

3 Metodologia

3.1. População e amostra

A população consumidora é restringida neste estudo por uma amostra constituída por homens e mulheres entre 20 e 65 anos, brasileiros, de todas as classes sociais, ex-usuários de Orkut e atuais usuários do Facebook.

Entrevistados

Nome	Profissão
Morena	Analista de Mercado Financeiro
Julio	Advogado Societário
Beatriz	Consultora de Recursos Humanos
Helena	Trainee de Marketing
Cristian	Assistente de Marketing Internacional
Sophie	Gerente de Produto
Patricia	Estudante (mestrado)
Marina	Gerente de Recursos Humanos
Julia	Estudante (Escola)
Daniel	Consultor de Gestão

3.2. Coleta de dados

O tipo de pesquisa é exploratória e a coleta de dados foi realizada através de entrevistas semi-estruturadas. Foram realizadas seis entrevistas por telefone, onde quatro eram semiestruturadas (com guias de perguntas diferentes) e duas não estruturadas. Posteriormente foram realizadas 10 entrevistas em profundidade, semiestruturadas, com pessoas que migraram do Orkut para o Facebook, no período de 2008 a 2010.

3.2.1. Entrevistas preliminares

Antes de iniciar a etapa da entrevista em profundidade foram realizadas seis entrevistas pelo telefone de 40 minutos cada. Nestas primeiras entrevistas o objetivo era escolher o tipo de entrevista que seria utilizada. Dois tipos de entrevistas semiestruturadas foram utilizadas, e também foram realizadas duas entrevistas não estruturadas, em que não há guia para orientar o pesquisador.

3.2.2. Entrevistas em profundidade

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas em profundidade com 10 ex-usuários do Orkut e atuais usuários do Facebook. Estes usuários não necessariamente excluíram a sua conta no Orkut, mas o acessam menos de uma vez por bimestre. Este período em que ocorreu a migração se deu na mesma época em que houve um significativo crescimento no acesso à internet e conseqüentemente às redes sociais das classes sociais mais baixas. O objetivo da entrevista foi entender os reais motivos para a migração. Como este é um assunto delicado, em que temas como percepção de valor e preconceito estão envolvidos, as entrevistas tiveram duração de no mínimo uma hora, para que a pessoa se sentisse à vontade em expor idéias íntimas.

Todas as entrevistas foram realizadas sem o prévio conhecimento do tema dessa dissertação por parte dos entrevistados. Eles sabiam apenas que o assunto era redes sociais, mas não tinham outras informações. O tema era informado após o término da entrevista, quando os entrevistados já estavam mais confortáveis com o gravador e o pesquisador. Neste momento muitas opiniões sinceras foram expressadas.

Antes de iniciar o período da entrevista o pesquisador conversava um pouco com o entrevistado, perguntando um pouco sobre a sua vida, de forma a “relaxar” o entrevistado, e quebrar o primeiro gelo antes de ser apresentado o gravador, e ser dado o início às perguntas.

A entrevista foi separada em duas partes. A primeira parte, com duração de aproximadamente 40 minutos, estimulava o entrevistado a contar a respeito do seu relacionamento com o computador, internet, salas de bate papo e redes sociais. Neste primeiro momento o objetivo era ganhar familiaridade com o entrevistado, e fazê-lo pensar nos ciclos dos seus locais de interações com terceiros, através de salas de bate papo e redes sociais. Procurou-se não só coletar as palavras ditas, mas também as reações e os gestos. Com isto foram anotadas expressões e entonações que auxiliaram no desenvolvimento das hipóteses alcançadas.

3.3.

Tratamento dos dados

As entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas e submetidos à análise de conteúdo. Após definidas as categorias, os mesmos foram agrupados nas mesmas, respeitando o referencial teórico e os temas abordados nas entrevistas.

3.4.

Limitação do método

O método é limitado uma vez que seu resultado permite apenas o levantamento de hipóteses a respeito do assunto estudado. Estas hipóteses deverão se confirmadas com outros estudos. Não se pode dizer que o resultado é real, e sim que são proposições relevantes.

Todas as investigações conduzidas do presente trabalho têm caráter apenas exploratório e não pretendem generalizações imediatas. Contudo, elas servem para ampliar o conhecimento do tema.

3.5.

Passos

A pesquisa foi elaborada a partir dos seguintes passos:

1. Passo: Levantamento de dados sobre redes sociais. Definição, características e particularidades. As principais redes sociais foram identificadas, estudadas e descritas detalhadamente.

2. Passo: Definição de classes sociais, construto social, movimentos sociais, espaço social e capital social.

3. Passo: Informar através de dados estatísticos que a parcela de população de baixa renda esta cada vez mais presente na *internet* e em redes sociais, e que são uma parcela significativa.

4. Passo: Para melhor entendimento do tema, os construtos consumo, reatância e *demarketing* também foram estudados.

5. Passo: Entrevistas com base nos quatro passos anteriores.

6. Passo: As entrevistas foram exaustivamente escutadas de forma a conseguir captar as respostas para as perguntas pertinentes. Antes de cada entrevista realizada as anteriores eram escutadas para procurar na entrevista seguinte obter respostas não obtidas nas entrevistas anteriores. As entrevistas realizadas foram semiabertas, com um roteiro apenas para guiar a entrevista.