

Verbete Metodológico

Etnografia Digital

Carolina Parreiras¹ 

¹Universidade de São Paulo, USP, São Paulo, SP, Brasil.

E-mail: carolparreiras@gmail.com

DOI: 10.17666/ebcs.2026.022

PREÂMBULO

Com o advento da internet, ainda na década de 1990 do século XX, pesquisadoras das Ciências Sociais passaram a se dedicar ao entendimento da nova tecnologia que surgia. Um dos principais dilemas encontrados se referia às questões metodológicas, na medida em que a “virtualização” das relações, propiciada pelas tecnologias de informação e comunicação (TICs), parecia colocar em questão os métodos canônicos das disciplinas, desenvolvidos e utilizados até então apenas para interações face a face. Frente a esse importante deslocamento, a Antropologia foi estratégica no desenvolvimento de formas de lidar com os ambientes digitais, chamados, naquele momento, de virtuais ou on-line. Isso se deu principalmente a partir da própria etnografia, entendida como um conjunto inventivo e adaptativo de técnicas de pesquisa e de escrita, que passou a ser utilizado de modo contextual às situações encontradas on-line. É importante salientar que hoje a etnografia é aplicada em diferentes cenários: para entendimento de usos e infraestruturas tecnológicas, do *thick data* à *big data*, em contextos plataformizados e de inteligência artificial, como única estratégia de pesquisa ou em abordagens conhecidas como *mixed methods* (métodos mistos), que podem envolver até mesmo métodos computacionais, como linguagens de programação (Phyton, R) para mineração de dados.

SUMÁRIO

1. Histórico e fundamentos epistemológicos
2. Procedimentos principais
3. Vantagens, limites e vieses conhecidos
4. Exemplos de aplicação em ciências sociais
5. Debates contemporâneos e variações
6. Referências bibliográficas

Aprovado em: 04/08/2026

Editor(a) responsável: Emília Pietrafesa



Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

Enciclopédia Brasileira de Ciências Sociais (EBCS). ANPOCS, 022 - 2026

1. Histórico e fundamentos epistemológicos

Em 1922, Malinowski lançou as bases do que, até hoje, se reconhece como os princípios para a prática etnográfica, sendo o principal deles a observação participante, com deslocamento geográfico e imersão por um certo tempo entre o grupo pesquisado, o registro sistemático dos fatos e o aprendizado da língua local.

Quando a internet começou a se tornar um fenômeno social de interesse, especialmente em meados dos anos 1990 do século XX, pesquisadores e pesquisadoras de diferentes áreas passaram a tentar compreender os impactos que essa nova tecnologia gerava tanto no nível individual quanto no social. Passaram a surgir termos para nomear as novas formas de relação que surgiam, os modos como as pessoas construíam seus corpos, identidades e subjetividades, bem como os novos espaços de interação, que eram vistos quase como uma mera virtualização do espaço urbano: virtual, ciberespaço, cibercultura, cibercorpos, comunidades virtuais, aldeia global. Em comum, essas nomenclaturas traziam a ideia subjacente de uma separação entre real e virtual, entre o mundo das relações presenciais e aquele demarcado pela internet. Essa separação foi o fio condutor das primeiras pesquisas nas diferentes áreas, que, em sua maioria (Rheingold, 1994; Baym, 1995; Turkle, 1995), em perspectiva multidisciplinar, buscavam entender comunidades, fóruns, grupos e formas de identidade que se formavam por meio do uso da internet.

No caso das Ciências Sociais não foi diferente. Um dilema que se impôs rapidamente dizia respeito a como abordar metodologicamente o que estava sendo chamado, naquele momento, de “comunicação mediada por computador” (CMC, na sigla em inglês), como mostra Christine Hine (2000), em seu pioneiro livro *Virtual Ethnography*, considerada a primeira obra na Antropologia a se dedicar de modo mais efetivo a discutir estratégias metodológicas e éticas em pesquisas sobre a internet. Para tal, ela propõe uma abordagem etnográfica da internet, partindo da ideia de que a internet é um artefato cultural. Consequentemente, não existe “a internet” em sentido amplo, mas variadas internets, contextuais, mutáveis e construídas o tempo todo pelas pessoas a partir das relações que estabelecem entre si e com o próprio aparato tecnológico. Essa observação da autora é importante porque ajuda a explicar sua defesa da etnografia como “perfeitamente adequada” para a compreensão dos múltiplos sentidos e significados da internet.

