



JOSÉ ALBERTO SIMÕES

**Investigando a rua através da internet (e vice-versa):
considerações teórico-metodológicas
sobre um itinerário etnográfico**

Análise Social, 205, XLVII (4.º), 2012

ISSN ONLINE 2182-2999

EDIÇÃO E PROPRIEDADE

Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Av. Professor Aníbal de Bettencourt, 9
1600-189 Lisboa Portugal — analise.social@ics.ul.pt

Investigando a rua através da internet (e vice-versa): considerações teórico-metodológicas sobre um itinerário etnográfico. Partindo de um objeto empírico particular, a chamada cultura *hip-hop*, o presente artigo pretende discutir, por um lado, os principais problemas teóricos e metodológicos colocados à observação *online* (sobretudo a de cariz etnográfico) e a sua possível integração com a observação *offline*, por outro lado, os desafios levantados pela estratégia metodológica integrada sugerida pelo itinerário de investigação seguido. Mais do que dois domínios apartados, os terrenos de observação *offline* e *online* interpenetram-se de variadas formas, quer porque os seus protagonistas transpõem uma parte significativa da sua atividade para dentro da internet, quer porque esta intervém, de múltiplos modos, na elaboração de várias das manifestações do *hip-hop offline*. Foi justamente este vaivém entre a rua e a internet que a pesquisa realizada procurou captar. Tal implicou, do ponto de vista prático, a adoção de uma estratégia de observação múltipla e multi-situada, dentro e fora da internet. Palavras-chave: internet; etnografia; metodologias qualitativas; *online* e *offline*; *hip-hop*.

Researching the street through the internet (and vice-versa): theoretical and methodological considerations on an ethnographic itinerary. Having its starting point on a particular empirical object, the so called hip-hop culture, the present article will address, on the one hand, the main theoretical and methodological problems with which online observation (especially ethnographic approach) is confronted and its possible integration with offline observation, on the other hand, the challenges faced by the integrated methodological strategy suggested in the itinerary followed on a particular research. Far from two domains apart, offline and online terrains of observation are intertwined in many ways, not only because its protagonists reproduce most of their offline activities online, but also because the internet is used, in distinct ways, on the elaboration of several hip-hop manifestations offline. It was precisely this back and forth between the street and the internet that the present research intended to grasp. From a practical point of view, this objective guided us to adopting a multiple and multi-sited strategy of observation, both offline and online. Keywords: internet; ethnography; qualitative methodologies; *online* and *offline*; *hip-hop*.

JOSÉ ALBERTO SIMÕES

Investigando a rua através da internet (e vice-versa): considerações teórico-metodológicas sobre um itinerário etnográfico¹

José diz: *Antes de mais como é que correram os concertos do outro dia?*

MC diz: *Epa eu levei um amigo meu q se chama Perigo Publico i q improvisa muito bem e da nossa parte o concerto correu mesmo bem so q houve la pessoal q nao gostou de algumas cenas q ele disse no freestyle i vieram nos ameaçar com armas e tivemos de bazar da festa mais cedo.*

José diz: *mas costuma haver confusão normalmente?*

MC diz: *é q o pessoal de faro acho q nao gosta muito do pessoal aki de quarteira.*

MC diz: *mas confusao so verbal.*

[Entrevista *online*, realizada através do MSN Messenger]

INTRODUÇÃO

Do breve excerto que transcrevo em epígrafe (e das circunstâncias que envolvem a sua obtenção) podemos retirar pelo menos duas consequências acerca do uso de metodologias qualitativas no estudo de um fenómeno cultural específico. A primeira, e porventura mais óbvia, realça o facto de ser possível obter informação acerca da realidade fora da internet através de uma recolha realizada (também) *online*. A segunda, e pela anterior razão, evidencia a forma como a internet pode ser considerada não só como objeto de estudo, mas igualmente como instrumento de recolha de informação. Às anteriores

1 Uma versão preliminar desta reflexão foi apresentada no *IV Congresso da Associação Portuguesa de Antropologia – “Classificar o Mundo”*, realizado entre 9 a 11 de Setembro de 2009, no ICS e ISCTE, em Lisboa. Foi publicada uma versão mais longa e significativamente diferente do presente texto em Simões (2011).

implicações podemos acrescentar, e de forma mais ampla, o facto de a internet constituir um recurso que pode ser utilizado por vários participantes num determinado universo cultural para trocarem impressões acerca dos interesses e experiências que partilham e para organizarem as distintas atividades a que se dedicam. Estas e outras questões serão examinadas ao longo deste artigo que tem como propósito explorar a utilização de metodologias de investigação de natureza qualitativa e, mais especificamente, abordagens de tipo etnográfico (Hammersley e Atkinson, 2000), incluindo diferentes estratégias de observação que tomam a internet não só como *artefacto cultural* mas igualmente como *cultura* (Hine, 2000, pp. 14 e segs.).

A particularidade da discussão que iremos empreender reside, deste modo, no facto de as metodologias em questão terem sido aplicadas não só ao terreno habitual das ciências sociais, que contempla territórios físicos claramente delimitados no espaço e no tempo, mas igualmente a um terreno “virtual”, cujos contornos são relativamente imprecisos e insondados. Ainda que vários dos princípios epistemológicos e das orientações metodológicas que podemos implementar num estudo *online* reproduzam aqueles que conhecemos e aplicamos *offline*, a verdade é que as particularidades do terreno “virtual” colocam desafios próprios que devem ser encarados de forma específica (Hine, 2000; Baym e Markham, 2009; Miller e Slater, 2004; Sade-Beck, 2004).

Neste sentido, apesar de a discussão que iremos desenvolver se poder aplicar a múltiplos objetos de estudo que tomam como referência a internet, a presente abordagem irá incidir essencialmente sobre o esforço desenvolvido para definir uma estratégia etnográfica integrada *offline* e *online*, ajustando-a a um caso específico. Assim, num primeiro momento, apresentaremos alguns problemas teóricos e metodológicos fundamentais subjacentes a abordagens que tomam a internet como objeto de estudo e utensílio de observação para, num segundo momento, apresentarmos a estratégia metodológica adotada numa pesquisa particular. As opções seguidas no caso que iremos desenvolver, a chamada cultura *hip-hop*, não pretendem ser um modelo a seguir, mas antes uma proposta de aplicação dos princípios aqui discutidos a um objeto empírico particular que, não obstante, apresenta afinidades com outros idênticos.

A (IN)TANGIBILIDADE DO TERRENO “VIRTUAL”: PROBLEMAS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DA INVESTIGAÇÃO *ONLINE*

Uma das principais dificuldades de qualquer trabalho de investigação que tome a internet como objeto de estudo prende-se com a definição dos próprios contornos do tema que nos propomos tratar *online*. O que se pode dever à singularidade do mesmo, mas igualmente à impossibilidade de o delimitar de

forma clara e inequívoca. De facto, as fronteiras de um universo cultural fora da internet e a sua correspondência na internet podem não ser inteiramente claras nem completamente coincidentes. Na verdade, no trabalho de terreno tradicional (i.e. com um referente territorial único e localizado) habituámo-nos à ideia de que as fronteiras de um objeto de estudo podem ser facilmente delimitadas do ponto de vista espacial. Mesmo quando consideramos objetos que não se encontram circunscritos necessariamente a um determinado contexto geográfico, é sempre possível delimitar, mesmo que temporariamente, um referente territorial concreto. Vários objetos contemporâneos, associados à mobilidade e ao fluxo, inserem-se nesta categoria; porém, apesar de intermitente, a relação com o espaço mantém-se, mesmo que em movimento. A etnografia “multi-situada” (Hannerz, 2003; Marcus, 1995) há algum tempo que procura dar conta desta possível dispersão dos locais de observação, do mesmo modo que os estudos contemporâneos centrados na mobilidade se têm debruçado sobre objetos impermanentes ou cuja definição depende diretamente do movimento ou fluxo constantes (Carmo e Simões, 2009).

É com esta questão como pano de fundo que nos propomos discutir nas páginas que se seguem alguns problemas teóricos e metodológicos centrais associados à abordagem da internet como artefacto tecnológico mas também como prática cultural. Esta discussão servirá de fundamento para a integração que pretendemos fazer na última parte deste artigo entre as estratégias metodológicas que podemos desenvolver *online* e *offline*.

