



RELISE
**IDENTIFICANDO E ANALISANDO INFORMAÇÕES SOBRE
EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE EM GRUPOS DE CONVERSA ONLINE
DE BRASILEIROS EM PORTUGAL¹**

Yan Orge Fernandes Barbosa²

Roberto Pessoa de Queiroz Falcão³

Eduardo Picanço Cruz⁴

RESUMO

Este artigo apresenta um estudo exploratório sobre o uso da netnografia e análise de conteúdo obtido através de redes sociais, especificamente o aplicativo WhatsApp, para identificar o fluxo de informações contidas. Primeiramente, uma coleta de dados de grupos de brasileiros em Portugal e posterior análise de conteúdo foi realizada em uma abordagem qualitativa e quantitativa para a codificação de alguns dos tópicos de fluxo de informações que são configurados no ambiente online. O estudo exploratório identificou uma série de categorias de postagens, utilizando metodologias estruturadas como a netnografia e o uso de software de análise de conteúdo.

Palavras-chave: netnografia, análise de conteúdo, comunidades virtuais.

ABSTRACT

This article presents an exploratory study on the use of netnography and content analysis obtained through social networks, specifically the WhatsApp app, to identify the flow of information contained. Firstly, a collection of data from groups of Brazilians in Portugal and subsequent analysis of content was carried out in a qualitative and quantitative approach to coding some of the information flow topics that are configured in the online environment. The exploratory study identified a range of post categories, using structured methodologies such as netnography and the use of content analysis software.

Keywords: netnography, content analysis, virtual communities.

¹ Recebido em 08/02/2019.

² Universidade Federal Fluminense. yanfernandes@id.uff.br

³ Universidade Federal Fluminense. robertopqfalcao@gmail.com

⁴ Universidade Federal Fluminense. epicanco@id.uff.br

Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 5, n. 1, p. 232-238, jan-fev, 2020

ISSN: 2448-2889



RELISE

233

QUESTÃO DA PESQUISA

Com o avanço das relações sociais na Internet, o fenômeno das chamadas 'comunidades online' ou 'comunidades virtuais' expandiu o campo de estudo, especialmente no que diz respeito aos chamados levantamentos netnográficos (Kozinets, 2002). Encontramos na literatura algumas peculiaridades relacionadas ao processo de imigração da população brasileira, o Brasil recebe imigrantes e nos últimos anos, o número de emigrantes tem crescido vertiginosamente (Sasaki, 1999). O processo de imigração de brasileiros para Portugal é estudado por diversas áreas do conhecimento, a diáspora ocorre devido a vários fatores, como facilidade de linguagem, obtenção da nacionalidade portuguesa, cultura mais próxima e outros (Viana, 2001).

As questões de pesquisa que este artigo pretende entender é sobre o processo de imigração do empreendedorismo, para que as pesquisas busquem identificar e analisar o fluxo de informações em grupos de chat online de brasileiros em Portugal, utilizando dados coletados em 5 grupos do aplicativo de conversação WhatsApp, de 8 de julho de 2017 a 4 de agosto de 2017. Trata-se de análise de conteúdo quantitativa-qualitativa, com o objetivo de compreender os principais fluxos de informações, temas e assuntos tratados. Além disso, temos o objetivo secundário de elucidar a importância desses grupos de comunicação no processo de democratização do conhecimento, empreendedorismo imigrante e internacionalização de negócios (Cruz, Falcão, Barreto, 2017), e contribuir para o desenvolvimento de um método menos oneroso que não dependa de deslocamento, mas ao mesmo tempo revele evidências comportamentais que acontecem nas comunidades imigrantes (Cruz, Falcão, Amaral, 2018).



RELISE

234

REFERENCIAL TEÓRICO

Os estudos em redes sociais, sejam eles Blogs, microblogs (Twitter), WhatsApp e Facebook, entre outros, os definem como espaços virtuais que promovem a socialização entre as pessoas (Cruz, da Costa, 2007). Na chamada 'web 2.0', a internet é uma plataforma fundamental para aplicações que aproveitam os efeitos da rede, melhorando sua tecnologia de acordo com o aumento de usuários e aproveitando assim a inteligência coletiva (Constantinides; Foutain, 2008).