Em diálogo com autores como Clifford Geertz e outros ligados à crítica cultural estadunidense, como George Marcus, James Clifford e Renato Rosaldo, Hine retoma algumas das questões em torno da experiência etnográfica que eles já haviam endereçado. Isso porque, com a internet, temas como a presença do(a) pesquisador(a) em campo, a construção e delimitação do campo de pesquisa ou a autenticidade das relações desenvolvidas a partir da mediação tecnológica – que colocariam em xeque a máxima do “estar lá” da empreitada etnográfica – aparecem e levantam dúvidas sobre a credibilidade dos estudos.

Como contrapartida, seu argumento é que a “etnografia virtual” guardaria os mesmos princípios da etnografia mais tradicional, sendo que o contato face a face seria substituído por um outro tipo de presença e de engajamento, nesse caso, mediado tecnologicamente. Do mesmo modo, estaria garantida a observação participante, só que com outras formas de

interação e diferentes maneiras de “estar lá”, sem a necessidade de deslocamento físico e geográfico ou o aprendizado de uma nova língua (ainda que, em alguns casos, se comunicar on-line tenha requerido o aprendizado de códigos, símbolos e outros sinais partilhados para tornar as pesquisas possíveis). Além disso, o ciberespaço faria com que a antropologia repensasse o conceito de campo, retirando ainda mais sua fixidez – algo já questionado por Marcus (1995), ao propor a ideia de etnografia multissituada – e apostando em sua mobilidade e fluidez.

No entanto, as nomenclaturas até então utilizadas para se referir aos espaços e relações delimitados pela internet passaram a ser revistas, sobretudo porque a persistência do virtual mantinha a oposição com o real, criando a ideia de que o que se passava na internet seria menos real do que a vida fora dela. Nesse sentido, é fundamental a argumentação de Daniel Miller e Don Slater (2000, 2004) que propõe a substituição do par real/virtual por on-line e off-line, mas não como opostos. Ao contrário, a partir de pesquisa de campo em Trinidad, os autores propõem pensar *on* e *off* como contextuais, construídos a partir de relações específicas. Esse representa não apenas um deslocamento teórico importante, mas uma mudança metodológica, na medida em que eles advogam uma abordagem etnográfica da internet que possa incluir tanto as relações online quanto aquelas off-line, a depender do contexto. Defendem ainda, assim como Hine (2000), baseados na mesma literatura crítica (James Clifford, George Marcus, Akhil Gupta e James Ferguson), que as pesquisas realizadas inteiramente on-line são válidas, já que há possibilidade de se fazer a observação participante, a imersão por tempo prolongado entre os sujeitos de pesquisa e o estabelecimento de relacionamentos com esses sujeitos, que são, no entanto, de outra ordem (textuais, por exemplo). Em alguns casos, essas relações podem extrapolar o on-line e permitir o acompanhamento de situações presenciais; em outros, como eles narram no caso dos cibercafés em Trinidad, podem se iniciar off-line e ganhar outro estatuto a partir da internet. Por fim, eles pensam uma etnografia on-offline que consiga desagregar a internet em seus processos, usos e tecnologias sociais, e que não seja tomada como um objeto único.

Mas há ainda um terceiro deslocamento de nomenclaturas. Mais recentemente, em especial a partir dos anos 2010 e seguindo uma série de mudanças tecnológicas, a categoria analítica mais utilizada tem sido digital. Como mostram Daniel Miller e Heather Horst (2012), na introdução do livro “*Digital Anthropology*”, a existência do digital – que eles definem como tudo que é delimitado pelo código binário de programação – mostra o quanto é uma ilusão a ideia de que um momento pré-digital, sem internet, sem computador, seria menos mediado e mais autêntico. Vale lembrar que grande parte das críticas dirigidas às pesquisas realizadas na/da/para a internet sempre girou em torno de questões de mediação, autenticidade e delimitação do campo. Ao fazerem essa afirmação, os autores ressaltam a importância de um projeto etnográfico digital, que tem como cerne a própria busca de entendimento dos sentidos do humano.