PROPRIEDADES DOS CONTEÚDOS ONLINE

Vários atributos dos conteúdos² *online* (e a sua própria elaboração) possuem consequências ao nível do tipo de observação que pode ser levado a cabo na internet e, como tal, deverão começar por ser equacionados. Tendo em conta que qualquer conteúdo *online* é gerado por alguém, num contexto particular e com recurso a dispositivos tecnológicos específicos, não podemos separar inteiramente o que são as características dos conteúdos enquanto produto (acessível e visível através de determinadas interfaces) da componente técnica e das formas de organização que envolvem a sua utilização e criação (Lievrouw, 2011, pp. 7-8). As características que pretendemos aqui discutir refletem esta singularidade,

2 Utiliza-se, ao longo destas páginas, o termo “conteúdo” *online* de forma ampla e multifacetada, referindo-se tanto às modalidades de comunicação ou plataformas existentes online (fórum, blogue, *site*, etc.) como a componentes específicas das mesmas (sons, imagens, hiperligações, etc.) ou, ainda, à sua própria organização temática (que poderá compreender, para cada caso particular, tantas subcategorias quantos os temas possíveis ou considerados relevantes). Em função do contexto de utilização neste artigo será possível determinar a qual dos sentidos aludidos nos referimos.

na medida em que tanto decorrem dos *artefactos* (dispositivos e *software*) utilizados, como das *práticas* inerentes à sua própria utilização, mediante os quais se chega a um *produto* determinado. Propomo-nos discutir brevemente cinco desses atributos: a fluidez característica dos conteúdos; a convergência dos mesmos; a dificuldade inerente à distinção produtores-consumidores; a multiplicidade da presença *online*; e a incorporeidade³ dos seus participantes.

Um primeiro atributo diz respeito ao carácter fluido e, de certa forma, impermanente dos conteúdos existentes *online*. Com efeito, tomando as características técnicas e formais da internet e a sua própria lógica de construção e utilização como princípios, somos confrontados com o principal obstáculo a qualquer delimitação temática absoluta: o *fluxo* constante de informação. A ideia de fluxo aplica-se tanto às características formais do conteúdo como às práticas e modos de utilização do mesmo. Deste modo, o conteúdo apresenta-se tanto como resultado de fluxos assim como estes constituem a característica básica da experiência de produção e consumo na internet. Por associação, seguindo uma conexão e depois outra, um conteúdo pode trazer-nos de volta ao ponto de partida, sem que esse tenha sido o nosso objetivo original. Do mesmo modo, podemos ser conduzidos a destinos bem diferentes dos que desejávamos alcançar quando iniciámos um circuito a partir de determinado ponto de partida. Isto para dizer que, do ponto de vista da experiência de utilização (e diríamos, também de produção) determinado conteúdo *online* dificilmente se confina em si mesmo, admitindo fluxos de informação *de e para fora* de si, tanto como ponto de referência para outros conteúdos na mesma cadeia (aleatória ou intencionalmente formada por associação), como (e por essa razão) enquanto “texto” aberto à participação (e interpretação) de quem os procura (ou a estes chega aleatoriamente). Assim, qualquer “texto” *online* é sempre um *hipertexto*, formado por múltiplas ligações que nos remetem para diferentes circuitos não lineares tanto a nível interno como externo. Nesta perspetiva, a rede forma-se tematicamente a partir da interconexão entre conteúdos postos em contacto uns com os outros. O facto de um tema reenviar para outro que lhe esteja próximo ou, pelo contrário, para outro que lhe esteja distante, permite considerar uma margem de incerteza e indefinição responsável pela abertura e pelo carácter inacabado de qualquer conteúdo *online*, o que

3 Ao contrário do que possa ser sugerido por este termo, o “corpo” não se encontra afastado da internet, apenas a sua manifestação física ou material. Tal dissociação, todavia, tem sido discutida desde os primeiros estudos sobre a internet e as tecnologias digitais, salientando-se quer a possibilidade de interacção “corpo/máquina” (do universo ficcional do cyberpunk à tecnologia próstética) e as várias interfaces tecnológicas criadas para o efeito, quer a possibilidade de representação “virtual” do corpo em múltiplos conteúdos e plataformas existentes online. Cf., para uma apreciação geral deste assunto, Bell (2001, pp. 137-162).

é reforçado, de um modo geral, pela possibilidade de qualquer pessoa poder intervir de alguma forma na produção do próprio conteúdo. Tal facto não impede que seja possível, em muitos casos, circunscrever tematicamente as várias modalidades de comunicação e encontrar um princípio de organização comum em torno de um ou vários assuntos próximos. Foi justamente isso o que fizemos ao delimitarmos, na pesquisa realizada, determinados conteúdos em torno de várias expressões da chamada cultura *hip-hop*, mesmo que, em certos casos, estes não fossem exclusivos e remetessem para outros interesses temáticos dos seus autores ou utilizadores (Simões, 2010, pp. 213 e segs.).

Um segundo atributo dos conteúdos *online* prende-se com a forma como estes incorporam características de outros *media*, num efeito óbvio de *convergência* em torno da circulação de diversos conteúdos por diferentes *media* e suportes tecnológicos (Jenkins, 2008 [2006]). Esta convergência é assegurada não só pela forma como os conteúdos de outros *media* são integrados em diferentes plataformas *online* (dos vídeos no YouTube às fotos pessoais no Facebook), mas igualmente pelo modo como interesses e práticas existentes *offline* se ramificam e interligam com práticas existentes *online*. Tal contribui para a dificuldade em separar de forma clara as experiências *online* e *offline*. Os próprios meios de comunicação tradicionalmente considerados *offline* (como, por exemplo, o telefone) passam a incorporar cada vez mais características que os integram constantemente *online*. As ramificações e a influência recíproca de muitas práticas e interesses que durante longo tempo pareciam distintos, deparam-se atualmente com dificuldades que, se não são insuperáveis, apresentam-se pelo menos como um desafio às nossas categorias e classificações (Orgad, 2009). Todavia, tal convergência não significa que todas as nossas práticas quotidianas, em todas as circunstâncias, tenham sido absorvidas pelas diversas tecnologias digitais, nem que os conteúdos desenvolvidos nas mesmas remetam necessariamente, em todos os casos, para a realidade *offline*. Neste sentido, a distinção *online/offline* continua a revelar-se pertinente, merecendo ser metodologicamente equacionada (Kozinets, 2010, pp. 58-73; Slater, 2002).

Num sentido mais específico, a convergência de diferentes tipos de ficheiros num só documento coloca-nos perante duas características essenciais dos *media* digitais e concretamente dos conteúdos *online*: a “remediação” e o “hipermedia”. A remediação, tal como propõem Bolter e Grusin (2000)⁴, refere-se à integração de um *medium* (ou vários *media*) no interior de outro.⁵

4 Também M. McLuhan (1997 [1964]), em quem Bolter e Grusin (2000) se inspiram, afirmava que o conteúdo de um *medium* é sempre o conteúdo de outro.

5 Lievrouw (2011, p. 8), na mesma linha, refere-se ao carácter híbrido e recombinante dos atributos tecnológicos que caracterizam os novos *media*.

O hipermedia, por seu lado, embora parta do mesmo princípio de integração e convergência de diferentes tipos de ficheiros, corresponde ao modo como especificamente, dentro de um mesmo conteúdo ou documento, é possível relacionar diferentes tipos de ficheiros, podendo ser visto, por isso, como uma forma específica de hiperligação. Enquanto código numérico, informação que pode ser reduzida a unidades elementares apresentadas sob forma de ficheiros informáticos diversos, os conteúdos *online* apresentam a possibilidade de poderem assumir múltiplas versões e ser apresentados de diversas formas.⁶ Na medida em que as propriedades dos conteúdos possuem implicações a diversos níveis, será necessário distinguir as que dependem do tipo de ficheiros que incluem das que podemos atribuir ao modelo de comunicação que fomentam.

Um atributo adicional que afeta a distinção dos conteúdos *online* prende-se com a dificuldade em identificar de forma inequívoca os seus autores ou produtores. A quem correspondem os produtores? A quem cria um blogue ou a quem insere um comentário no mesmo? Quem gere um fórum de discussão ou quem participa ativamente no mesmo, criando tópicos de conversa ou respondendo aos tópicos deixados por outrem? Estes e muitos outros exemplos revelam-nos a ambivalência contida na identificação dos autores dos conteúdos e na distinção inequívoca entre consumidores e produtores. De modo a superar estas dificuldades, diversos autores têm usado termos como “consumidores-produtores” ou *producers* (Bruns, 2008, pp. 23-34; Simões, 2010, pp. 115-119) de modo a sublinhar o caráter interativo de vários conteúdos *online* e as potencialidades participativas que oferecem (v., por exemplo, Lievrouw, 2011, pp. 13-16). Este problema apresenta-se reforçado se a nossa ambição for identificar sem ambiguidade “produtores” *online*, entendidos enquanto criadores de determinados objetos ou produtos culturais. Tal acontece porque não só as fronteiras entre produção e consumo se esbatem de forma irremediável, como também porque nos deparamos, em muitos casos, com ausência de informação que nos permita situar os autores. Confrontámo-nos com este preciso problema no estudo sobre o *hip-hop* de que daremos conta mais à frente, ao tentarmos classificar os diferentes conteúdos e identificar os respetivos autores, particularmente ao procurarmos estabelecer uma ligação inequívoca entre os criadores *online* e o meio *offline* (Simões, 2010, pp. 47-56). São duas as razões que se conjugam para explicar este facto. Por um lado, as características interativas da internet e a facilidade com que os meios digitais permitem criar

6 O facto de, em última instância, o conteúdo dos *media* digitais poder ser reduzido a um conjunto de elementos que apesar de combinados de diferentes formas continuam a preservar a sua estrutura-base, é designado por princípio de modularidade. Cf. Manovich (2001, p. 30 e segs.).

e difundir os mais variados produtos. Por outro lado, as características de certos universos culturais e artísticos (como é o caso referido da cultura *hip-hop*), que tanto podem incluir artistas “comerciais” como *underground*, “veteranos” como “iniciados”, “profissionais” como “amadores”. A internet apresenta-se como um veículo tanto para uns como para outros, produzindo uma espécie de nivelamento entre estas várias expressões.