O uso de redes sociais para o migrante é de extrema importância. Elas são usadas para manter laços com a família e amigos, e até mesmo para pesquisar a cultura, modo de vida, mercado de trabalho e oportunidades no país imigrante. Estudos relacionais sobre o uso do Facebook e do WhatsApp indicam que a rede WhatsApp é uma rede mais específica e simples em suas funcionalidades se comparada à rede do Facebook, isso é mais complexo dado seus múltiplos atributos (Ferreira, Arruda, Emilio, 2014).

Com restrições em aplicações de pesquisa de locus, o uso de dados coletados em redes sociais tem sido uma alternativa muito rica para pesquisadores. Neste contexto, a netnografia se enquadra na categoria de métodos qualitativos, que são particularmente úteis para revelar detalhes de riqueza simbólica subjacente às necessidades, desejos, significados e escolhas (Denzin e Lincoln, 1994).

METODOLOGIA

A seleção de comunidades para o objeto de pesquisa deve seguir os seguintes critérios: (i) que tenham um segmento de mercado ou um tópico relevante para a pesquisa; (ii) que eles tenham mais tráfego de lançamentos e lançamentos; (iii) que eles apresentem um maior número de indivíduos que 'postam' mensagens discretas; (iv) possuir muitas informações detalhadas ou



RELISE

descritivas; (v) e ter mais interações entre os membros da comunidade relacionadas à questão de pesquisa (Kozinets, 2002).

Segundo Kozinets (2002), foram escolhidos 5 grupos de WhatsApp, feitos para brasileiros em Portugal, com objetivos semelhantes: ajudar, de diferentes formas, os brasileiros que estão ou querem imigrar para Portugal. A netnografia foi realizada sem interatividade pelos autores, apenas identificando e analisando o conteúdo das conversas. As conversas foram salvas em formato pdf, totalizando 735 páginas. As mensagens foram quantificadas qualitativamente através do software de análise de conteúdo Atlas.Ti, resultando em uma classificação em 7 grupos temáticos gerais: anúncio de negócios; dicas de produtos, serviços ou entretenimento; emprego; imigração; informações e perguntas; notícia; e solidariedade. Os grupos foram formados devido ao fluxo de palavras e conversas relacionadas a cada tema. A tabela a seguir contém o nome e período de análise dos grupos (veja a tabela 1).

Tabela 1 – listade grupos e data de coleta de dados

FRIENDSHIPS IN LISBON	JULY 8 TO 4TH OF AUGUST 2017
FROM THE WORLD TO EUROPE	JULY 8 TO 4TH OF AUGUST 2017
G.A.I.B	JULY 8 TO 4TH OF AUGUST 2017
BRAZILIANS IN PORTUGAL	JULY 8 TO 4TH OF AUGUST 2017
PORTUGAL HELP	JULY 8 TO 4TH OF AUGUST 2017

Fonte: preparado pelos autores

O corpus da pesquisa refere-se à regra da representatividade, homogeneidade e pertinência, dada a impossibilidade de obter, em sua totalidade, todas as conversas e grupos de brasileiros em Portugal (Bardin, 2011).

IMPLICAÇÕES PARA A PESQUISA DE EMPREENDEDORISMO

Ao analisar as palavras isoladamente, utilizando o software Atlas.Ti, observamos o número de repetições de cada palavra, obtendo: informações (349); trabalho (312); trabalhar (172); empresa (150); currículo (133);



RELISE

236

documentos (103); emprego (99); e imigração (91). A partir dessa análise, os grupos foram separados e contados o número de vezes que cada tópico foi mencionado nas conversas.

A partir desta segunda análise, encontramos o "emprego" como o tópico geral mais frequentemente mencionado no período (229 vezes). Entre os resultados, observamos que as mensagens são geralmente escritas de forma atual, ou seja, apresentam mais de 10 lugares em um único texto, conseqüentemente cada mensagem pode obter várias ofertas de emprego e anúncios. Também se observou que geralmente as mesmas pessoas são sempre as que publicam as vagas. O tema "imigração" obteve 83 citações, "informação e dúvidas" 56, "anúncio de negócios" 43, "notícias" 39, "dicas" 9 e "solidariedade" 3.

