

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



Tatiana Kocerginskis

**Redes sociais: a coexistência de classes sociais
distintas em um mesmo ambiente digital.**

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas.

Orientador: Prof. Paulo Cesar Mendonça Motta

Rio de Janeiro

Abril 2012



Tatiana Kocerginskis

**Redes sociais: a coexistência de classes sociais distintas
em um mesmo ambiente digital**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Administração de Empresas da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Prof. Paulo Cesar de Mendonça Motta

Orientador

Departamento de Administração – PUC-Rio

Prof. Angeluccia Bernardes Habert

Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Prof. Manoel Marcondes Machado Neto

Faculdade de Administração e Finanças – UERJ

Prof^a. Mônica Herz

Vice-Decana de Pós-Graduação do CCS

Rio de Janeiro, 16 de abril de 2012

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Tatiana Kocerginskis

Formada na Escola Alemã Corcovado. Graduada em Administração de Empresas pelo IAG/PUC-Rio onde também concluiu o curso de Mestrado em Administração de Empresas com ênfase na área de Marketing.

Ficha Catalográfica

Kocerginskis, Tatiana

Redes sociais: a coexistência de classes sociais distintas em um mesmo ambiente digital / Tatiana Kocerginskis ; orientador: Paulo Cesar Mendonça Motta. – 2012.

72 f. : il. (color.) ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Administração, 2012.

Inclui bibliografia

1. Administração – Teses. 2. Rede sociais. 3. Baixa renda. 4. Demarketing. I. Motta, Paulo Cesar Mendonça. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Administração. III. Título.

CDD: 658

Agradecimentos

Ao meu orientador, Paulo Cesar Motta, pela sua amizade e por compartilhar seu conhecimento e experiência.

Ao José Roberto Potsch, grande amigo e sempre presente na minha vida acadêmica.

À minha família, que sempre me deu apoio e amor incondicional, sem as quais não estaria apta a concluir esta pesquisa. São elas minha amada irmã, Helena Kocerginskis, e minha tia Sonia Leote, meu pai, Charles David Kocerginskis e sua esposa Maria Ângela Scatena. À Angela um agradecimento especial por reler minha dissertação, corrigindo os erros de português que meus olhos não viam mais.

Aos meus amigos-irmãos, Julio Fleischman, Laura Carvalho, Lucila Campos, a família que eu escolhi, e ao meu namorado Guilherme Netto, que acompanhou de perto a loucura que é trabalhar e dissertar.

Por fim, a todos os meus entrevistados, e aos professores da minha banca, que cederam conhecimento, tempo e boa vontade.

Em memória da minha mãe, Rosa Maria Deffense Leote.

Resumo

Kocerginskis, Tatiana; Motta, Paulo Cesar de Mendonça. **Redes sociais: a coexistência de classes sociais distintas em um mesmo ambiente digital**. Rio de Janeiro, 2012. 72p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O trabalho visa levantar hipóteses sobre a convivência de diferentes classes sociais em um mesmo ambiente digital. Para isto o trabalho é dividido em duas partes, sendo a primeira o referencial teórico, que busca ilustrar conceitos que serão utilizados no modelo. O estudo se inicia com um detalhamento de redes sociais, mostrando sua evolução. Depois são aprofundados os seguintes construtos: *a)* reatância, que mostra que a perda de uma liberdade tem uma influência negativa para o consumidor; *b)* de demarketing, conceito que indica que algumas vezes é preciso “expulsar” o consumidor indesejado, para manter o desejado e por fim *c)* classes sociais, e a forma como as pessoas se relacionam. Após esta etapa foram realizadas entrevistas em profundidade com pessoas que utilizam redes sociais freqüentemente, e que realizaram a migração do Orkut para o Facebook no período em que a baixa renda começou a utilizar a internet e as redes sociais. Ao resumir as idéias principais das entrevistas chegou-se à hipótese de que as pessoas das classes de renda mais altas têm dificuldade em conviver com outras de classes mais baixas, na mesma rede social. O sucesso das redes sociais, em especial o Facebook, estaria condicionado à sua capacidade de aprimorar as ferramentas de privacidade, criando diferentes redes sociais dentro da mesma rede social.

Palavras-chave

Redes sociais; baixa renda; demarketing.

