campos distintos, ambas foram desenvolvidas online em grande medida. Pretendo, assim, registrar e analisar as experiências de pesquisas de campo costuradas pela utilização de ferramentas digitais, atentando para as potencialidades, impasses e limitações de minhas estratégias de investigação. Travando diálogo com outras pesquisas etnográficas recentes, procuro argumentar, ainda de maneira incipiente, que a categoria *circuito*, originada no campo dos estudos urbanos, pode ser proveitosamente apropriada por etnógrafos cujas pesquisas não se desenrolam exclusivamente *online*, mas abrangem o universo digital. Considerando que os estudos antropológicos atravessados pela *internet* tendem a se ampliar, é propósito deste artigo contribuir para o debate acadêmico em torno dos novos desafios metodológicos neste contexto.

In this article, I present an account of ethnographic fieldwork of two separate studies carried out simultaneously online and offline. Starting from my own ethnographic research experiences, I expect to abbreviate the existing gap concerning potentialities and pitfalls of online ethnographic tools to study markedly fluid and heterogeneous groups in terms of their configuration. I argue that the category so called “circuit”, originated in the field of urban studies, can be successfully appropriated by ethnographers whose researches take place online and offline at once. It is my goal to contribute to the refinement of debates supporting anthropological investigations in a context of rapid and profound transformations shaped by digital technology.

ÍNDICE

Keywords: ethnography, methodology, circuits, internet, social networks

Palavras-chave: etnografia, metodologia, circuitos, internet, redes sociais

AUTOR

CRISTINA MARINS

Doutora pela Universidade Federal Fluminense

E-mail: ctmarins@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9016-8215>