

Ter como Palco de Fundo as Redes Sociais. Desafios Metodológicos: Como o Observado Muda o Observador

The Social Networks as Stage Background. Methodological Challenges: How the Observer Changes the Observed

LUZIA PINHEIRO; JOSÉ NEVES & MOISÉS MARTINS

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho

luzia.o.pinheiro@gmail.com/ j.pinheiro.neves@gmail.com/ moisesm@ics.uminho.pt

Resumo:

Num mundo fortemente influenciado pela cultura ecrânica vivem-se tempos de crise mas também de auge comunicacional. A cultura do ecrã que atingiu o seu ponto máximo com a massificação da Internet e popularismo da utilização das redes sociais como o Orkut, Hi5, Netlog e agora Facebook, assume-se como fonte de inspiração de inúmeras investigações no campo das Ciências da Comunicação e outras áreas. No entanto, apesar do facilitismo de acesso e utilização das redes sociais, metodologicamente falando, enfrentam-se muitos obstáculos. Desafios constantes que apelam diariamente ao nosso potencial criativo investigativo. Emergem assim novas técnicas metodológicas, reciclam-se outras tantas e testam-se outras provenientes das mais variadas áreas. O objetivo? Contornar os obstáculos constantes que, quem investiga, tendo como palco de fundo as redes sociais, tem de enfrentar.

Palavras-chave:

Metodologias; emergências; redes sociais; cyberbullying

Abstract:

In a world strongly influenced by the screen culture we are living in a time of crisis but also experiencing communication ecstasies. The screen culture that reached its peak with the popularization of the Internet and popularism of the use of social networking sites like Orkut, Hi5, Netlog and now Facebook, it is assumed as a source of inspiration for numerous investigations in the field of Communication Sciences and other areas. Nevertheless, the easy access and use of the social networks, methodologically speaking, researchers are facing a lot of obstacles. Daily we are facing with new challenges that appeal our mind to develop new creative tools on research. From different areas of study new methodological techniques are emerging. This "new techniques" are the result of recycling and testing old techniques. Which is the goal? The obstacles who, whom have the social networks as object of study, has to face.

Keywords:

Methodologies; emergencies; social networking; cyberbullying

1. Introdução

A origem deste artigo tem por base um dos desafios que quem tem uma tese de doutoramento em mãos tem de enfrentar: a escolha metodológica. Neste caso, a presente

tese de doutoramento, “*Cyberbullying e cyberstalking*”¹ caracteriza-se pela peculiaridade de tratar de fenómenos que emergiram com as novas tecnologias, principalmente com a difusão da Internet. O cyberbullying² e o cyberstalking³ não teriam, pois, condições de existir fora deste contexto. A Internet veio assumir-se assim como um *pharmacor*: aquilo que cura é também aquilo que mata. Por outras palavras, o que se procura estudar na tese são comportamentos emergentes em contextos novos, neste caso, não palpáveis nem apontáveis num mapa, especificamente como as pessoas reagem quando são vítimas destes fenómenos emergentes: o cyberbullying e cyberstalking. Tal representa um desafio metodológico.

Dada a complexidade do objeto de estudo (fenómenos emergentes) e do contexto em que se inserem, as escolhas metodológicas tem vindo a revelar-se um verdadeiro quebra-cabeças para a comunidade científica. Nesse sentido, o presente artigo centra-se na exploração de duas técnicas metodológicas, a etnografia digital e o inquérito *online*, que podem ser adotados tendo como objeto de estudo as redes sociais, particularmente para estudar fenómenos emergentes nas mesmas.

2. Ter como palco de fundo as redes sociais. Desafios metodológicos: como o observado muda o observador

Hoje em dia a comunicação pode ser feita através de um simples clique ao qual se segue a mensagem “enviado”. Mas não se fica por aqui: segundos ou minutos depois a resposta aparece-nos com um aviso: mensagem recebida. “*Vivemos num mundo de comunicação constante, em que se perde a noção dos fusos horários e da distância que separam os corpos (...), e onde a tecnologia quebra barreiras espaço-temporais*” (Pinheiro, 2009: 20), permitindo, através das possibilidades providas, transportar-nos cada vez mais para a impressão de habitar numa aldeia global (Lemos, 2003; Pinheiro, 2009: 20). A Internet, ferramenta que adquire importância crucial no crescimento deste sentimento de se ter uma vizinhança mundial e não apenas local, tem vindo a entranhar-se nas nossas vidas como algo tão normal que não se estranha: entranha-se. Com o alargamento da rede e aparecimento da Web 2.0, as redes sociais tornaram-se parte do nosso modo de vida. Desde o lúdico ao profissional, passando pela vertente meramente social ou informacional, a utilização das redes sociais é multifacetada mas responde sobretudo a um único objetivo: manter em contacto. Por outras palavras: comunicar, interagir, socializar. A grande inovação das redes sociais, e talvez tenha sido isso mesmo que as tornou tão populares, parte do princípio da alteração do padrão-tipo da comunicação: emissor - mensagem - receptor. Em

