

**Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa  
Mestrado em Comunicação  
Comunicação Digital e Processos Midiáticos Convergentes**

**Artigo Final**

**Netnografia – Conceitos e Aplicações**

Autor: **UC11591371 – Adriano Paulino Menezes**

Orientadora: **Dra. Cosette Castro**

**Brasília – DF  
Julho de 2016**

Mais uma dedicatória... Bem, desta vez gostaria de agradecer aos empresários e aos acadêmicos que fizeram possível a conexão de todos os computadores do planeta, construindo o que chamamos de Internet!

## **NETNOGRAFIA – CONCEITOS E APLICAÇÕES**

**UC11591371 – Adriano Paulino Menezes**

### **Resumo:**

Pretendo neste artigo, fazer uma análise do novo fenômeno de estudo que se apresenta no século atual, que é a Netnografia ou apreciação do comportamento humano dentro das redes. Serão apresentadas características de como realizar um estudo netnográfico aplicado; quais são as tendências comportamentais no uso da Internet; como ser um empreendedor baseado em uma cultura de redes; quais são os efeitos psicológicos que se apresentam a partir de um mundo conectado; abordagem sobre a questão dos não-incluídos digitais e dos incluídos precocemente.

Como questão de pesquisa fica o detalhamento em tópicos dos fatos que ocorrem corriqueiramente no mundo da Internet e que se tornam regulares e repetitivos.

O estudo será baseado nas leituras e na bibliografia pesquisadas durante o curso da disciplina "Comunicação Digital e Processos Midiáticos Convergentes" do Mestrado em Comunicação da Universidade Católica de Brasília.

**Palavras-chave:** netnografia, redes sociais, Internet, comportamento, inclusão digital.

***Netnografia*** - é um novo campo de estudos que analisa o comportamento, o relacionamento, a interatividade dos indivíduos em um mundo emergente, virtual e conectado em redes.

A origem do termo vem da junção das palavras, Net (rede em inglês) e Etnografia (análise dos grupos humanos), que representa a ação do ser humano num ambiente interligado.

Há de se notar que a maioria das pessoas se relacionam de maneira diferente na Internet em relação ao mundo físico. Talvez pelas características dessas redes, como mensagens assíncronas; mensagens à grandes distâncias; grupos de interesse voltados para um tema específico de discussão; necessidade de não ficar frente a frente fisicamente; planejamento dos textos; replicação das mensagens; custo da comunicação; velocidade das interações.

Relata-se que a comunicação entre empresa e cliente no mundo virtual é fugaz, por não ser dada a mesma atenção que no mundo real, portanto exige-se das empresas a ordenação e a análise netnográfica de modo a possibilitar um aumento no faturamento e a fidelização de clientes.

Se bem trabalhado, o relacionamento virtual de negócios pode trazer bons resultados para as empresas, na medida em que pessoas satisfeitas disseminam tal informação na rede e convencem ou angariam novas transações financeiras.

Uma pesquisa de Marketing para empresas nos dias atuais, deve obrigatoriamente estudar o alcance e a estratégia de campanhas usando as novas ferramentas de comunicação que aí se encontram. É necessário analisar os fenômenos sociais e antropológicos que se apresentam nas redes.

A netnografia pode ser usada para se obter ideias junto aos clientes das empresas, com o intuito de modificar e otimizar a própria empresa assim como resolver os diversos problemas que uma atividade empreendedora apresenta, tudo isso em um tempo muito curto.

Uma pesquisa netnográfica pode ser mais barata que um projeto de marketing tradicional, pois trabalha com um ambiente bem delimitado (virtual), envolve especialistas nos assuntos, pode ser multidisciplinar, personalizada, e obtém-se indicadores instantâneos que se tornam insumos para uma retroalimentação, possibilitando corrigir rumos.

O comportamento virtual é um desdobramento do comportamento humano real, que têm algumas características próprias. Se faz necessário estudar os dois tipos de comportamentos para uma análise netnográfica completa.

As ações humanas nas redes sociais são influenciadas pelos costumes dos outros membros em uma comunidade virtual. A netnografia analisa todos os símbolos de representação que constroem o perfil das pessoas na rede.

Estão habilitados a trabalhar com pesquisas netnográficas, os antropólogos, os sociólogos, os pesquisadores de tendências, profissionais da comunicação e da área da informática.

O comportamento dos membros de um grupo virtual, moldam a visão que terceiros têm daquele grupo, isto é, a cultura de uma comunidade é construída a partir das similaridades de ação ocorridas no ambiente relacional.

A principal forma de atuar em um estudo netnográfico é realizar uma observação crítica participante do contexto analisado, onde o pesquisador se insere no grupo por um tempo determinado e tenta fazer associações com vistas a evidenciar padrões comportamentais.

Trata-se de um campo de estudos recente e que tem sua produção facilitada pela grande e crescente quantidade de dados criados diariamente pelas ferramentas tecnológicas.

Atualmente pode se dizer que os consumidores negociam nos dois ambientes, o virtual e o real. Os meios eletrônicos são tidos como extensão do mundo real. Muitos usuários iniciam a negociação de uma forma e concluem de outra.

