



IMAGINÁRIO E RE-PRESENTAÇÃO DAS IMAGENS DE PERFIL NO FACEBOOK

Iracy Gallo Ritzmann¹

Marinilse Netto²

Paulo Cristiano de Oliveira³

Francisco Antonio Pereira Fialho⁴

RESUMO: Esta pesquisa tem como objetivo identificar a re-presentação e o imaginário de um grupo de estudantes universitários, considerando as imagens de seus perfis em uma rede social na internet a partir dos estudos de trajeto antropológico de Gilbert Durand. Trata-se de um estudo exploratório, de natureza qualitativa, que utilizou como instrumento de coleta um questionário semi-estruturado. A partir da análise emergiu a importância da compreensão do contexto social e tecnológico, leia-se imagens em redes sociais na internet, como elementos fundamentais para potencialização e externalização do dinamismo do imaginário na modernidade.

PALAVRAS CHAVE: Imaginário; re-presentação; rede social na internet; Gilbert Durand.

ABSTRACT: This research's goal is to identify the representation and the imaginary of a group of college students, considering the images of their profiles in an on-line social network from the studies of anthropological trajects of Gilbert Durand. It is an exploratory study, of qualitative nature, that utilized as an instrument of collection a semi-structured questionnaire. From the analysis emerged the importance of understanding the social and

¹ Professora da Universidade Federal do Pará, doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, orientanda da Professora Doutora Araci Hack Catapan. Mestre em História do Brasil pela PUC/ SP e graduada em Licenciatura Plena Em História pela UFPA. bila.gallo@gmail.com

² Doutoranda em Engenharia e Gestão do Conhecimento pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, orientanda do Professor Doutor Francisco Antonio Pereira Fialho. Mestre em Educação e graduada em Licenciatura Plena Ed. Artística- Hab. Artes Plásticas pela UNOESC. mari.netto@hotmail.com

³ Doutorando em Engenharia e Gestão do Conhecimento pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento da Universidade Federal de Santa Catarina, orientando da Professora Doutora Marina Keiko Nakayama. Mestre em Administração pela UFRGS e graduado em Informática pela UNISINOS. oliveirapco@yahoo.com.br

⁴ Possui graduação em Engenharia Eletrônica pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (1973) e em Psicologia pela Universidade Federal de Santa Catarina (1999), mestrado em Engenharia de Produção, Ergonomia, pela Universidade Federal de Santa Catarina (1992) e doutorado em Engenharia de Produção, Engenharia do Conhecimento, pela Universidade Federal de Santa Catarina (1994). Atualmente é professor Associado da Universidade Federal de Santa Catarina. Tem experiência na área de Engenharia e Gestão do Conhecimento, atuando principalmente nos seguintes temas: engenharia do conhecimento, mídias do conhecimento, eco-ergonomia, gestão do conhecimento e ergonomia cognitiva. fapfialho@gmail.com



technological context, that is images in on-line social networks, as fundamental elements for the potentation e externalization of the dynamism of modernity's imaginary.

KEYWORDS: Imaginary; representation; on-line social network; Gilbert Durand.

1. Introdução

O imaginário, na definição de Gilbert Durand, é um organismo dinâmico. Uma matriz criadora responsável pela formação de todas as expressões humanas. Como forma representativa, utiliza a metáfora do 'museu', local onde não só se colecionam coisas várias, mas, espaço de conservação, investigação, difusão e exposição. Deste modo, o imaginário humano é um lugar onde estão “todas as imagens possíveis criadas pelo homem” (DURAND, 2011). Em seus estudos ressalta que a imaginação tem um sentido próprio e não pode estar reduzida às atitudes concretas ou lineares, pois todo pensamento humano é uma re-presentação, ou seja, re-presentar-se significa estar em movimento de criação e de recriação, sendo o imaginário o conector obrigatório pelo qual forma-se qualquer representação humana.