¹ A tese é orientada pelo Prof. Dr. Moisés de Lemos Martins e co-orientada pelo Prof. Dr. José Pinheiro.

² Cyberbullying: utilização das novas tecnologias para difamar, perseguir e humilhar uma pessoa ou um grupo.

³ *Cyberstalking*: uma forma de cyberbullying simples que consiste em perseguir, difamar e humilhar uma pessoa ou grupo unicamente através da Internet (sem recurso a outra tecnologia complementar).

rede é diferente: “(...) o receptor pode comentar e também ele partilhar informações, bens culturais e comunicar sem barreiras, adoptando o duplo papel de receptor e emissor” (Pinheiro, 2009: 22). Ou seja deixa de haver um emissor e um recetor estáticos, passando a ser interativos: a mensagem é produto do contributo de ambos. Ou seja, nas redes sociais, os agentes sociais tem vindo a reproduzir e a amplificar a socialização, numa espécie de intensificação do social em condições e com formas bastante complexas. Uma complexidade que ultrapassa claramente a de fenómenos sociais ocorridos fora do ecrã constituindo, de alguma maneira, um desafio para as ciências sociais: estudar os fenómenos emergentes da comunicação e interação em rede. Estes fenómenos, ao assumirem a particularidade de se passarem num meio que lhes carimba características e singularidades diferentes daquelas com que estamos habituados a lidar no contexto do face-a-face, permitem antever que o “observado” assume aqui uma importância crucial na forma como o “observador” irá olhar para ele. Surge então aqui uma necessidade de rever formas de investigar clássicas que não se adequam às formas emergentes do “observado”. Poder-se-ia à partida pensar que dada a acessibilidade e a facilidade com que utilizamos as redes sociais seria fácil investigar estas emergências, bastando apenas efetuar algumas adaptações nas metodologias já existentes. No entanto, estudar os fenómenos que emergem tendo como palco de fundo as redes sociais tem-se revelado um desafio semelhante ao de estudar uma tribo nativa em pleno início do século XX. Um pouco à semelhança do que fez Margaret Mead⁴ quando deixou os Estados Unidos da América rumando à Samoa Americana e, posteriormente à Nova Guiné com o objetivo de estudar os costumes dos povos locais: ir ao encontro de e inserir-se para perceber a cultura dos mesmos. Porém algo de mais relevante ocorreu neste processo. O plano que inicialmente consistia em observar os modos e costumes das tribos primitivas alterou-se no momento em que Mead se apercebe que o objeto de observação estava a modificar o observador, ou seja, estava-a a mudar a ela. O que Margaret Mead, proveniente de uma sociedade patriarcal e conservadora, observou foi que em algumas tribos as sociedades eram matriarcais, marcadas por uma clara inversão do papel masculino-feminino a que a investigadora estava acostumada: as mulheres dedicavam-se às atividades de sustento do lar e da família e os homens às de manutenção do lar e da família. Ou seja, o inverso à sociedade patriarcal. Tal fenómeno fez com que o “observado” mudasse o “observador”. Mudasse a sua perspetiva e alterasse a sua postura. Necessitava aprender a observar o observado. Carecia de perceber as formas como se processavam os rituais, a vida naquele contexto tão particular, como se davam e mantinham as relações sociais, a cultura própria, os processos de comunicação. Afinal, Mead estava perante uma situação nova num contexto diferente do qual estava habituada. Era necessário explorar e deixar-se mudar: abrir a mente para novas realidades cujos fluxos de atuação tinham características muito próprias. No fundo, o observado mudava o observador: fazia-o romper com os padrões a que