Um quarto aspeto diz respeito à multiplicidade da presença *online*, que se encontra associada tanto à diversidade de interesses a que uma mesma pessoa se pode dedicar, como também a diferentes expressões desses mesmos interesses. Seja como for, na prática, podemos “cruzar-nos” com a mesma pessoa em diferentes plataformas “virtuais” sem que, em muitos casos, sequer nos apercebamos desse facto. Esta propagação pela internet contribui para a própria dificuldade em contemplar toda a extensão da presença de alguém *online*; o que é reforçado pelo facto de uma parte da utilização não deixar qualquer rasto detetável (como, por exemplo, ler um blogue ou os tópicos de um fórum). Portanto, a internet representa, por um lado, convergência de interesses, práticas, atividades, tornando em certos casos difícil destrinçar uma experiência *online* de outra que não o seja; por outro lado, implica dispersão pelos mais variados interesses e conteúdos, dado que nada indica que um mesmo indivíduo permaneça confinado a uma só experiência de utilização. De certo modo, e aparentemente de forma paradoxal, é a própria experiência de convergência que permite a dispersão. É certo que podemos detetar várias pistas que identificam conexões e circuitos *online* (seja através de hiperligações deixadas, por exemplo, em *sites* ou blogues; seja através de referências explícitas a outros interesses e atividades). Contudo, a tarefa de relacionar todos os interesses e atividades a que uma mesma pessoa se dedica poderá revelar-se complexa, senão mesmo impraticável.

Finalmente, um último atributo refere-se à intangibilidade dos participantes, resultante da sua própria *incorporeidade online*. Com efeito, a ausência de presença física na internet retira os participantes nas modalidades de comunicação *online* e o seu discurso do contexto social mais vasto onde habitam e em que este último é produzido. Como referem Mann e Stewart (2000, p. 197), “a incorporeidade separa a linguagem do investigador e dos participantes do contexto social que daria significado às suas palavras”. Tal significa que deverá ser o próprio *texto* a fornecer-nos informação acerca do seu *contexto* de produção e respetivos produtores.⁷ Este facto tem sido apontado como uma

7 O que varia amplamente de acordo com a natureza dos indícios fornecidos sobre os atributos dos participantes, da mensagem e do contexto onde a mesma foi criada e utilizada. V. Baym (2010, p. 9).

fonte inesgotável de equívocos identitários, com repercussões tanto ao nível das interações mantidas *online* como da observação que pode ser realizada acerca dos seus participantes. Com efeito, a identidade num mundo incorpóreo pode ser manipulada de acordo com interesses variados, em função da apresentação que cada indivíduo pretenda fazer de si (Baym, 2010, pp. 66-70; Donath, 1999; Danet *et al.*, 1997). Como se depreenderá, este problema não tem resolução absoluta. Qualquer forma de recolha de informação depende, em última instância, da boa-fé de quem a fornece.⁸ Há, todavia, um pressuposto falacioso do ponto de vista metodológico na anterior asserção: assume-se como “verdadeira” a informação que se obtém (ou aquilo que se observa) *offline* e como “falsa” a informação que se recolhe (ou aquilo que se observa) *online*, como se a manipulação apenas ocorresse no segundo caso (Slater, 2002, p. 542). Ora, mesmo admitindo que a investigação que decorre fora da internet apresenta uma possibilidade superior de verificação sobre o que se observa ou regista comparativamente com a que podemos assegurar dentro desta, em nenhum dos casos se pode afirmar em absoluto que os dados estão isentos de erros deliberados, omissões ou adulterações.⁹

Se é verdade que *online* não se sabe se quem observamos é quem afirma ser, permanecendo sempre a dúvida acerca da identidade dos nossos interlocutores, é igualmente verdade que o seu discurso poderá revelar-se mais importante do que os seus atributos aparentes (revelados ou entrevistados) e a sua própria fidedignidade (Hine, 2000, p. 49; Bell, 2001, pp. 195-196). Com efeito, mesmo que não seja possível obter inequivocamente dados sobre características demográficas elementares, tal não significa que, ao abrigo do anonimato e da confidencialidade, certos interlocutores não se sintam à vontade para expressarem opiniões e sentimentos que de outro modo não o fariam (Baym, 2010, pp. 115-118). Pelo contrário, em certas circunstâncias empíricas, poderá revelar-se crucial ter acesso a pessoas “reais”, contactadas *offline*, de modo não tanto a garantir que são quem afirmam ser, mas simplesmente para permitir identificá-las como utilizadoras da internet. De facto, existem práticas de utilização que permanecem invisíveis *online* por não deixarem qualquer rasto ou forma de identificação. No seu estudo sobre doentes com cancro da mama, Orgad (2005, 2009, pp. 44-45) identificou justamente que um número

8 Tal não invalida que possam ser adotadas estratégias de triangulação dos dados obtidos, sobretudo quando se consideram recolhas que decorrem tanto *online* como *offline*. V., por exemplo, Hine (2000, pp. 48-49) e Orgad (2005, pp. 52-53).

9 Seja como for, conforme tem sido apontado por vários autores, as situações de engano deliberado ou manipulação de identidade são mais raras do que se poderia esperar nos diversos estudos realizados sobre a internet (Baym, 2010, pp. 115-120; Donath, 1999; Mann e Stewart, 2000, pp. 208-215).

considerável de pessoas obtinha apoio *online* pelo simples facto de ler as mensagens trocadas nos fóruns, sem nunca revelar a sua presença e, deste modo, aquela prática seria não só indicativa do modo como procuram lidar com a própria doença como também dos seus usos da internet.

MODELOS DE COMUNICAÇÃO E INVESTIGAÇÃO ONLINE

Aludimos acima à importância do modelo de comunicação para compreender a presença *online* associada a diferentes modalidades de comunicação. Como referimos, diferentes modalidades de comunicação (*email*, *sites*, fóruns, *blogs*, etc.) compreendem modelos de comunicação distintos e, deste modo, permitem utilizações diversas. Estas diferenças possuem repercussões igualmente metodológicas que condicionam o tipo de observação que pode ser realizada *online*. Existem, pelo menos, três características fundamentais que nos permitem diferenciar os modelos de comunicação possíveis na internet, evidenciando atributos específicos das trocas mantidas entre os participantes das diversas modalidades de comunicação¹⁰: a) a privacidade da relação *online*; b) a forma como a mesma se inscreve no tempo; e, finalmente, c) o número de participantes envolvidos em simultâneo nessa mesma relação.

O facto de a relação ser pública ou privada tem consequências ao nível do alcance das mensagens trocadas, nomeadamente se se limitam a participantes que possuem uma ligação prévia entre si (excluindo as mensagens indesejáveis e recebidas inadvertidamente) ou, pelo contrário, se são alargadas a vários participantes sem possuírem um interconhecimento prévio (Elm, 2009). O que levanta a questão de saber se o destinatário é indiferenciado e generalizado ou diferenciado e específico. Nas chamadas “redes sociais” presentes *online*, mantidas através de *sites* com aplicações que permitem gerir uma ampla lista de contactos (como o Facebook e uma miríade de outros *sites* idênticos), vários participantes podem adquirir contactos por via *indireta*, através do vínculo a outra pessoa que conhecem diretamente e que, por isso mesmo, decidiram acrescentar à sua lista pessoal de contactos. Ora, tal possibilidade contribui para o esbatimento da distinção proposta, na medida em que concorre para uma maior indefinição das fronteiras entre público e privado ou, pelo menos, para a dificuldade em delimitar à partida a extensão de uma rede de relações

10 N. Baym (2010, pp. 6-12), a propósito de uma comparação mais ampla entre diferentes *media*, e não só dos atributos da internet, refere-se a sete características centrais, parcialmente coincidentes com algumas das que propomos: a) a interatividade; b) o quadro temporal de referência; c) as pistas fornecidas sobre o contexto, o significado das mensagens e a identidade das pessoas envolvidas na interação; d) a durabilidade das mensagens mediante o seu armazenamento; e) a possibilidade de reproduzir ou replicar as mensagens; f) o alcance das mesmas em termos de audiência; e, finalmente, g) a mobilidade dos meios de comunicação em questão.

que se constitua *online* (Baym, 2010, pp. 90-91; Papacharissi, 2010, pp. 61-63). Na verdade, a construção de perfis públicos e semi-públicos dentro dos *sites* com estas características, associado à possibilidade de os relacionar com a lista de contactos dos utilizadores com quem se partilha uma dada ligação, para além da oportunidade de visualizar a lista de contactos destes e de outros que compartilham a mesma plataforma, parecem ser os principais atrativos destes *sites* de redes sociais (boyd e Ellison, 2007). Do ponto de vista metodológico, torna-se difícil (senão mesmo impossível, em certos casos) determinar à partida a extensão da própria rede de relações que mantemos e podemos observar *online*, assim como a natureza dos laços que estabelecemos com as diferentes pessoas que as integram (ou que venham a integrá-las no futuro).