O uso da netnografia para entender as ações e o comportamento humano nas redes digitais evidenciou um trabalho não-recente, porém relevante, que são a categorização da inteligência e pensamento humanos em 8 tipos ou classes, que apresentarei aqui:

- Inteligência lógico-matemática: é a habilidade de resolver problemas a partir da lógica, realizar operações matemáticas e investigar questões científicas. Bastante desenvolvida em cientistas. É caracterizada pela capacidade de confrontar e avaliar objetos e abstrações, e pela habilidade para raciocínio dedutivo e para solucionar problemas matemáticos;

- Inteligência linguística: sensibilidade para língua falada e escrita, capacidade para aprender idiomas e de usar a língua para alcançar os próprios objetivos. Encontrada em escritores, locutores, advogados e poetas. Tem como característica o gosto por palavras e a gramática;

- Inteligência musical: semelhante à inteligência linguística, só que relacionada a sons. É a habilidade de compor, executar e apreciar padrões musicais. Bastante rica em compositores, cantores, dançarinos, maestros e músicos;

- Inteligência espacial: habilidade de reconhecer e manipular padrões no espaço. É útil para quem trabalha com a coordenação motora e tem de compreender o mundo visual com precisão, e que são capazes de perceber e recriar experiências visuais mesmo sem estímulos físicos. Bem desenvolvida em arquitetos e artistas;

- Inteligência físico-cinestésica: é o tipo de inteligência usada para resolver problemas e executar movimentos complexos com o próprio corpo. Você a encontra em dançarinos, mímicos, atores e esportistas. É a característica daqueles que têm maior capacidade de controlar e orquestrar gestos e ações;

- Inteligência interpessoal: é a capacidade de entender as intenções dos outros. Bastante necessária a quem coordena e executa trabalhos em grupo. É encontrada em vendedores, políticos, professores, clínicos, religiosos e atores;

- Inteligência intrapessoal: é a habilidade de olhar para dentro de si mesmo e entender as próprias intenções, objetivos e emoções. Necessária para encontrar erros no próprio raciocínio. Presente em psicólogos, filósofos, cientistas, escritores e psicoterapeutas;

- Inteligência naturalista: é a sensibilidade para perceber, compreender e organizar os objetos, fenômenos e padrões da natureza, como a diferença entre plantas quase idênticas. Costuma ser encontrada em biólogos, geólogos e membros de tribos indígenas.

As teorias contemporâneas da administração citam a máxima que diz "O que não pode ser medido, não pode ser controlado". Algumas características das redes sociais podem servir de parâmetro para monitoração e gerenciamento

efetivo, buscando o retorno sobre os investimentos em comunicação aplicados nas redes.

As redes sociais são um fenômeno necessário para um mundo conectado, interligado e aberto; são grandes as possibilidades de exploração comercial e filosófica destas ferramentas; e cita-se que é difícil desconstruir esta realidade estabelecida, fazendo-se necessário às pessoas físicas e jurídicas aprenderem, usarem e buscarem espaços próprios nos ambientes destas tecnologias.

E para funcionar bem, um contexto onde muitos interessados atuam simultaneamente, é necessário um mínimo de regulamentação e de regras que disciplinem a convivência virtual no ambiente.

Nosso país saiu na frente de muitas outras federações no mundo, com a criação de uma lei que estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso das redes no Brasil – o Marco Civil da Internet, lei 12.965 de 2014.

Algumas características netnográficas abordadas nesta legislação são citadas a seguir:

- Escala mundial da rede;
- Direitos humanos;
- Desenvolvimento da personalidade;
- Exercício da cidadania;
- Diversidade;
- Colaboração;
- Livre iniciativa;
- Livre concorrência;
- Defesa do consumidor;
- Finalidade social da rede;
- Liberdade de expressão;
- Comunicação;
- Manifestação do pensamento;
- Privacidade;
- Proteção dos dados pessoais;
- Neutralidade da rede;
- Estabilidade, segurança e funcionalidade da tecnologia;
- Padrões tecnológicos internacionais e abertos;

- Responsabilização dos agentes;
- Natureza participativa;
- Liberdade dos modelos de negócio;
- Direito de acesso por todos;
- Acesso à informação;
- Participação na vida cultural;
- Condução dos assuntos públicos;
- Promoção da inovação;
- Fomento à difusão de tecnologias e modelos de uso;
- Acessibilidade;
- Interoperabilidade entre aplicações e bases de dados;
- Intimidade e vida privada;
- Dano material;
- Não suspensão da conexão com a rede;
- Qualidade dos serviços;
- Contratos claros e completos;
- Exclusão dos dados pessoais ao término da relação;
- Pacotes de dados isonômicos;
- Priorização dos serviços de emergência;
- Ordem judicial para quebra de sigilo;
- Governança multiparticipativa, transparente, colaborativa e democrática;
- Mecanismos definidos por governo, setor empresarial, sociedade civil e academia;
- Racionalização da gestão, expansão e uso da Internet;
- Capacitação para a utilização das redes;
- Redução das desigualdades.

## Conclusão

Neste artigo, busquei explicar e mostrar algumas características a serem analisadas quando da realização de um estudo Netnográfico.

Pelo texto, demonstrou-se a necessidade emergente do uso desta técnica, para entender a Internet, principalmente por parte das empresas que pretendem explorar com maior retorno tais ferramentas.

Para trabalhos posteriores, sobre o mesmo assunto, indico a exploração individual de todos os tópicos relacionados ao Marco Civil da Internet brasileira, e também a sistematização de um método a ser seguido no exercício das análises Netnográficas.

## Bibliografia

- BROWN, Tim. **Design Thinking**. Editora Campus. 2010;
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Editora São Paulo. 2009;
- LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da Internet**. Editora Paulus. 2010;
- PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Marco Civil da Internet no Brasil**. Disponível em [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm) . Acessado em 13 de Julho de 2016;
- WIKIPEDIA. **Netnografia**. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Netnografia> . Acessado em 29 de Junho de 2016.