⁴ Ver as suas obras “*Adolescência, sexo e cultura em Samoa*” publicado em 1928 e “*Sexo e temperamento em três sociedades primitivas*” resultado da sua investigação na Nova Guiné e que foi publicado em 1935. Ambas as obras ganharam destaque pelo conteúdo que rompia com os modelos conservadores e patriarcais da sociedade norte-americana do início do século XX.

estava acostumado. A verdade é que nós, enquanto investigadores, vamos estudar fenómenos que, mesmo sendo nós utilizadores experientes de redes sociais, se passam em contextos complexos dentro dessas redes que muitas vezes nós utilizamos mas que, adotando a alegoria de um *iceberg*, se situam em níveis diferentes de profundidade e que, dentro dos quais pode haver regras, comportamentos e linguagens muito específicos. Nós temos de perceber como se processam esses fenómenos para os poder compreender e depois investigar. No fundo é partir à descoberta de um mundo dentro de outro mundo.

2.1. A etnografia digital

A referência anterior ao estudo das tribos nativas no início do séc. XX não foi de todo inocente. Foi precisamente da revisão das técnicas metodológicas utilizadas nessa altura para investigar a vida em sociedade das tribos levada a cabo por antropólogos e sociólogos, destacando por exemplo Margaret Mead e Gregory Bateson⁵, que os investigadores das redes sociais encontraram uma das técnicas que, adaptada ao contexto digital viria a revelar-se de extrema utilidade, concretamente a pesquisa etnográfica. Segundo Rocha et al (2005: 3):

A etnografia possui características básicas, tais como: ênfase na exploração da natureza de um fenómeno social particular; entrevistas em profundidade; observação participante; análise de discursos de informantes; investigação em detalhe; perspectiva microscópica; e interpretação de significados e práticas sociais, que assumem a forma de descrições verbais (...) sendo o conhecimento científico gerado a partir do ponto de vista do outro.

Sucintamente, a técnica da etnografia é usada para recolher dados que permitam descrever um modo de vida ou uma cultura (Fuller, 2008: 2) e que permite investigar “*por dentro da realidade de um grupo*” (Rocha et al, 2005: 3). Ou seja, o investigador deve “descobrir” ao invés de “constatar”.

Uma vez explanado no que consiste a etnografia, facilmente percebemos porque adquire tantos adeptos no que respeita à sua aplicação em contexto digital: permite descobrir por dentro estes “novos mundos” que emergem nas redes sociais. Muitos são os nomes daqueles cujos estudos se situam metodologicamente neste campo: Estalella *et alii* (2006); Haraway (2009); Escobar (1994); Hine (2000); Bishop *et al* (1995); Jones (1999); Amaral (2008, 2010), entre outros. Porém a terminologia “etnografia digital” não reúne consenso internacionalmente. Muitos destes investigadores referidos acima optaram por utilizar outros termos, apesar de não se tratarem de técnicas diferentes, concretamente:

⁵ Ver as obras de Margaret Mead: “*Adolescência, Sexo e Cultura em Samoa*” publicado em 1928 e “*Sexo e temperamento em três sociedades primitivas*” resultado da sua investigação na Nova Guiné e que foi publicado em 1935. E a obra “NAVEN” de Gregory Bateson, publicada em 1936, também relativa às tribos da Nova Guiné.

webnografia, ciberantropologia, netnografia, etnografia virtual, ciberarqueologia. No fundo, todas estas “técnicas” são a mesma mas com nomes diferentes, tendo como raiz a adaptação da técnica da pesquisa etnográfica aos contextos digitais. Surgiu assim a etnografia digital, uma técnica que tem sido utilizada para a investigação dos fenómenos que emergem nas redes sociais e que consiste na observação científica destes fenómenos no seu contexto de origem utilizando conceitos, estratégias e posturas que utilizaríamos na pesquisa etnográfica tradicional. As regras são as mesmas, a diferença é que o fazemos em ambiente virtual e mediados por redes em que os agentes não se encontram no mesmo espaço físico. Ou seja, o observado tem algo de novo e inédito: o mundo digital em que as interações deixam de ser essencialmente face-a-face. A etnografia digital constitui, de alguma forma, uma tentativa de resposta a este problema. Comparando com a etnografia tradicional que tem lugar num local passível de apontar no mapa *mundi*, a etnografia digital apresenta a vantagem de não haver um espaço terrestre nem uma hora fixa para investigar. Muitos autores sugerem que estas características aparentemente pouco relevantes implicam uma nova atitude por parte do observador: uma flexibilidade investigativa.