A forma como a comunicação se estabelece no tempo apresenta-se igualmente como um fator diferenciador. A autonomização das trocas em relação ao espaço é apenas parcialmente acompanhada pela sua autonomização em relação ao tempo. Embora uma parte significativa das trocas *online* não ocorra em tempo real, com sincronização entre os participantes, outra parte ocorre. É o caso das trocas que se processam em salas de *chat* ou através de programas de mensagens instantâneas (como o MSN Messenger e outros similares). O tipo de conteúdo produzido num e noutro caso não será, em princípio, o mesmo. O que pode ser explicado pelo facto de, no segundo caso, as mensagens serem trocadas de forma mais espontânea e imediata, ao passo que, no primeiro caso, envolvem à partida um grau superior de reflexividade e controlo sobre o que é dito. A presença imediata do outro, ainda que fisicamente ausente, reflete-se desta forma na natureza do conteúdo que acaba por ser criado. Deste modo, qualquer observação que envolva modalidades de comunicação que impliquem sincronização entre participantes deverá confrontar-se com problemas que decorrem da troca imediata de informação, com relação direta entre os participantes envolvidos. Apresentando-se como uma forma de conversação, este tipo de recolha revela-se particularmente útil no caso de entrevistas realizadas *online* (através de *instant messaging* ou *chat* privado) ou outras modalidades de comunicação que envolvam comunicação em tempo real. Este foi, justamente, o método que utilizámos para efetuar as entrevistas *online* no nosso estudo sobre o *hip-hop*. Por oposição, a observação de *sites*, blogues ou mesmo fóruns de discussão, pode ser realizada de forma diferida e não envolver relação direta, ou qualquer tipo de interação, com os participantes.

Nos últimos anos, com o aumento do acesso à internet através de dispositivos móveis (principalmente telemóveis e *tablets*), a questão da mobilidade tem vindo a impor-se igualmente como uma dimensão a considerar, com repercussões, não tanto na natureza dos modelos de comunicação, mas ao nível das práticas. Com efeito, os anteriores modelos de comunicação podem

ser concretizados independentemente da fixação dos participantes a determinado lugar. As consequências deste facto para a investigação *online* são visíveis na forma como os usos da tecnologia passam a estar integrados em várias atividades quotidianas, fazendo convergir de certa forma as experiências *online* e *offline*.

Para além da inscrição espaciotemporal, o modelo de comunicação *online* pode ser caracterizado igualmente pelo número de participantes envolvidos numa troca determinada. O que tanto depende das opções individuais (que levam a escolher comunicar com uma ou mais pessoas em simultâneo) como também das características da modalidade de comunicação em questão (que poderão permitir ou não levar a cabo diferentes opções). O modelo de comunicação um-para-vários, característico dos *media* tradicionais, ou um-para-um, característico da comunicação interpessoal, são complementados com um modelo que permite a comunicação vários-para-vários (e.g. *chats*). Há, portanto, modalidades de comunicação que integram características formais que permitem estabelecer trocas de informação entre vários participantes em simultâneo, orientando-se por isso preferencialmente para relações coletivas ou de grupo¹¹, associadas à formação das chamadas “comunidades virtuais” (retomaremos esta questão), e outras cujo número de participantes envolvidos em simultâneo se encontra limitado, orientando-se para o contacto pessoal. Todavia, ao contrário do que se poderia supor, as anteriores modalidades de comunicação (e os modelos de comunicação que lhes estão subjacentes) não só não se excluem mutuamente como se podem encontrar imbricados de variadas formas. Essa imbricação pode ser pensada de dois modos. Por um lado, do ponto de vista das características que compreendem. Por outro lado, do ponto de vista da sua utilização.

No que respeita às características, verificamos que a mesma modalidade de comunicação (e.g. um canal de *chat*) pode comportar diferentes atributos que remetem para modelos de comunicação distintos (e.g. um-para-um, vários-para-vários), ainda que possa ser utilizada preferencialmente de determinado modo (e.g. vários-para-vários). Ou, ainda, a mesma modalidade de comunicação de base (e.g. um *site*) pode compreender outras modalidades de comunicação (e.g. um fórum). Este facto permite falar de *sobreposição* não só de modelos de comunicação (o que pressupõe utilizações diversas da mesma modalidade de comunicação) mas também de modalidades de comunicação (o que pressupõe a possibilidade de usar diferentes formas de comunicar a partir da mesma modalidade de comunicação de base).

11 Baym (2010, pp. 90-91) refere-se ao “coletivismo em rede” para designar estas formas de relacionamento *online*, por oposição ao “individualismo em rede”.

No que respeita à utilização, levantam-se novas questões que decorrem da forma como as anteriores modalidades de comunicação são geridas em diversas práticas de consumo e produção. Ao contrário do que poderíamos ser levados a supor, a utilização das várias modalidades de comunicação disponíveis através da internet não se faz de forma independente e isolada, mas de forma interligada, e por vezes sobreposta. De facto, a ideia de que a cada modalidade de comunicação corresponde uma utilização autónoma e exclusiva, num determinado momento e com um único conjunto de participantes, é uma ideia que pode ser contrariada recorrendo a uma observação elementar das práticas correntes. Não só uma mesma pessoa pode utilizar diferentes modalidades de comunicação, em diferentes momentos, para comunicar com diversas pessoas, como também o pode fazer num mesmo momento em simultâneo. Esta simultaneidade refere-se não só às características formais da modalidade de comunicação em questão (como seria o caso daquelas que permitem realizar um modelo vários-para-vários), mas também ao tipo de utilização da mesma (como seria o caso de uma mesma pessoa ter várias janelas de conversação abertas em simultâneo e dialogar com várias pessoas ao mesmo tempo).¹² Por conseguinte, parece existir maior complexidade de utilização do que aquilo que as modalidades de comunicação em si mesmas poderiam fazer crer. Acresce a este facto que várias relações *online* aparentemente coletivas (como, por exemplo, as que são mantidas através dos chamados *sites* de redes sociais) têm como nódulos impulsionadores os próprios indivíduos, que decidem com quem pretendem relacionar-se, num modelo simultaneamente em rede e individualizado.¹³

A forma como, independentemente de considerarmos o seu intuito e função ulterior, são usadas diferentes modalidades de comunicação na internet, leva-nos a pensar que a discussão acerca dos modelos de comunicação, quando confrontada com as práticas reais, merece alguma reavaliação, sobretudo se tivermos em conta que a mesma pessoa pode adotar várias estratégias de comunicação em simultâneo e, desta forma, encaixar-se em modelos aparentemente incompatíveis.

Que estratégias metodológicas adotar para solucionar os anteriores problemas? Como se compreenderá, esta é uma questão complexa que só poderá ter uma resolução contextual, adequada aos objetivos de cada investigação e

12 Por exemplo, os programas de mensagens instantâneas permitem esta possibilidade. Esta prática pode ser levada a cabo com ou sem o conhecimento de outrem, o que depende da relação que os vários intervenientes poderão manter entre si e das estratégias adotadas pelos mesmos.

13 Vários autores têm falado justamente de “individualismo em rede” a propósito do modo como se constituem as relações *online* na atualidade (Baym, 2010, p. 90; Castells, 2001, pp. 150-154; Haythornthwaite e Wellman, 2002, pp. 32-34).

às circunstâncias que envolvem o seu desenrolar. Por essa razão, propomo-nos fazer, nas páginas que se seguem, um breve circuito pelo itinerário de investigação que prosseguimos em condições particulares.