O imaginário é a ponte que conecta o homem ao mundo - aos outros e a ele mesmo - num ciclo dinâmico de reflexão e re-direcionamento. Este processo é incontornável, pois “a faculdade de simbolização de onde todos os medos, todas as esperanças e seus frutos culturais jorram continuamente desde cerca de um milhão e meio de anos que o *homo erectus* ficou em pé na face da terra” (DURAND, 1999 p. 117).

É possível dizer que a modernidade provocou o afastamento de um passado que estava fortemente ancorado por estruturas míticas, por vezes, desqualificando e calando a voz da imaginação. Durand destaca a ironia da situação das sociedades da contemporaneidade, na qual a vitória da ciência e da técnica – refratárias a imaginação – conduz ao ressurgimento do imaginário com força total através da civilização da imagem e dos meios de comunicação de massa (FELINTO, 2003).

A sociedade contemporânea vive uma relação ambivalente com a imagem pois, se por um lado há uma idolatria pela possibilidade de armazenagem, pela qualidade de produção, facilidade de reprodução e disseminação, há também, uma grande 'desconfiança', um temor da exposição excessiva e desabonadora. Para Dal Bello e Nomura (2011, p.06)



“neste arranjo, a foto de identificação é o que confere um “rostro” ao dinâmico conjunto, constituindo um dos principais elementos da mecânica de projeção e promoção do eu em espaços/tempos ciberespaciais”.

Neste escopo, este artigo busca identificar a re-presentação e o imaginário de um grupo de estudantes universitários por meio da análise das imagens de seus perfis em uma rede social na internet a partir dos estudos de trajeto antropológico de Gilbert Durand. São explorados especialmente os conceitos do trajeto antropológico, a relação entre o imaginário social e suas escolhas re-presentacionais.

Dada sua natureza exploratória, este artigo não tem a pretensão de aprofundar as questões arquetípicas, estando direcionado a: (a) identificar as imagens utilizadas; (b) situar as imagens nas tipologias/categorias propostas por Dal Bello e Nomura (2011); (c) apresentar as possíveis re-presentações do imaginário social dos estudantes; (d) relacionar suas re-presentações ao contexto do trajeto antropológico de Gilbert Durand (1999, 2011), discorrendo sobre possibilidades da leitura e interpretação de seus imaginários culturais.

2. O TRAJETO ANTROPOLÓGICO E O IMAGINÁRIO DE GILBERT DURAND

O imaginário manifesta-se especialmente para Durand (1999) como um espaço ‘entre saberes’, um museu, considerado pelo autor como lugar de todas as imagens produzidas pelo homem em diferentes lugares e diversos tempos. “(...) todo o imaginário humano articula-se por meio de estruturas plurais e irreduzíveis, limitadas a três classes que gravitam ao redor dos processos matriciais do “separar” (heróico), “incluir” (místico) e “dramatizar” (disseminador), ou pela distribuição das imagens de uma narrativa ao longo do tempo” (DURAND, 2011, p. 40). Outra forte metáfora utilizada por este autor é a da bacia semântica, na qual estão - de forma dinâmica - latentes os sentidos e significados que damos ao mundo e onde podemos ‘nos banhar’, ou seja, criar e construir novos significados. Uma bacia sempre alimentada pelas imagens, em eterno movimento com seus fluxos e correntezas.



O trajeto antropológico ou o conjunto imaginário de uma determinada época da sociedade é representado por um círculo dividido em duas faixas na horizontal, formando três camadas distintas, conforme Figura 1. No sentido vertical (debaixo para cima) estão as três instâncias freudianas que representam uma sociedade. Representado por duas dimensões: na divisão vertical, as duas metades do círculo representam os dois hemisférios das contradições sociais de uma sociedade; e na horizontal, o imaginário sociocultural é dividido em três fatias:

(1) A fatia inferior representa um ‘isso’ antropológico, lugar que Jung denominou de inconsciente coletivo, chamado por Durand (2011) de inconsciente específico e que está ligado à estrutura psicológica do homem. É nesse campo que se formam as imagens arquetípicas;