2.2. O inquérito online

A par da etnografia digital, que permite um estudo de carácter mais qualitativo acerca de um fenómeno e do contexto em que ocorre, uma outra técnica metodológica se adotou com sucesso no estudo das redes sociais: o inquérito *online*. Esta metodologia quantitativa visa, resumidamente, proceder em contexto digital à aplicação de inquéritos dentro do mesmo padrão que fora do ecrã. Aliado à técnica da etnografia digital o inquérito *online* permite aprofundar aspetos, características e pormenores dos dados recolhidos através da etnografia digital. No estudo dos fenómenos emergentes o *link* entre a aplicação inicial de uma metodologia qualitativa como é a etnografia digital e a utilização posterior de uma metodologia quantitativa como o inquérito *online* parte do princípio da complementaridade. Um completa o outro. É importante, senão crucial, ter um bom conhecimento geral de um fenómeno para que se possa investigar uma particularidade do mesmo. Por exemplo, relativamente ao cyberbullying é essencial conhecer como se processa, como pode ocorrer, que formas pode assumir, ou seja, ter um bom conhecimento geral do fenómeno e do contexto em que ocorre (proporcionado pela exploração do “observado” recorrendo à etnografia digital) para depois poder aprofundar um aspeto, por exemplo, como as pessoas reagem a uma situação de cyberbullying enquanto vítimas ou testemunhas, através da aplicação de um inquérito *online* a um público-alvo já identificado. O inquérito *online* permite, assim, subir para o patamar da especificidade. As vantagens desta técnica prendem-se sobretudo com a velocidade, redução de custos e de trabalho. Concretamente os inquéritos *online* são fáceis de criar e aplicar: basta divulgar o *link* onde está alojado. Os resultados vão chegando à medida que os inquéritos são preenchidos: na hora em que são concluídos o investigador recebe os resultados numa folha Excel *online*, que pode

posteriormente ser transferida para o computador. Ou seja, além da velocidade e redução de custos, pois não necessitam ser impressos nem de haver despesas com deslocações, são também redutores de tempo de trabalho: já não é preciso inserir manualmente os dados na base de dados pois esta é feita automaticamente aquando a criação do inquérito *online*. Resumidamente trata-se de criar o inquérito, divulgá-lo, esperar e trabalhar os resultados obtidos. No entanto, esta técnica apesar de ser fácil de aplicar, é mais complexa de controlar pelo simples facto de que, quando se divulga um inquérito *online*, é impossível saber quem o preenche. Nesse sentido, a fiabilidade dos resultados dos inquéritos *online* é muitas vezes posta em causa pelo que urge encontrar soluções que permitam reduzir este problema do controlo.

Um estudo levado a cabo na Alemanha em 2007 por Riebel, Jager e Fischer, "*Cyberbullying in Germany – and exploration of prevalence, overlapping with real life bullying and coping strategies*", é um exemplo da aplicação bem-sucedida desta técnica:

- Objetivo: investigar como os estudantes reagem a um caso de cyberbullying (enquanto vítimas);
- Metodologia adotada: inquérito *online*;
- Como se procedeu: divulgação na internet e numa revista alemã para pais, professores e alunos do *site* do inquérito que esteve online entre fevereiro e agosto de 2007;
- Desafio a enfrentar: não é possível controlar quem preenche o inquérito *online*.

Perante tal panorama os investigadores viam-se então com um dos problemas mais controversos e que melhor caracterizam esta metodologia: como contornar o obstáculo da impossibilidade de controlar quem preenche o inquérito *online* por forma a garantir a fiabilidade dos resultados obtidos. Tal questão prende-se com a necessidade de criar critérios de seleção e rejeição dos inquéritos preenchidos e submetidos *online*. Nesse sentido, foram excluídos todos os inquéritos:

- em que apenas a primeira folha havia sido preenchida;
- terminados em menos de 150 segundos (era muito pouco tempo);
- com menos de seis itens preenchidos (menos de metade do inquérito);
- em que as respostas às perguntas abertas levantavam suspeitas;
- com várias respostas ilógicas.