Ainda nessa lógica, já em um contexto de plataformas digitais, redes sociais e mudanças cada vez mais intensas dos dispositivos tecnológicos, Christine Hine (2015) lança um segundo livro, intitulado “*Ethnography for the Internet. Embedded, embodied and everyday*”. Além de caracterizar a internet contemporânea como incorporada, corporificada e cotidiana (Hine et al., 2020), Hine mostra como, em quinze anos desde o lançamento de seu primeiro livro,

transformações consideráveis aconteceram, o que requer algumas estratégias ou adaptações de caminhos já usuais para lidar com as várias formas pelas quais a internet se tornou incorporada na vida de grande parte das pessoas ou mesmo para enfrentar novos temas que surgiram, como a já mencionada plataformização, as infraestruturas tecnológicas, o *big data*, e, atualmente, a inteligência artificial. Para tal, ela propõe o conceito de “etnografia para a internet” em uma tentativa de sair do debate entre etnografia da/na internet, mostrando as múltiplas possibilidades de abordagem desse artefato cultural, sempre situado, contextual e relacional. Ela frisa ainda algo que já alertava no ano 2000: não se trata de reformular totalmente a experiência etnográfica, de recriar suas técnicas, mas de pensar em adaptações criativas – da observação participante, das formas de imersão, de como delimitar o campo de pesquisa, dos modos de interação, de como escrever diários de campo, dos materiais a serem utilizados – que levem em conta o contexto digital.

2. Procedimentos principais

Algo que as aulas de metodologia em Antropologia nos ensinam rapidamente é que não há um manual para se fazer uma etnografia. No início deste verbete, os princípios delineados por Malinowski, ainda no começo do século XX, foram recuperados para mostrar que eles continuam sendo um eixo importante para pensar na prática etnográfica. Além disso, quando começou a ser debatida a feitura de pesquisas na internet, essas colocações foram repetidas inúmeras vezes com o fito de desacreditar as incursões on-line, afirmando que elas não seguiriam o básico esperado para uma etnografia. No entanto, como o item anterior deixa evidente, as afirmações de Malinowski continuam válidas para o digital e para pesquisas em ambientes digitais: o que ocorre é uma adaptação de muitas delas para os contextos específicos de pesquisa. Participação, reflexividade, diários de campo, entrevistas, questionários, imagens e vídeos continuam sendo possibilidades também em formato digital.

Assim, algumas estratégias podem ajudar em pesquisas em ambientes digitais, mas com a observação de que elas não devem ser lidas como um guia:

- Qualificar e descrever em detalhes a plataforma/rede/site/fórum onde se dará a pesquisa. Isso é fundamental porque muitos dos ambientes digitais que utilizamos mudam com rapidez e alguns, inclusive, deixam de existir. As descrições, além de ajudarem a compreender as *affordances* (propriedades) do ambiente, se tornam registros dos mesmos em um determinado momento;
- Seguir fluxos – de pessoas, relações, objetos, textos, mensagens, artefatos etc. –, na medida em que, em um contexto de plataformização, isto é, de plataformas que se comunicam e formam um ecossistema entre si, fica cada vez mais difícil imaginar um objeto de pesquisa digital que seja autocontido;
- Privilegiar uma perspectiva sociotécnica que leve em consideração entes humanos e não humanos, o social e o tecnológico e as múltiplas relações entre eles;
- Diferenciar o digital como campo, como contexto e como ferramenta de pesquisa. Em um momento no qual a internet aparece como incorporada na vida cotidiana de grande parte das pessoas, ela passa a ser utilizada em pesquisas acadêmicas de

diferentes modos. Assim, é importante deixar evidente se ela é o objeto da pesquisa, se ela é o cenário onde se dá a pesquisa ou se fornece as ferramentas que serão utilizadas para o estudo aconteça. É importante salientar que uma mesma plataforma digital, por exemplo, pode ocupar qualquer uma dessas posições;