ENTRE A RUA E A INTERNET: INTEGRANDO METODOLOGIAS DE INVESTIGAÇÃO *OFFLINE* E *ONLINE*

Como investigar um terreno de observação até certo ponto intangível, sem presença física inequívoca e que se encontra em constante transformação? Esta interrogação resume de alguma forma o desafio que nos propusemos ultrapassar quando iniciámos a nossa pesquisa sobre a chamada cultura *hip-hop*¹⁴, nas suas diversas vertentes¹⁵, e decidimos direcionar a nossa atenção para o que se afigurava ser as suas múltiplas expressões na internet. Este não tinha sido o ponto de partida para a investigação realizada, embora depressa se tenha insinuado enquanto aspeto incontornável do universo cultural em questão. Com efeito, o nosso primeiro contacto com o terreno do *hip-hop* deu-se por via da *rua*, através da nossa experiência de observação fora da internet, dos eventos a que assistimos, dos produtos que adquirimos e desfrutámos, das conversas que mantivemos com as mais variadas pessoas direta ou indiretamente ligadas a este meio. Foi, contudo, através da rua que a experiência *online* do *hip-hop* se impôs como crucial e, em grande medida, se apresentou como inseparável da anterior. Foram diversos os protagonistas que, desde o primeiro momento, fizeram alusão à sua utilização regular da internet (às novidades e informação que pesquisavam *online*, às músicas que ouviam, aos contactos que mantinham entre si através da internet, aos conteúdos que desenvolviam e alimentavam *online*, etc.), dando-nos a impressão imediata da importância da internet na organização das suas práticas.

Todavia, apesar da evidente interligação entre os contextos *offline* e *online*, confrontámo-nos, desde o início, com o problema de avaliar até que ponto o *hip-hop online* coincidia com o *hip-hop offline*. Que protagonistas e práticas

14 O material metodológico que aqui será referido tem por base a investigação de doutoramento realizada entre 2003 e 2006 na FCSH-UNL. V. Simões (2009, 2010).

15 Aquilo a que se convencionou chamar cultura *hip-hop* integra três vertentes expressivas que agregam quatro atividades principais: o *graffiti* (ou vertente visual) – pinturas realizadas pelos *writers* ou pintores de *graffiti*, recorrendo predominantemente à técnica do aerossol –; o *rap* (ou vertente musical) – que inclui o *mcing* (atividade a cargo do MC, Mestre-de-Cerimónias, *rapper* ou cantor *rap*) e o *djing* (atividade realizada pelo DJ, *Disk Jockey* ou quem manipula os discos e produz a sonoridade típica do *rap*) –; e, finalmente, o *breakdance* (ou vertente gestual) – que corresponde a um estilo acrobático de dança cujos praticantes se designam usualmente *b-boys/b-girls*.

eram transpostos para a internet e como? Tal interrogação decorria, neste caso, da anterioridade das várias expressões da cultura *hip-hop* relativamente à própria internet, a que acrescia o facto de o estudo em causa ter sido realizado num momento em que a penetração da internet era inferior à atual.¹⁶ Em todo o caso, as implicações quantitativas deste facto (*quem e o quê se encontrava online*) afiguraram-se menos relevantes para a investigação em apreço do que as implicações qualitativas do mesmo (*como se encontrava online e porquê*). Assim sendo, do ponto de vista metodológico, procurou-se tirar partido da interdependência entre os dois contextos, definindo-se uma estratégia de observação que se desdobrou *offline* e *online* ou, dito de outro modo, que se procurou insinuar num vaivém entre a rua e a internet.

Independentemente da extensão e importância que a internet apresenta num dado universo cultural, coloca-se sempre o problema de decidir como lidar metodologicamente com estes dois terrenos de observação. De forma alternativa, isto é, escolhendo sob que perspectiva se deve olhar para o universo cultural em questão (*online* ou *offline*)? Ou, assumindo que devem ser entendidos de forma complementar, considerando-os de um modo independente ou interligado? Tal decisão depende, por um lado, da configuração de cada objeto empírico particular e, por outro, da validade que se atribui à informação recolhida tanto *online* como *offline* (Mann e Stewart, 2000, pp. 203-207; Hine, 2000). A primeira questão é principalmente de natureza prática, a segunda é essencialmente de natureza epistemológica. Começemos pela primeira.

Ao contrário de outros *media*, a distinção *online/offline* apenas se tem colocado a respeito da internet (Orgad, 2009, p. 36). O que se deve, em grande medida, ao confronto entre duas visões sobre a internet: por um lado, enquanto “artefacto cultural”, por outro, enquanto “cultura” (Hine, 2000, pp. 14 e segs.). No primeiro caso, a internet tem sido considerada como um meio de comunicação, sendo por isso estudada *offline* em contextos sociais delimitados. No segundo caso, a internet tem sido considerada “como um espaço social comunicativo por direito próprio” (Orgad, 2009, p. 36) e, como tal, tem sido estudada *online*. Assim, se é verdade que vários objetos empíricos não só apresentam importantes expressões *online* como podem existir predominantemente nas redes digitais, é igualmente certo que outros não só possuem uma expressão

16 Com efeito, de acordo com dados do Eurostat, em 2006 a percentagem de lares portugueses com acesso à internet era de apenas 35%, ao passo que em 2011 esse valor correspondia a 58% (v. http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_bde15b_h&lang=en). Do mesmo modo, a percentagem utilizadores da internet (pelo menos uma vez por semana), correspondia, em 2006, a 31% e, em 2011, a 58% (ver http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_bdek_di&lang=en).

reduzida *online* como podem simplesmente estar ausentes da internet (Orgad, 2009, pp. 35-38; Miller e Slater, 2004, pp. 47-51). Com efeito, como notámos atrás, a progressiva inclusão das mais variadas atividades quotidianas *online* não implica necessariamente que todas tenham sido transpostas para este meio e, mesmo que fossem, que estivéssemos ligados *online* em todas as circunstâncias. Há, obviamente, uma parte da nossa experiência quotidiana que escapa às redes digitais, por mais ubíqua que a imersão digital possa parecer.

É neste sentido que se poderá entender a distinção proposta por Kozinets (2010, pp. 63-65) entre o “estudo de comunidades *online*” e o “estudo *online* de comunidades”. No primeiro caso estaríamos a considerar práticas e formas de relacionamento que têm na internet o seu centro, sendo que a existência das mesmas depende deste meio. No segundo caso estaríamos perante práticas e formas de relacionamento que *também* existem *online*, embora tal expressão possa ser secundária. Contudo, longe de poder ser considerada de forma simples, a anterior distinção deve ser entendida sob a forma de um *continuum* que, do ponto de vista prático, pode existir entre as duas situações extremas, traduzindo-se, por sua vez, no plano metodológico, numa oscilação entre o que seria a “simples” etnografia, assente na observação de diferentes práticas exclusivamente *offline*, e a “netnografia”, assente na observação das mesmas num cenário unicamente *online* (Kozinets, 2010, pp. 65-68).

A segunda questão prende-se com a forma como se encara a validade da informação obtida *offline* e *online*. Até que ponto a internet constitui um meio legítimo de obtenção de informação, com valor explicativo por si, e não uma espécie de realidade de segunda? Para vários autores, sobretudo aqueles que se dedicaram aos primeiros estudos *online*, a internet não só constituía um meio de recolha legítimo, como várias práticas apenas faziam sentido observando o contexto *online* como um domínio autónomo (Mann e Stewart, 2000, pp. 203-207; Donath, 1999; Danet *et al.*, 1997; Paccagnella, 1997). Pelo contrário, para outros autores, o estudo da internet terá sempre de comportar um olhar de fora do ecrã do computador, sendo necessário compensar a observação *online* com algum tipo de recolha *offline* (Bakardjieva e Smith, 2001; Kendall, 1999). Tal opção justifica-se porque muitos utilizadores não deixam qualquer rasto visível *online* (não participam em fóruns, não têm blogues, etc.), ainda que as suas práticas sejam relevantes para entendermos a multiplicidade de utilizações da internet (Bakardjieva, 2009, p. 57). Todavia, ao colocarmos demasiada ênfase nos contextos *offline* “[...] corremos o risco de deixar implícito que nem as interações *online* são tão autênticas como as interações *offline*, nem o é a informação que o investigador daí retira” (Orgad, 2005, p. 52).

Assim, de modo a ultrapassar esta dualidade, alguns autores têm olhado para a possibilidade de considerar abordagens onde se procure articular a

recolha em ambos os contextos (Hine, 2000; Kozinets, 2010; Sade-Beck, 2004). Não só porque os dados obtidos através da internet podem ser relevantes por si só, sem necessitar de validação externa, mas também porque podem ajudar-nos a compreender a realidade *offline* (Orgad, 2009, p. 37). Como sugere Hine (2000, p. 39), a internet pode ser entendida tanto enquanto *cultura* como enquanto *artefacto cultural*, no sentido em que “[...] a ênfase pode ser mais utilmente colocada na produção de significados em contexto, sendo o contexto entendido quer como as circunstâncias nas quais a internet é usada (*offline*), quer como os espaços sociais que surgem através do seu uso (*online*)”. Seja como for, mesmo admitindo a pertinência de realizar um estudo *online* e *offline*, há que pensar concretamente na estratégia metodológica a adotar e nas suas implicações em termos epistemológicos. Tais implicações não se prendem tanto com questionar a validade da informação em função da sua proveniência, mas em procurar articular dados e discursos obtidos em contextos distintos e com recurso a métodos igualmente diferenciados.