Analisando os critérios de exclusão elaborados podemos perceber que este grupo de investigadores, além de demonstrar experiência na utilização desta metodologia, o que poderia resultar tanto de estudos anteriores como da testagem da técnica de forma a perceber os desafios a enfrentar. Os investigadores demonstraram também possuir sensibilidade suficiente, assim como imaginação, para selecionar os critérios de exclusão de inquéritos. Eles não controlaram quem preenchia os inquéritos mas antes quais os inquéritos cujos dados iriam utilizar (validar). Cabe ainda ressaltar, para concluir, que os inquéritos *online* são uma opção interessante para recolher dados sobre um aspeto específico do fenómeno que estamos a investigar. Mas o seu sucesso está principalmente na previsão de hipóteses de como garantir a fiabilidade dos resultados e não somente na elaboração de um bom inquérito.

3. Conclusão

Para concluir podemos destacar que as redes sociais são uma fonte rica de informação do social do homem-rede e dos fenómenos emergentes a ele associados que apenas tem lugar em ambiente digital e que metodologicamente se caracterizam como desafiantes. Reciclar e flexibilizar metodologias e técnicas por forma a investigar fenómenos em contextos tão complexos quanto as redes sociais tem sido uma opção com resultados positivos nas investigações levadas a cabo na área das ciências sociais. Podemos então concluir que a superação dos obstáculos encontrados durante a investigação passa muitas vezes por analisar as possibilidades de acordo com a nossa sensibilidade, experiência e capacidade de inovação enquanto investigadores. Como popularmente se diz, quem não caça com cão caça com gato. É tudo uma questão de persistência e experimentação. Mas sobretudo de abertura e inovação. Porque não complementar dados? Unir técnicas qualitativas com quantitativas pode ser a resposta. A etnografia digital é uma técnica qualitativa por excelência que permite conhecer uma realidade por dentro. Por sua vez o inquérito *online* caracteriza-se por ser de índole quantitativa, permitindo explorar características concretas de fenómenos. No estudo de fenómenos complexos nos quais pretendemos conhecer a realidade dos mesmos mas também explorar em concreto algumas das suas características, a resposta pode estar na adoção de uma técnica mista que junta uma pesquisa etnográfica digital como fase de recolha de dados inicial e o inquérito *online* como ferramenta de recolha de dados complementares com vista a conhecer melhor um aspeto específico do fenómeno em estudo. Afinal, todas as possibilidades metodológicas estão em aberto quando se investigam as emergências. Teremos nós consciência suficiente para a inovação necessária?

Financiamento

A tese “*Cyberbullying e Cyberstalking*” (SFRH/BD/62013/2009) é financiada pela FCT com o cofinanciamento do FSE.

Referências

- Aguiar, S. (2007) ‘Redes Sociais na Internet: Desafios à Pesquisa’, *XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Santos: Brasil (Disponível em http://www.sitedaescola.com/downloads/porta1_aluno/Maio/Redes%20sociais%20na%20internet%20desafios%20%E0%20pesquisa.pdf , acessado em 2/7/2012).
- Amaral, A. (2008) ‘Autoetnografia e Inserção Online. O Papel do “Pesquisador Pnsider” nas Práticas Comunicacionais das Subculturas da Web’, *XVIII COMPÓS*. São Paulo: Biblioteca da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Disponível em http://www.compos.org.br/data/biblioteca_315.pdf , acessado em 15/01/2009).
- Amaral, A. (2010) ‘Etnografia e Pesquisa em Cibercultura: Limites e Insuficiências Metodológicas’, *Revista USP*. São Paulo, nº 86: 122-135, junho/agosto (Disponível em http://www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?script=sci_pdf&pid=S0103-99892010000300011&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt , acessado em 15/7/2012).
- Bishop, A.P., Ignacio, E., Star, S.L., Neumann, L., Sandusky, R.J. & Schatz, B. (1995) ‘Building a University Digital Library: Understanding Implications for Academic Institutions and their Constituencies’ *Higher Education and the Nil: From Vision to Reality, Anais da Conferência de Monterey*, Washington, DC: Coalition for Networked Information, setembro 26-29 (Disponível em http://dli.grainger.uiuc.edu/dlisoc/socsci_site/monterey-final.html , acessado em 16/1/2009).
- Brisson, I. (2009) *Ciberespaço e Utopia: Fronteiras e Lugares nenhuns* (Disponível em http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/view/274 , acessado em 17/5/2009) .
- Creswell, J. (1994) *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Efimova, L. (2005) ‘Ethnography: Being There With Critical Perspective’, *Mathemagenic. Ensched (NL)*, *Mathemagenic* (Disponível em <http://blog.mathemagenic.com/2005/02/18.html#a1496> , acessado em 17/1/2009).
- Escobar, A. (1994) ‘Welcome to Cyberia. Notes on the Anthropology of Cyberculture’, *Current Anthropology*, vol. 35, nº 3: 211-31, junho (Disponível em <http://www.unc.edu/~aescobar/text/eng/arturowelc.pdf> , acessado em 28/1/2008).
- Estalella, A., Ardévol, E., Domínguez, D. & Cruz, E. (2006) ‘Etnografia de lo Digital’, *III Congresso Online – Observatório para la Cibersociedad* (Disponível em http://www.uned.es/etnovirtual/GT_OCS_etnografias%20digital_comunicaciones.pdf , acessado em 2/7/2012)
- Fuller, G. H. (2008) ‘What Does the Term ‘Ethnography’ Mean to You?’ Eagan, *Quirk’s Marketing Research Review*, p. 48, february.
- Geertz, C. (1978) *A Interpretação das Culturas*, Brasil: Zahar Editores.