- Lembrar que a internet enquanto um objeto universal, estável e único não existe. O que se estuda são internets localizadas, contextuais e microscópicas;
- Investir no aspecto incremental, criativo e adaptável da etnografia enquanto um conjunto de técnicas, que pode inclusive ser associada com métodos quantitativos em pesquisas que ganham o nome de *mixed methods* (métodos mistos). Essas abordagens são úteis, por exemplo, para lidar com temas como *big data* ou mineração de dados em plataformas de redes sociais;
- Ter em mente que as mesmas ferramentas que utilizamos em nosso cotidiano, como pessoas usuárias da internet, são aquelas que podem tornar a pesquisa de campo possível. Muitas delas já se tornam mundanas, isto é, senso comum, banais e algo sobre o qual não pensamos. Por isso, refletir sobre como elas moldam nossas experiências é um bom exercício;
- Recordar, assim como em qualquer pesquisa, que ao discutir métodos estamos falando também de ética de pesquisa (Franzke et al., 2020). No caso de ambientes digitais, a discussão ética está sujeita às mesmas adaptações, visto que práticas como o Termo de Consentimento Livre Esclarecido, por exemplo, nem sempre serão possíveis da forma convencional.

3. Vantagens, limites e vieses conhecidos

A etnografia digital tem como principal vantagem permitir entendimentos situados das muitas internets que as pessoas constroem continuamente em seu cotidiano. Ao permitir que pesquisadores e pesquisadoras entrem em contato mais detido com as práticas e experiências de uso e desenvolvimento de plataformas e redes digitais, a etnografia é estratégica para a apreensão de contextos, de relações microscópicas que seriam impossíveis de serem capturadas de outro modo. Não por acaso, sua grande popularidade, inclusive fora das Ciências Sociais, no grande campo dos *Internet Studies* engloba disciplinas como comunicação, ciência de dados, ciência da computação, direito, psicologia, dentre outras.

Outro ponto relevante da etnografia é sua adaptabilidade e seu caráter incremental, como bem salienta Hine (2015). Isso faz com que o(a) pesquisador(a) esteja aberto(a) para a descoberta de novos caminhos, sem partir de algo dado de antemão. Em etnografias digitais, com cenários em que proliferam ferramentas tecnológicas que mudam rapidamente, isso é uma vantagem. Do mesmo modo, é o que permite, como já alertavam Miller e Slater (2004), que se perceba possíveis trânsitos e deslizamentos entre on-line e off-line, digital e analógico, nem sempre algo que era previsto pelo(a) pesquisador(a).

No entanto, como qualquer técnica de pesquisa, a etnografia digital apresenta desafios e limitações. Uma limitação, por exemplo, apareceu bastante durante a pandemia de Covid-19, quando foi necessário migrar as atividades, inclusive as pesquisas, para o digital. Para a

maior parte das pessoas, a etnografia digital foi uma possibilidade, mas em alguns contextos, marcados por desigualdades sociais que se refletiram em desigualdades digitais, isso não foi possível. É importante lembrar que, por mais que a questão do acesso às tecnologias digitais e redes de conexão tenha tido avanços consideráveis desde a década de 1990, ainda há obstáculos relativos ao acesso, ao uso das tecnologias e da internet e ao letramento digital.

Por fim, uma questão sensível quando se fala em etnografia digital diz respeito à chamada pesquisa *lurker* (ou encoberta, de espreita). Ainda que a observação seja uma das bases para o empreendimento etnográfico, ela vem acompanhada da ideia de participação, com o estabelecimento de relações e interações entre pesquisador(a) e sujeitos da pesquisa. No caso do *lurker*, o que ocorre é apenas a observação, sem qualquer tipo de participação e sem que os sujeitos de pesquisa saibam da presença do(a) pesquisador(a) em campo. Essa postura só é justificável em alguns casos, visto que levanta questões éticas importantes. No geral, é um tipo de pesquisa realizada em contextos que envolvem riscos para o(a) pesquisador(a), sendo que, ao se apresentar e interagir, ele(a) pode se tornar alvo de ataques, por exemplo. Vale lembrar que, em contextos digitais, ataques e violências são potencializados pela escala e pela rapidez permitidas pelas plataformas, o que torna as situações ainda mais complexas.