(2) A segunda faixa horizontal do diagrama corresponde ao ego freudiano, definida como a “zona das estratificações sociais onde são modelados os diversos papéis conforme as classes, faixas etárias, sexos e graus de parentesco ou em papéis valorizados e papéis marginalizados, de acordo com o corte vertical do círculo por um diâmetro” (DURAND, 2011). Os papéis valorizados tendem a se institucionalizar em um conjunto conciso, com códigos próprios, enquanto os papéis marginalizados ficam no subsolo e são pouco coerentes, entretanto para o autor, “são os fermentos, bastante anárquicos, das mudanças sociais e do mito condutor” (DURAND, 2011, p. 94).

(3) Na faixa horizontal superior do diagrama está o superego da sociedade, que opera na organização e na racionalização dos códigos, ideologias e programas, considerados os papéis positivos do ego sociocultural.

Figura 1 - Representação do conjunto imaginário de Gilbert Durand



Acrescentando-se à Figura 1 uma dimensão temporal, é possível percorrer, partindo do polo inferior, toda a área no sentido horário. Assim, partimos de uma extremidade repleta de fluxos de imagens do ‘isso’, parte confusa do imaginário, que aos poucos, na parte mediana, sofre uma tendência à regularização de acordo com os papéis, para terminar na extremidade superior, onde o alógico do mito se atenua em favor da lógica em curso (DURAND, 1997). Ou seja, na parte superior, emergem os signos, símbolos, as imagens da vida social, já impregnadas no imaginário cultural.

Segundo os pressupostos durandianos os imaginários, de pessoas ou grupos, influenciam suas relações comportamentais. Daí a importância da noção de trajeto antropológico do autor, pois que há a conexão entre o polo subjetivo, da natureza humana, e o polo objetivo, das manifestações culturais, representadas pelos signos, símbolos, esquemas e arquétipos (CARDOSO, 2005). O imaginário ou o simbolismo, fundamentado a partir de um processo racional e lógico, é classificado em dois regimes: o diurno e o noturno. No primeiro há uma organização das imagens que divide o universo em opostos, cujas características são as separações, os cortes, as distinções, a luz. No regime noturno a organização das imagens une os opostos, tendo como principais características a conciliação e a descida interior em busca do conhecimento.

Para Morin (1970, p.96), o imaginário é a “prática espontânea do espírito que sonha” estando como lugar comum da imagem e da imaginação. Segundo o autor, entra-se no imaginário no momento em que as vontades, desejos e medos captam e modelam a imagem para, em seguida, ordenarem segundo a sua lógica. Entretanto, Durand (1997) percebe o imaginário como conjunto das imagens e de suas relações que constitui o capital



pensado do homem, neste sentido todo indivíduo pode ser, portanto, considerado um inseminador de imaginários (SILVA, 2006). No ser humano existe um desejo de interagir com o mundo, com sua sociedade complexa e sistêmica - pois prenhe de tensões e conflitos gerados pelas relações entre diversos grupos definidos pelos mais variados parâmetros como trabalho, sexo, geração - que o leva a buscar, por meio da ação, a satisfação de suas necessidades e vontades, o meio, então, age sobre, enquadrando-as a partir de normas ou regras já estabelecidas culturalmente.

O trajeto antropológico durandiano, numa abordagem mais ampla e inspirada pela obra junguiana, considera o imaginário de um ser que bebe numa “bacia semântica” (encontro e repartição das águas) e estabelece o seu próprio lago de significados. Por meio da imagem da bacia semântica ou do fluxo das águas, seus estudos indicam como as pequenas coisas vão gerar ou constituem coisas mais importantes, num fluxo contínuo e longo, a partir de seis fases.