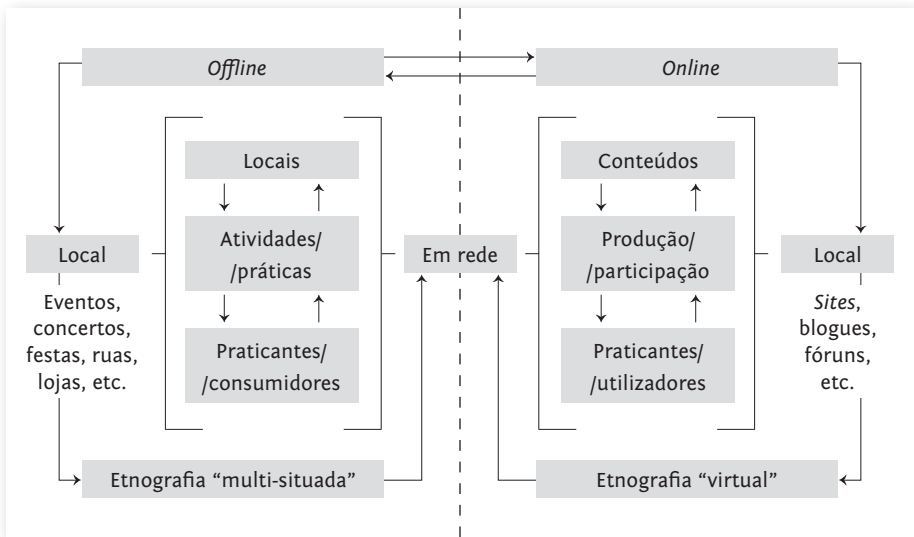
Embora, no nosso caso, a aplicação das diferentes metodologias aos dois terrenos de observação deva ser entendida de forma simultânea e não apenas sequencial, a verdade é que, como referimos acima, começámos por observar o *hip-hop* na rua antes de o identificar na internet. Esta deslocação do contexto urbano para os circuitos digitais implicou uma viragem metodológica que levou a redefinir a estratégia de observação: não só se passou a acomodar o terreno *online* mas também a pensá-lo em interligação com o *offline*, num vaivém entre os dois terrenos. Não obstante, do ponto de vista prático, o trabalho empírico seguiu caminhos distintos tanto fora como dentro da internet.

Fora da internet, as características do próprio objeto empírico foram cruciais na adoção de uma abordagem qualitativa de tipo etnográfico (Hammersley e Atkinson, 2000) e, principalmente, no caráter “multi-situado” que a mesma veio a assumir (Hannerz, 2003; Marcus, 1995). De facto, uma das principais vantagens do trabalho qualitativo reside na sua própria adaptabilidade a objetos cujos contornos são à partida desconhecidos ou indefinidos. Tal acontece com as várias expressões da cultura *hip-hop* que incluem atividades de natureza distinta (das atuações de *rappers* às “missões” de *bombing*¹⁷ de *writers*), associadas a circuitos com estatutos diferenciados (uns comerciais e orientados para o mercado, outros *underground* e orientados para públicos restritos) e a práticas com um caráter igualmente diverso (umas oficiais ou instituídas, outras não oficiais, subversivas ou mesmo ilegais).

17 *Graffiti* pintado rapidamente, geralmente pouco elaborado e efetuado em locais de grande visibilidade, mais ligados à vertente *underground* e ilegal.

Ao desconhecimento ou indefinição dos contornos do objeto, devemos acrescentar o facto de as várias expressões da cultura *hip-hop* não se encontrarem inteiramente confinadas no espaço. Tal não significa que não seja possível identificar grupos de praticantes fixos num dado momento no espaço ou que estes não mantenham uma ligação contínua com várias atividades ao longo do tempo. Contudo, a *mobilidade* e o *fluxo* caracterizam igualmente várias destas práticas, revelando uma relação mais descontínua e intermitente com o território do que aquilo que os objetos tradicionais das ciências sociais nos poderiam fazer crer.¹⁸ O local onde se realiza um concerto *rap* num determinado dia pode ser ocupado por outro concerto (de outro género) num dia diferente; tal como uma inscrição de *graffiti* numa parede pode ser substituída a qualquer momento por outra; ou, ainda, os movimentos de *breakdance* que um grupo de *b-boys* inscreve num dado lugar terminam assim que acaba o seu encontro e o espaço em questão retoma a sua função habitual. Deste modo, assumindo (e constatando) a dispersão do objeto empírico, decidimos recorrer a duas estratégias complementares, com ramificações distintas *offline* e *online* ao nível dos itinerários de observação seguidos (v. Figura 1).

FIGURA 1
Integração de estratégias metodológicas *offline* e *online*



18 Não obstante, esta *desterritorialização* não implica ausência total de ligação aos lugares. Pudemos observar isso mesmo através da análise das várias práticas e produtos do *hip-hop*, que não só fazem alusões constantes a determinados lugares claramente identificáveis, como tal facto constitui uma importante característica dos mesmos. Cf. Simões (2009).

Em termos genéricos, e seguindo a figura, podemos afirmar que a estratégia *offline* se estrutura em torno de determinados *locais* (mesmo que temporários) onde se desenrolam determinadas *atividades/práticas* (mesmo que efémeras e intermitentes), e onde encontramos necessariamente os seus *praticantes/consumidores* (mesmo que variáveis). Tal estratégia assume contornos um pouco diferentes se considerarmos os dois itinerários subentendidos na figura. Por um lado, um itinerário *local*, cujo propósito é identificar as atividades e os protagonistas (individuais e coletivos) em determinado lugar (bairro, evento, etc.). Por outro lado, um itinerário *em rede*, que procura identificar o modo como se estabelecem redes de relações mais ou menos consistentes entre os interessados nas mesmas práticas. Estes dois itinerários, como se perceberá, complementam-se, na medida em que cada *lugar/contexto* funciona como um *nóculo*¹⁹ da rede que se forma em torno de um interesse particular (festas, concertos, etc.). Assim, se por um lado a lógica de rede nos remete para a importância dos laços existentes entre indivíduos e grupos, por outro reenvia-nos para a multiplicidade de lugares (mais ou menos próximos) em torno dos quais se podem estruturar as práticas. É neste sentido que podemos falar do carácter “multi-situado” do trabalho etnográfico desenvolvido, que não esteve preso a um só lugar, mas que procurou seguir, de certa forma, determinados praticantes e as atividades a que os mesmos se dedicam.²⁰

A observação de eventos e o contacto com vários protagonistas em diferentes ocasiões foi complementado com a realização de entrevistas aprofundadas e com a recolha de materiais diversos. Tais materiais incluem fotografias e gravações vídeo de *performances*, ensaios e várias formas de desempenho, assim como outros produtos resultantes das próprias práticas (CDs, maquetes, etc.). Neste sentido, tanto incluem produtos públicos, destinados à circulação comercial (mesmo que restrita), como privados e de circulação interpessoal, correspondendo, em alguns casos, ao registo de práticas, eventos ou situações de outro modo inacessíveis.

Uma lógica idêntica foi aplicada à observação “virtual”, desenvolvendo-se um trabalho de observação e presença em diferentes contextos *online*. Em termos gerais, determinado *conteúdo online* representou um local para observação, através do qual pudemos observar diferentes formas de *produção*

19 Duas advertências a respeito de tais nós: primeiro, podem ter um carácter mais ou menos duradouro (ligados a espaços de eventos temporários, etc.); segundo, mesmo permanecendo o nóculo, pode ser alimentado (frequentado, visitado, etc.) por diferentes participantes, traduzindo a variação dos próprios fluxos que gera.

20 Apesar da dispersão por vários contextos, alguns dos seus protagonistas eram os mesmos, circulando entre diferentes eventos e situações, tendo sido por nós acompanhados em vários momentos.

ou *participação online*, bem como os respetivos *praticantes* ou *utilizadores*. Os *sites* e outras plataformas não só se apresentam como pontos de ancoragem no terreno “virtual” como também, e justamente por isso, nódulos da rede formada por cada conteúdo *online*, servindo simultaneamente de contexto de observação e documento para análise.