Abstract

Kocerginskis, Tatiana; Motta, Paulo Cesar de Mendonça (Advisor). **Social networks: the coexistence of different social classes in the same digital environment.** Rio de Janeiro, 2012. 72p. MSc. Dissertation – Departamento de Administração, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The work aims to raise hypotheses about the coexistence of different social classes in the same digital environment. The work is divided into two parts, the first part is the references, which illustrate concepts that are used in the model. This study begins with the explanation of social network, showing their evolution. Then, constructs are defined. They are: reactance, which shows that the loss of freedom has a negative influence for the consumer, demarketing which indicates that it is sometimes necessary to chose "expel" the consumer that you do not want, to maintain the desired one, and finally social classes, and how people relate. After this phase in-depth interviews were carried out with people who frequently use social networks, and that migrated from Orkut to Facebook in the period in which the poor began to use the internet and social networks, in special the Orkut. Once summarize the main ideas of the interviews the result was the hypothesis that people of higher classes have difficulty in beeing in the same social network of the one of the lower class. The success of social networks, especially Facebook, would be conditioned on its ability to enhance the privacy tools, creating different social networks in the same social network.

Keywords

Social networks; low income; demarketing.

Sumário

1. Introdução	12
1.1. Motivação	12
1.2. Relevância do Estudo	13
1.3. Delimitação do Estudo	13
1.4. Considerações	13
1.5. Objetivos	14
2. Referencial Teórico e Revisão de Literatura	15
2.1. Redes Sociais	15
2.1.1. Histórico	17
2.1.2. Estatísticas	20
2.1.3. Myspace	25
2.1.4. Facebook	26
2.1.5. Orkut	28
2.1.6. A Divisão das Classes Sociais nas Redes Sociais	30
2.1.7. Ruptura	32
2.2. Conceitos Sociais	33
2.2.1. Classes Sociais	33
2.2.2. Construção Social	36
2.2.3. Movimentos Sociais	37
2.2.4. Espaço Social	37
2.2.5. Capital Social	39
2.2.6. Consumo	40
2.3. Teoria da Reatância	41
2.4. Demarketing	42
2.5. Proposição da Pesquisa	43
3. Metodologia	45
3.1. População e Amostra	45
3.2. Coleta de Dados	45
3.2.1. Entrevistas Preliminares	46
3.2.2. Entrevistas em Profundidade	46
3.3. Tratamento dos Dados	47
3.4. Limitação do Método	47
3.7. Passos	47

4. Resultados	49
4.1. Descrição dos Resultados	49
4.2. Construção do Modelo	49
4.2.1. Modelo Inicial	50
4.2.2. Pertencimento	50
4.2.3. Movimento	51
4.2.4. Convivência entre Classes Sociais	52
4.2.5. Pertencimento	53
4.2.6. Movimento	56
4.2.7. Convivência entre Classes Sociais	57
4.3. Modelo Final	65
5. Conclusões: Hipóteses	66
5.1. Sugestões e Recomendações para Novas Pesquisas	67
6. Referência Bibliográfica	68

Lista de figura

Figura 1: Cronograma das datas de lançamento de muitos sites de rede social	18
Figura 2: Gay rack	19
Figura 3: Catster	19
Figura 4: Path	20
Figura 5: Participam de <i>sites</i> de relacionamento, como Orkut (em milhões de usuários)	22
Figura 6: Números globais de usuários de internet	23
Figura 7: Top 20 dos principais países em termos de usuários de internet versus população	24
Figura 8: Comparação de usuários ativos por tempo de utilização e nacionalidade	24
Figura 9: Myspace	26
Figura 10: Facebook (<i>Login</i>)	26
Figura 11: Facebook	27
Figura 12: As redes sociais no mundo	27
Figura 13: Crescimento no número de usuários por país	28
Figura 14: A queda na usabilidade do Orkut	29
Figura 15: Orkut	29
Figura 16: Renda familiar x Utilização de redes sociais	30
Figura 17: Beautiful People Rede Social	32
Figura 18: Duas dimensões do espaço social	38
Figura 19: Três dimensões do espaço social	38
Figura 20: A liberdade e seus efeitos quando a mesma é afetada	42

Lista de gráficos

Gráfico 1: Percentual das pessoas que utilizaram a <i>internet</i> , no período de referência dos últimos três meses, na população de 10 anos ou mais de idade, segundo os grupos de anos de estudo. Brasil – 2005/2008	21
Gráfico 2: Percentual das pessoas que utilizaram a internet, na população de 10 anos ou mais de idade, que utilizou a internet, no período de referência dos últimos três meses, por finalidade do acesso à internet. Brasil 2005/2008	22

“He who loves practice without theory is like the sailor who boards ship
without a rudder and compass and never knows where he may cast.”

Leonardo Da Vinci