A primeira fase, denominada escoamento, constitui-se de pequenas correntes descoordenadas e antagônicas, imobilizadas em códigos, regras e convenções. Nessa fase, surgem alguns movimentos que vão formar os novos imaginários, novas mudanças estruturais. A segunda fase, a divisão das águas, é o momento de junção de alguns escoamentos, que se opõem aos estados imaginários precedente. Depois vem o nome do rio, que se dá quando um personagem real ou fictício caracteriza a bacia semântica como um todo. A quarta fase, a organização dos rios, consiste em teorizar uma filosofia dos fluxos imaginários. A quinta fase, as margens do imaginário, diz respeito à filosofia do imaginário e à metodologia, estudadas pelo grupo de pesquisa ao qual Durand faz parte. A última fase, os deltas e os meandros, ocorrem quando o inventor dos mitos, que transportou o imaginário específico ao longo do rio, se desgasta e atinge uma saturação limite, deixando-se penetrar aos poucos por outros escoamentos.

A duração de uma bacia semântica (dos primeiros escoamentos até os últimos meandros) varia de 150 a 180 anos, cerca de 4 gerações em que o imaginário familiar, sob pressão do contexto externo transforme-se em um imaginário coletivo (DURAND, 2011). Vale ressaltar essas fases não são estanques e sim, dinâmicas movimentando-se em espiral.



Interferindo e sendo influenciada ... continuidades, descontinuidades e recontinuidades. A inundação acaba por originar o rio embaixo do vale, rio que vamos nomear, que vamos canalizar, e que vai, finalmente, perder-se no delta, depois se lançar no mar até que um novo ciclo recomeça” (MAFFESOLI, 2004).

2.1 O IMAGINÁRIO SOCIAL E AS ESCOLHAS RE-PRESENTACIONAIS

Toda a imagem passa por um caminho: (a) origem do pensamento, as matrizes, que são chamadas de gestos dominantes; (b) representações dos gestos em esquemas; (c) os arquétipos para entender como este pensamento chega até a vida social, por fim, o fim do caminho indica a identificação do mito. Portanto, o mito é a racionalização do pensamento em forma de discurso (DURAND, 1997).

Para Morin o sonho, no seu ponto máximo de irrealidade, já é por si uma possível realidade. “O imaginário confunde numa mesma osmose o real e o irreal, o fato e a carência, não só para atribuir à realidade os encantos do imaginário, como para conferir ao imaginário as virtudes da realidade” (MORIN, 1970, p. 251).

O desenvolvimento tecnológico provocou uma vasta produção de imagens, distribuídas pela mídia, por vezes, tal generosidade ocasiona um enfraquecimento de nossa capacidade crítica. Essa explosão não ocorreu com o imaginário. Se por um lado a civilização ocidental aprendeu a conviver e a explorar o que as imagens têm de proveitoso a nos oferecer, por outro a abundância de imagens que remetem ao indizível e ao sem significado acabou por se tornar uma nova forma de iconoclasmo⁵. A imagem banalizada reprime a subjetividade, anestesia a criatividade e sufoca o imaginário. Ao reduzir-se progressivamente a mero registro, ela perde a força que outrora possuía, potencializando ‘outros ou novos imaginários’, por outro lado, o autor denuncia que “a enorme produção obsessiva de imagens encontra-se delimitada ao campo do ‘distrair’” e a mídia, como

⁵ Gilbert Durand mapeia o iconoclasmo no Ocidente, começando pelo monoteísmo da Bíblia até o iconoclasmo dos média, o que ele denomina de ‘iconoclasmo endêmico’ (DURAND, 2011).



difusora de imagens, encontra-se “onipresente em todos os níveis de representação e da psique do homem ocidental ou ocidentalizado” (DURAND, 2011, p.33). Neste sentido, “uma sociedade mais sensualista substitui, aos poucos, a sociedade racionalista que foi a sociedade moderna” (MAFFESOLI, 2004, p.25). O regime de imagens suas configurações imagético-simbólicas apresentam um papel de mediação importante, manifestando-se no psiquismo humano e interferindo tanto na percepção imediata como nas ideias racionais.