Os anteriores nódulos não são, todavia, todos idênticos, na medida em que nuns casos representam conteúdos que não permitem qualquer outra utilização para além da mera escolha num menu predefinido, noutras casos representam conteúdos interativos, que atraem participações e fomentam diferentes formas de comunicação entre os participantes envolvidos numa troca determinada. Seja como for, permanece a questão de saber como fazer sentido de todas as manifestações do *hip-hop online*, resultantes de diferentes conteúdos e criadas por diferentes pessoas? A resposta a esta questão passou por abordagens distintas de diferentes tipos de *software* e formas de recolha, fornecendo, cada uma a seu modo, informações diferenciadas e complementares sobre o tema em questão. Foi o que procurámos fazer com o levantamento que realizámos de diferentes modalidades de comunicação *online* (de *sites* a fóruns de discussão²¹), com a observação intensiva de algumas delas (fóruns e salas de *chat*²²) e com as conversas mantidas *online* com os criadores de diferentes conteúdos através de programas de mensagens instantâneas (como o MSN Messenger²³). As implicações de observar diferentes modalidades de comunicação são distintas para as conclusões que se podem extrair, embora possam ser integradas do ponto de vista da análise.

Alguns destes conteúdos, dado que são mantidos através de modalidades de comunicação que permitem diferentes formas de interação entre os vários participantes envolvidos, tendem a ser considerados como “comunidades virtuais” (Feenberg e Bakardjieva, 2004; Jones, 1998; Wellman e Gulia, 1999). Contudo, se as várias formas de interação *online*, asseguradas por tipos de *software* distintos, representam “autênticas comunidades” ou apenas a possibilidade tecnológica de as constituir, depende, em grande medida, da própria definição de comunidade adotada e do tipo de relações observadas. Com efeito, tais relações

21 Efetuou-se um levantamento de *sites*, blogues, fotologues e fóruns consagrados à temática do *hip-hop* em Portugal, tendo sido construída uma grelha que serviu para a classificação e análise de uma amostra das referidas modalidades de comunicação. V. Simões (2010, pp. 113 e segs.).

22 Apesar de termos observado vários fóruns e salas de *chat* ao longo do período de um ano, a nossa análise incidiu apenas sobre duas destas plataformas: o fórum de *hip-hop* do *site* hztuga.net e o #hiphop da rede portuguesa de IRC (ptnet). V. Simões (2010, pp. 324-334).

23 Foram realizadas 44 entrevistas aprofundadas a 27 entrevistados *online*, a sua grande maioria através de programas de *instant messaging* (MSN Messenger). Apenas em dois casos se recorreu a um programa de Internet Relay Chat (mIRC) para realizar entrevistas *online*.

podem traduzir diferentes tipos de laços (com intensidade e natureza variáveis), que se constituem à volta de múltiplos interesses (Baym, 2010, pp.73-90). Há, porém, um lado discursivo, simbólico e até “imaginado” (Slevin, 2000, p. 93), que faz com que o sentimento de pertencer a uma comunidade se possa sobrepor à própria experiência individual da mesma.

De qualquer modo, nem todos os conteúdos observados *online* sobre um determinado tema envolvem necessariamente comunicação entre os seus utilizadores. De facto, no nosso caso, uma parte significativa da presença do *hip-hop online* diz respeito a *sites* e *blogs* onde a possibilidade de interação entre os respetivos autores e consumidores é reduzida, senão mesmo inexistente. Além disso, ainda que referentes ao mesmo tema, e em certos casos mantendo uma ligação entre si por via de hiperligações, a verdade é que estes conteúdos permanecem dispersos, proporcionando uma experiência algo fragmentada da presença do *hip-hop online*. A unificação destas diferentes experiências depende por isso das utilizações e, também como constatámos, da forma como vários conteúdos *online* acabam por moldar a própria experiência do *hip-hop* fora da internet. De modo a superar esta limitação, procurou-se diversificar os modos de observação *online*, articulando abordagens mais sistemáticas de observação e mapeamento do terreno “virtual”, com abordagens mais aprofundadas em torno de modalidades de comunicação específicas. Pretendeu-se igualmente que as anteriores formas de recolha conjugassem abordagens indiretas (baseadas em entrevistas) com abordagens diretas (como a presença em fóruns e salas de *chat*), implicando a observação contínua dos conteúdos existentes e das mensagens efetivamente trocadas.

Serão as estratégias adotadas suficientes para podermos falar com propriedade em etnografia “virtual”? Como se compreenderá, tal depende da aceção de etnografia que professamos. Do mesmo modo que a etnografia *offline* sofreu alterações nas últimas décadas em vários dos seus pressupostos (Marcus, 1995, pp. 95-96), assumindo uma relação mais difusa com os lugares e as práticas observadas, também a etnografia *online* pretende ser uma expressão dessa mesma evolução, voltando-se para o fluxo e a conectividade (Hine, 2000, pp. 61-62). Neste sentido, a estratégia etnográfica seguida tanto implicou observação contínua e envolvimento com vários protagonistas através de diferentes modalidades de comunicação e métodos de recolha, como uma relação mais distanciada com os autores e utilizadores dos vários conteúdos. Mantém-se, contudo, a questão de saber como combinar (e justificar) as diferentes formas de recolha de informação sobre o *hip-hop online* com aquelas que obtemos fora da própria internet? Como articular, do ponto de vista da análise, diferentes discursos produzidos em torno de um mesmo tema?

Se a integração metodológica resulta em grande medida da própria configuração do fenómeno analisado, que, do ponto de vista prático, surge integrado, já do ponto de vista epistemológico somos confrontados com o problema de validade que temos vindo a aludir. Não obstante, ainda que não se tivesse procurado uma verdadeira estratégia de triangulação, o facto é que uma parte da recolha *offline* confirmou a recolha *online*, do mesmo modo que esta última orientou muitos dos momentos de observação *offline*. Na verdade, se não fosse através dos contactos mantidos *offline* (alguns deles decorrentes de contactos em eventos), nunca teríamos chegado a entrevistar os autores de certos conteúdos (sobretudo de blogues e *sites* sobre *graffiti* ilegal). Através das entrevistas realizadas *online* pudemos igualmente ter acesso às justificações de vários protagonistas sobre os conteúdos *online* e aos discursos obtidos em primeira mão sobre eventos e práticas de outro modo inacessíveis. A própria situação de entrevista *online* implicou, na prática, várias conversas ao longo do tempo, criando simultaneamente um nível de envolvimento determinado com os entrevistados e circunstâncias propícias para a obtenção da informação desejada.

Assim sendo, também do ponto de vista da análise devemos fazer o esforço de integração dos dados e discursos obtidos nos dois contextos, considerando-os como partes do mesmo fenómeno, ainda que os respetivos protagonistas possam não coincidir inteiramente. Deste modo, neste vaivém entre *hip-hop online* e *offline*, tanto reconhecemos evidentes continuidades entre práticas e protagonistas, que veem na internet um contexto adicional para se propagarem, como também óbvias descontinuidades, que revelam a forma como a internet não se limita a reproduzir mimeticamente o *hip-hop offline*, acrescentando-lhe vários atributos. A estratégia metodológica integrada que aqui defendemos permitiu captar não só as especificidades de cada um dos contextos, mas também a forma como estes se cruzam e complementam, definindo um cenário mais amplo e complexo para o entendimento de um dado fenómeno cultural.

CONCLUSÃO

Como procurámos explicitar ao longo deste artigo, as opções metodológicas dependem em grande medida dos objetos de estudo em causa, e dos problemas de investigação que os mesmos engendram. No nosso caso, pretendemos discutir o alcance e as limitações de abordagens teórico-metodológicas que têm a internet como objeto de estudo, principal ou complementar, integrando-as com outras que contemplam igualmente observação *offline*. Como vimos, no centro de vários debates encontra-se a preocupação de saber em que medida é possível considerar a internet por si mesma, sem referência à realidade que

lhe é exterior ou, em alternativa, se o estudo da internet requer necessariamente um exame daquilo que se passa fora desta e, em certa medida, a explica. A resposta a esta questão não é inteiramente consensual, precisamente porque os fenómenos (e os objetos empíricos) que podemos tomar como referência também não são todos equivalentes. No caso específico aqui examinado, a chamada cultura *hip-hop*, a referência à realidade exterior à internet foi incontornável, na medida em que esta não só a antecedeu enquanto fenómeno de rua, como também lhe fornece grande parte da matéria-prima para laboração *online*. Não obstante, à medida que os conteúdos *online* vão absorvendo múltiplas práticas *offline*, esta relação têm-se tornado mais interativa e complexa e, de certa forma, a internet torna-se parte do *hip-hop*, constituindo uma das suas expressões. Foi deste modo que estabelecemos um princípio de interdependência entre o *online* e o *offline*, com repercussões ao nível da estratégia metodológica adotada e do vaivém que definimos entre os dois contextos de observação.