4. Exemplos de aplicação em ciências sociais

Como mencionado anteriormente, a etnografia digital tem sido utilizada em diferentes disciplinas dedicadas a compreender os ambientes digitais. No caso das ciências sociais, são inúmeros os exemplos de boas aplicações da técnica, especialmente em antropologia.

O primeiro trabalho, trazido aqui por seu pioneirismo, é a dissertação de mestrado intitulada “Vivendo no Palace: etnografia de um ambiente de sociabilidade no ciberespaço”, de Mário Guimarães Júnior (2000). Trata-se de um dos primeiros trabalhos etnográficos com foco na internet realizados no Brasil e apresenta um uso criativo das técnicas etnográficas para compreender um ambiente de sociabilidade – o Palace –, no que era nomeado então de ciberespaço. Isso se deu a partir do convívio do pesquisador com um grupo de pessoas que se encontrava nesse ambiente e que estabelecia relações por meio de suas personas. As “identidades” construídas on-line envolviam não apenas as interações, mas as formas de apresentação e os avatares. O trabalho é exemplar da primeira geração de pesquisas sobre internet realizadas no Brasil e registra os primeiros momentos dessa tecnologia. Além disso, mostra como o pesquisador adaptou técnicas etnográficas para sua interação no ambiente de sociabilidade, com a construção de um avatar que tornou possível a pesquisa, constituiu o pesquisador on-line e que era o responsável por “performar” entre o grupo.

À medida em que os artefatos tecnológicos se modificam, as técnicas etnográficas precisam se adequar a essas mudanças. O segundo exemplo retrata uma dessas adequações e registra a segunda geração de pesquisas realizadas no Brasil, já em um contexto de redes sociais – chamado na literatura de *web 2.0*. Trata-se da minha tese de doutorado, intitulada “*Altporn*, corpos, categorias, espaços e redes: um estudo etnográfico sobre pornografia online” (Parreiras, 2015), que tem como foco a produção de pornografia alternativa on-line.

Nesse caso, a pesquisa etnográfica foi realizada a partir do seguimento de fluxos – de corpos, pessoas, categorias, espaços e redes – on-line e off-line em torno da produção desse tipo específico de pornografia. Assim, uma rede social como o Twitter aparece como personagem central da narrativa, sendo que é a partir dele que se dão os contatos que tornarão possível a incursão etnográfica. O off-line, inimaginável no início do estudo, aparece exatamente a partir das redes que são tecidas e só desponta a partir da experiência etnográfica da pesquisadora.

Por fim, o último exemplo reflete o terceiro momento de desenvolvimento técnico da internet. Refiro-me à tese “Guerra nas redes: A ameaça plataformizada. Publicidade, plataformização e radicalismo na recepção de um *blockbuster* no YouTube”, de Thais Lassali (2025), que foi conduzida em um contexto de plataformização. Trata-se de uma etnografia realizada na plataforma YouTube, que mostra como vídeos supostamente inofensivos sobre o filme *Star Wars* passaram a ser apropriados para levarem adiante mensagens da extrema-direita. Uma das inovações desse trabalho é o desafio extra de realizar uma etnografia que precisou lidar com os algoritmos da plataforma, na medida em que eles foram os responsáveis por selecionar o que chegava aos espectadores e até à própria pesquisadora.

5. Debates contemporâneos e variações

Lidar com cenários mutáveis e fluidos como os ambientes digitais não é tarefa simples, visto que os artefatos tecnológicos e as relações por eles permitidas mudam com uma rapidez que às vezes é difícil acompanhar. Esse é um desafio constante para qualquer discussão metodológica que se pretenda fazer. Um desafio contemporâneo é o acirramento da lógica de plataformização e datificação de todas as relações. Isso coloca questões adicionais para as pesquisas etnográficas, já que passam a ter que lidar com temas como algoritmos, infraestrutura, personalização de conteúdos. Ao realizar a etnografia digital plataformizada, é importante ter em mente a não neutralidade e a opacidade das plataformas, algo que vai atuar também na delimitação do campo, na realização de interações e entrevistas. Como defende Nick Seaver (2017), a etnografia produz e participa da própria constituição dos algoritmos, na mesma medida em que tenta entender seus desdobramentos e consequências na vida das pessoas.