- Guerreschi, C. (2009) *As Novas Dependências*, Prior Velho: Paulinas editora.
- Gutierrez, S. (2009) 'A Etnografia Virtual na Pesquisa de Abordagem Dialética em Redes Sociais On-line', 32º Reunião anual ANPED 'Sociedade, cultura e educação: novas regulações?', Caxambu: Brasil, outubro 4-7 (Disponível em <http://www.anped.org.br/reunioes/32ra/arquivos/trabalhos/GT16-5768-Int.pdf> acessado em 2/7/2012).
- Hakken, D. (1999) *Cyborgs @ Cyberspace? An Ethnographer Looks Into the Future*, New York: Routledge.
- Haraway, D., Kunzru, H. & Tadeu, T. (org.) (2009) *Antropologia do Ciborgue. As Vertigens do Pós-Humano*, Belo Horizonte: Autêntica.
- Hine, C. (2000) *Virtual Ethnography*, London: Sage Publications.
- Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press.
- Jones, S. (ed.) (1999) *Doing Internet Research. Critical Issues and Methods for Examining the Net*, London: Sage Publications.
- Lemos, A. (2003) 'Cibercultura. Alguns Pontos Para Compreender a Nossa Época' in Lemos, A. & Cunha, P. (orgs.) *Olhares sobre a Cibercultura*, Porto Alegre: Sulina, p. 11-23.
- Lemos, A. & Cunha, P. (orgs.) (2003) *Olhares Sobre a Cibercultura*, Porto Alegre: Sulina.
- Lessard-Hébert, M., Goyette, G. & Boutin, G. (1994) *Investigação Qualitativa: Fundamentos e Práticas*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Myers, M. D. (1997) *Qualitative Research in Information Systems*, MIS Quarterly (21) n° 2: 241-242.
- Pérez, F., Rufí, J. & Galliano, R. (2009) *De Vloggers a Estrelas: Nuevos Modelos de Comunicador en la Web 2.0* (Disponível em http://conferencias.ulsofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/view/290 , acessado em 23/5/2009).
- Pinheiro, L. (2009) *Cyberbullying em Portugal: Uma Perspectiva Sociológica*, Tese de Mestrado, Universidade do Minho: Braga (Disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9870/1/tese.pdf> , acessado em 29/8/2012).
- Riebel, J., Jager, R. & Fischer, U. (2009) 'Cyberbullying in Germany – and Exploration of Prevalence, Everlapping with Real Life Bullying and Coping Strategies' *Psychology Science Quarterly*, vol. 51(3): 298-314.
- Rocha, E. P. Q., Barros, C. & Pereira, C. (2005) *Perspectivas do Método Etnográfico em Marketing: Consumo, Comunicação e Netografia* (Disponível em <http://anpad.org.br/enanpad/2005/dwn/enanpad2005-mkta-2861.pdf> , acessado em 18/1/2008).
- Soro, E. (2006) *Ensayo de una Metodología de Estudio de las Comunidades virtuales*. (Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/saez-soro-emilio-ensayo-comunidades-virtuales.pdf> , acessado em 14/3/2009).
- Yin, R. (1994) *Case Study Research: Design and Methods*, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.