Tal estratégia apoiou-se em metodologias qualitativas, que tiveram em linha de conta o carácter disperso e diversificado do objeto de estudo, que não se encontra confinado a um só lugar, mas apresenta-se em diferentes contextos, alguns deles móveis e temporários. Esta particularidade levou-nos a advogar uma etnografia *multi-situada*, com o propósito de cobrir diferentes cenários onde se desenrolam variadas práticas significativas, mas também com o objetivo de dar conta da própria *mobilidade* do objeto em questão. O terreno de observação “virtual” veio introduzir uma complexidade adicional ao processo de observação. Não só o ambiente *online* se apresenta intangível e os respetivos protagonistas imateriais, como os seus limites se afiguram difíceis de estabelecer de forma clara e definitiva. Tal é, como tivemos oportunidade de discutir, o problema inerente ao fluxo que caracteriza a organização e o uso de múltiplos conteúdos na internet.

Sendo múltiplo, e de certo modo fugidio, o terreno *online* foi abordado através de diferentes metodologias, que permitiram cobrir diferentes aspetos ou dimensões da presença do *hip-hop online*. Por um lado, dando conta da diversidade de conteúdos, identificando-os e classificando-os, por outro lado, indagando os motivos, recursos e estratégias adotadas pelos seus respetivos autores. Dado o carácter interativo e participativo de vários conteúdos *online* e a facilidade com que os mesmos podem ser criados por qualquer pessoa, as fronteiras entre produção e consumo tornam-se porosas, fazendo com que a identificação dos autores dos conteúdos assumisse uma complexidade acrescida.

Tendo em conta o carácter múltiplo da internet enquanto artefacto tecnológico, mas igualmente enquanto prática cultural, parece-nos indispensável

indagar as modalidades e os sentidos da sua utilização em diversas atividades. À medida que a internet parece absorver (e ser incorporada) em diferentes práticas quotidianas (mesmo que não integralmente), faz porventura cada vez mais sentido a recomendação metodológica de a considerar em interdependência com o que se passa *offline* e, por isso mesmo, de a encarar como objeto de estudo e instrumento de investigação, com um caráter multifacetado e adaptável à análise de diferentes objetos empíricos, mesmo que (ou justamente porque) fluidos e em constante mobilidade.

BIBLIOGRAFIA

- BAKARDJEVA, M., SMITH, R. (2001), "The internet in everyday life". *New Media & Society*, 3 (1), pp. 67-83.
- BAKARDJEVA, M. (2009), "A response to Shani Orgad". In A. N. Markham e N. K. Baym (orgs.), *Internet Inquiry: Conversations about Method*, Londres, Sage, pp. 54-60.
- BAYM, N. K., MARKHAM, A. N. (2009), "Introduction: making smart choices on shifting ground". In A. N. Markham e N. K. Baym (orgs.), *Internet Inquiry: Conversations about Method*, Londres, Sage, pp. vii-xix.
- BAYM, N. K. (2010), *Personal Connections in the Digital Age*, Cambridge, Polity Press.
- BELL, D. (2001), *An Introduction to Cybercultures*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- BOLTER, J. D., GRUSIN, R. (2000), *Remediation. Understanding New Media*, Cambridge (Mass.), MIT Press.
- BOYD, D. M., ELLISON, N. B. (2007), "Social network sites: definition, history, and scholarship". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1). Disponível em <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> > (consultado em 25-03-2011).
- BRUNS, A. (2008), *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*, Nova Iorque, Peter Lang.
- CARMO, R. M., SIMÕES, J. A. (orgs.) (2009), *A Produção das Mobilidades: Redes, Espacialidades e Trajectos*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais.
- CASTELLS, M. (2001), *La Galaxia Internet: Reflexiones sobre Internet, Empresa y Sociedad*, Barcelona, Areté/Plaza & Janés Editores.
- DANET, B., et al. (1997), "Hmmm... Where's that smoke coming from? Writing, play and performance on internet relay chat". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2 (4). Disponível em <http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue4/danet.html> (consultado em 12-02-2010).
- DONATH, J. S. (1999), "Identity and deception in the virtual community". In P. Smith e M. Kollock (orgs.), *Communities in Cyberspace*, Londres e Nova Iorque, Routledge, pp. 29-59.
- ELM, M. S. (2009), "How do various notions of privacy influence decisions in qualitative research?". In A. N. Markham e N. K. Baym (eds.), *Internet Inquiry: Conversations about Method*, Londres, Sage, pp. 69-87.
- FEENBERG, A., BAKARDJEVA, M. (2004), "Virtual community: no 'killer implication". *New Media & Society*, 6 (1), pp. 37-43.

- HAMMERSLEY, M., ATKINSON, P. (2000), *Ethnography. Principles in Practice*, Londres e Nova Iorque, Routledge.
- HANNERZ, U. (2003), "Being there... and there... and there! Reflections on multi-site ethnography". *Ethnography*, 4 (2), pp. 201-216.
- HAYTHORNTHWAITE, C., WELLMAN, B. (2002), "The internet in everyday life. An introduction". In B. Wellman e C. Haythornthwaite (orgs.), *The Internet in Everyday Life*, Oxford, Blackwell, pp. 3-41.
- HINE, C. (2000), *Virtual Ethnography*, Londres, Sage.
- JENKINS, H. (2008 [2006]), *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, Nova Iorque, New York University Press.
- JONES, S. G. (1998), "Information, internet and community: notes toward an understanding of community in the information age". In S. Jones (org.), *CyberSociety 2.0: Computer-Mediated Communication and Community*, Londres, Sage, pp. 1-34.
- KENDALL, L. (1999), "Recontextualizing 'cyberspace'. Methodological considerations for on-line research". In S. Jones (org.), *Doing Internet Research*, Londres, Sage, pp. 57-74.
- KOZINETS, R. V. (2010), *Netnography. Doing Ethnographic Research Online*, Londres, Sage.
- LIEVROUW, L. (2011), *Alternative and Activist New Media*, Cambridge, Polity.
- MANN, C., STEWART, F. (2000), *Internet Communication and Qualitative Research: A Handbook for Researching Online*, Londres, Sage.
- MANOVICH, L. (2001), *The Language of New Media*, Cambridge, MA, The MIT Press.
- MARCUS, G. E. (1995), "Ethnography in/ of the world system: the emergence of multi-sited ethnography". *Annual Review of Anthropology*, 24, pp. 95-117.
- MCLUHAN, M. (1997 [1964]), *Understanding Media*, Cambridge, MA, The MIT Press.
- MILLER, D., SLATER, D. (2004), "Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad". *Horizontes Antropológicos*, 10 (21), pp. 41-65.
- ORGAD, S. (2005), "From online to offline and back: moving from online to offline relationships with research informants". In C. Hine (org.), *Virtual Methods. Issues in Social Research on the Internet*, Oxford, Berg, pp. 51-65.
- ORGAD, S. (2009), "How can researchers make sense of the issues involved in collecting and interpreting online and offline data?". In A. N. Markham e N. K. Baym (orgs.), *Internet Inquiry: Conversations about Method*, Londres, Sage, pp. 33-53.
- PACCAGNELLA, L. (1997), "Getting the seats of your pants dirty: strategies for ethnographic research on virtual communities". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3 (1). Disponível em <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/paccagnella.html> (consultado em 2-10-2010).
- PAPACHARISSI, Z. A. (2010), *A Private Sphere. Democracy in a Digital Age*. Cambridge, Polity.
- SADE-BECK, L. (2004), "Internet ethnography: Online and offline". *International Journal of Qualitative Methods*, 3 (2). Disponível em http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3_2/pdf/sadebeck.pdf (consultado em 15-04-2012).
- SIMÕES, J. A. (2009), "Redes, Internet e hip-hop: redefinindo o espaço dos fluxos". In R. M. Carmo e J. A. Simões (orgs.), *A Produção das Mobilidades: Redes, Espacialidades e Trajectos*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais, pp. 71-89.
- SIMÕES, J. A. (2010), *Entre a Rua e a Internet. Um Estudo sobre o Hip-Hop Português*, Lisboa, Imprensa de Ciências Sociais.
- SIMÕES, J. A. (2011), "Da rua para a internet e da internet para a rua. Explorando a integração de metodologias de investigação offline e online". In Cláudia Vaz (org.), *www.Culturas Digitais. com*, Lisboa, ISCS-UTL, pp. 18-51.

- SLATER, D. (2002), "Social relationships and identity online and offline". In L. Lievrouw e S. Livingstone (orgs.), *The Handbook of New Media*, Londres, Sage, pp. 533-546.
- SLEVIN, J. (2000), *The Internet and Society*, Cambridge, Polity Press.
- WELLMAN, B., GULIA, M. (1999), "Virtual communities as communities: net surfer's don't ride alone". In M. Smith e P. Kollock (orgs.), *Communities in Cyberspace*, Londres e Nova Iorque, Routledge, pp. 167-194.

Recebido a 11-08-2011. Aceite para publicação a 14-09-2012.

SIMÕES, J. A. (2012), "Investigando a rua através da internet (e vice-versa): considerações teórico-metodológicas sobre um itinerário etnográfico". *Análise Social*, 205, XLVII (4.º), pp. 792-817.