Além disso, outro ponto a ser enfrentado pela etnografia digital, esse ainda em seu momento seminal, diz respeito à inteligência artificial (IA). Desde 2022, com o lançamento do ChatGPT, houve a popularidade crescente das chamadas inteligências artificiais generativas. Como mostra Sahana Udupa (2026), até o momento, há três grandes enquadramentos metodológicos sendo utilizados para lidar (“*unblackboxing*”) com as IAs generativas: interpretabilidade da IA, etnografia sintética e auditoria algorítmica. Udupa propõe, a partir desses três modelos, somados à sensibilidade etnográfica, o que chama de *prompt ethnography* (etnografia orientada por *prompts* ou comandos), isto é, uma etnografia que atenta simultaneamente para os códigos, os conteúdos e as consternações dos modelos de IA a partir da orientação etnográfica para o detalhe.

6. Referências bibliográficas

Textos fundadores

- Baym, Nancy. (1995). The emergence of community in computer-mediated communication. In Steven G. Jones (Ed.), *CyberSociety: Computer-mediated communication and community* (pp. 138-163). Sage Publications.
- Hine, Christine. (2000). *Virtual ethnography*. Sage.
- Marcus, George. (1995). Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, 95-117.
- Miller, Daniel, & Slater, Don. (2000). *The Internet: an ethnographic approach*. Berg.
- Miller, Daniel, & Slater, Don. (2004). Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad. *Horizontes Antropológicos*, (21), 41-65. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832004000100003>.
- Rheingold, Howard. (1994). *The virtual community*. Homesteading on the electronic frontier. Harper Perennial.
- Turkle, Sherry. (1995). *Life on the screen. Identity in the age of the Internet*. Simon & Schuster Paperbacks.

Guia de referência

- Franzke, Aline Shakti, Bechmann, Anja, Zimmer, Michael, Ess, Charles, & Association of Internet Researchers. (2020). Internet Research: Ethical Guidelines 3.0. <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf>

Referência crítica

- Hine, Christine. (2015). *Ethnography for the Internet: embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury.
- Hine, Christine, Parreiras, Carolina, & Lins, Beatriz Accioly. (2020). A internet 3E: uma internet incorporada, corporificada e cotidiana. *Cadernos de Campo*, 29(2), 1-42. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9133.v29i2pe181370>
- Miller, Daniel, & Horst, Heather. (2012). *Digital Anthropology*. Berg.
- Seaver, Nick. (2017). Algorithms as culture: some tactics for the ethnography of algorithmic systems. *Big Data & Society*, 4(2), 1-12. <https://doi.org/10.1177/2053951717738104>.
- Udupa, Sahana. (2026). Prompt ethnography: critical methodology for generative AI. In Sahana Udupa & Peter Hervik (Eds.), *Handbook of anthropology and artificial intelligence*. Edward Elgar.

Aplicações empíricas

- Guimarães Júnior, Mário. (2000). *Vivendo no Palace: etnografia de um ambiente de sociabilidade no ciberespaço* [Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina]. Repositório Institucional UFSC. <http://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/78595>
- Lassali, Thais. (2024). *Guerra nas redes: a ameaça plataformizada – publicidade, plataformização e radicalismo na recepção de um blockbuster no YouTube* [Tese de doutorado, Universidade Estadual de Campinas]. Repositório da produção científica e intelectual da Unicamp. <https://hdl.handle.net/20.500.12733/18421>
- Parreiras, Carolina. (2015). *Alt porn, corpos, categorias, espaços e redes: um estudo etnográfico sobre pornografia online* [Tese de doutorado, Universidade Estadual de Campinas]. Repositório da produção científica e intelectual da Unicamp. <https://hdl.handle.net/20.500.12733/1625669>

VER TAMBÉM:

Etnografia | Mineração de dados | Inteligência artificial | Plataformização | Métodos mistos | Big data

COMO CITAR ESTE VERBETE:

Parreiras, Carolina. (2026). Etnografia Digital. In *Enciclopédia Brasileira de Ciências Sociais (EBCS)*. ANPOCS. 10.17666/ebcs.2026.022.