O segundo tema mais mencionado é a imigração, que abrange tanto as dúvidas dos brasileiros sobre o processo de imigração quanto as informações atualizadas pelos imigrantes. De forma tangencial, o tópico "informações e dúvidas" aborda questões não diretamente relacionadas ao processo de imigração, mas indiretamente, como processo de internação de crianças, como funciona o sistema de saúde, transporte, entre outros. Os anúncios de negócios basicamente permeiam a oferta de locação de quartos e pequenas residências em áreas de trabalho. As notícias citadas, na maior parte, são notícias relacionadas ao processo de imigração, direta e indiretamente, como fatores políticos que podem aumentar o euro e notícias sobre mudanças nas leis do país imigrante. Algumas dicas são solicitadas sobre serviços, restaurantes, médicos, entre outros. Finalmente, foram reveladas 3 mensagens de solidariedade, uma divulgando informações sobre pessoas desaparecidas e duas sobre doações de móveis e roupas. Este primeiro entendimento reflete o nível de empreendedorismo imigrante no país e permite um estudo mais específico e aprofundado.



RELISE

237

IMPLICAÇÕES PARA A EDUCAÇÃO PARA O EMPREENDEDORISMO

Enquanto este trabalho apresenta características exploratórias sobre o uso da análise de conteúdo obtida através de processos de netnografia (Kozinets, 2002), utilizando a coleta e uso de dados quantitativos e qualitativos através de mecanismos online como um grupo de conversação no WhatsApp, foi possível identificar fluxos de informação e tendências e o tipo de informação trocada. Para a educação para o empreendedorismo, o tipo de recolha e análise de dados pode ser extremamente importante para compreender os fenómenos globais ligados ao empreendedorismo.

Jones e English (2004) colocaram que a educação para o empreendedorismo seria um processo de aprendizado que desenvolve a capacidade analítica empreendedora dos indivíduos para reconhecer oportunidades comerciais e sociais, ganhando as habilidades para atuar em face de tais oportunidades. Esta pesquisa ajuda a desenvolver a capacidade de analisar diversas situações cotidianas com uma aparência analítica de negócios.

O presente texto reforça o método de coleta de dados inspirado em Cruz, Falcão e Sampaio (2018), especialmente para a pesquisa e ensino de empreendedorismo, demonstrando o enorme potencial da pesquisa em redes sociais, especialmente na análise de conteúdo. Espera-se que este estudo seja apresentado como resultado da pesquisa realizada pelos autores citados acima, corroborando com seus achados, principalmente se agregados a outras formas de coleta de dados online, como questionários, entrevistas e outras redes sociais.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurance. Análise de conteúdo. 3. reimp. **Lisboa: Edições**, v. 70, 2011.



RELISE

238

CONSTANTINIDES, Efthymios; FOUNTAIN, Stefan J. Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues. **Journal of direct, data and digital marketing practice**, v. 9, n. 3, p. 231-244, 2008.

CRUZ, Eduardo Picanço; DA COSTA, Sabine Ott. Orkut e serviço de atendimento ao cliente: estudo de caso do Boticário. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 1, n. 1, p. 99-115, 2007.

CRUZ, Eduardo Picanço; FALCÃO, Roberto Pessoa de Queiroz; BARRETO, Cesar Ramos. Estudo exploratório do empreendedorismo imigrante brasileiro em Pompano Beach e Orlando-EUA. **Gestão & Planejamento-G&P**, v. 18, 2017.

DE QUEIROZ FALCÃO, Roberto Pessoa; CRUZ, Eduardo Picanço; AMARAL, Sabrina Sampaio. IDENTIFICANDO NEGÓCIOS IMIGRANTES E FLUXO DE INFORMAÇÕES EM UMA COMUNIDADE VIRTUAL DE BRASILEIROS EM SIDNEY. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 3, n. 1, p. 125-147, 2018.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **The Sage handbook of qualitative research**. Sage Publications Ltd, 2005.

FERREIRA, N. S., & ARRUDA FILHO, E. J. M. (2014). PREFERÊNCIA DE USO DAS REDES SOCIAIS VIRTUAIS PARA O CONSUMIDOR TECNOLÓGICO: UMA ANÁLISE DO FACEBOOK VERSUS WHATSAPP.

JONES, C., & ENGLISH, J. (2004). A contemporary approach to entrepreneurship education. *Education+ training*, 46(8/9), 416-423.

KOZINETS, Robert V. The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. **Journal of marketing research**, v. 39, n. 1, p. 61-72, 2002.

SASAKI, Elisa Massae. Movimento de kassegui: a experiência migratória e identitária dos brasileiros descendentes de japoneses no Japão. **Cenas do Brasil migrante. São Paulo: Boitempo**, p. 243-274, 1999.

VIANNA, Carlos. **A Comunidade Brasileira em Portugal, policopiado**. 2003.