Especificamente em relação utilização da imagem como representação nas plataformas ciberculturais, para Dal Bello (2009) o perfil constitui um singular arranjo sógnico-imagético que devido sua natureza de interface, faculta constituição, projeção, aparição, representação, presentificação e permanência do usuário nas janelas ciberespaciais de alta visibilidade, conferindo-lhe um “corpo” ou “lugar de fala” a partir do qual poderá reafirmar-se como sujeito.

Em seus estudos mais recentes, Dal Bello e Nomura (2011) organizam as representações dos perfis através das categorias EU, EU E O OUTRO, NÃO EU e SEM IMAGEM, e sua respectiva classificação, conforme Tabela 1.

Tabela 1 - Classificação das fotos de perfil de redes sociais

CATEGORIAS	CLASSIFICAÇÃO
EU	Foto do usuário (rosto ou corpo) Avatar ou caricatura Sombra ou máscara Em frente ao espelho
EU E O OUTRO	Casal, família e amigos Com animais
NÃO EU	Logotipos e marcas Filmes, bandas, times, carros Outros
SEM IMAGEM	Sem foto

Fonte: Dal Bello e Nomura (2011).

Nos estudos que elegeram as categorias acima, os autores citam que a análise das fotos sustenta a afirmação de que as redes sociais digitais “são, sobretudo e principalmente palcos narcísicos de celebração da individualidade em que o outro é arregimentado como audiência” (DAL BELLO e NOMURA, 2011, p. 18). Pode-se dizer, portanto, que a rede



virtual está fazendo a mediação das nossas relações sociais, “de nossa auto-identidade e de nosso sentido mais amplo de vida social” (SANTAELLA, 2003, p.105). Neste contexto, o regime de imagens e suas configurações simbólicas - proposto por Durand - apresentam um papel de mediação essencial, pois que manifestam-se na psique humana, por conseguinte, interferindo tanto na percepção imediata como nas ideias racionais.

2.2 REDES SOCIAIS NA INTERNET

O indivíduo ‘respira’ e vive das ideias sociais. Na era planetária com a expansão da internet, as relações sociais de família, grupos, bairros ou rede de amigos, tornaram-se virtuais. O alcance exponencial na circulação de imagens tornou-a um campo de estudo significativo importante, para a compreensão das imagens de re-presentação utilizadas por seus usuários. Na rede pode-se estar conectado a pessoas que habitem locais distantes geograficamente, mas, que formam no ciberespaço grupos com identidade própria. Do mesmo modo, é possível um não reconhecimento, um sentimento de não pertencimento ao seu local geográfico, o que para Santaella (2003) significa dizer que o computador “colonizou a cultura”. Nesta moldura, a próxima seção abordará conceitos sobre atores, conexões, coletividade e os *sites* de redes sociais.

Uma rede social pode ser entendida como pessoas, organizações ou entidades sociais conectadas – física ou virtualmente - através de ligações que são construídas motivadas por relacionamentos sociais, relações de trabalho e compartilhamento de informações, reconstruindo a estrutura social (TOMAÉL *et al.*, 2005). Entretanto, a Internet é mais do que uma rede de computadores. A Web 2.0 não é apenas uma forma de programação de *sites* dinâmicos; interações sociais *online* não são descoladas das interações *offline*, mas tão pouco pode ser equiparado – como se o contexto digital fosse um fator desprezível, um canal puro (PRIMO, 2006, p.2).

Segundo Recuero (2009, s.p.) “as redes sociais na internet ampliam as possibilidades de conexões e a capacidade de difusão que as redes sociais tinham; e permitem a visualização das ligações que estão ocultas no mundo *offline*”. Não só a internet, em termos numéricos, redimensionou de forma exponencial as interações sociais como, também



estabeleceu outra ética de relacionamento entre os usuários, em razão de suas especificidades. As noções de tempo e espaço ganharam novas nuances e sentidos.

As pessoas sempre foram conectadas por redes, mas com a internet essa conexão se tornou mais intensa. Um dos principais motivos para uma pessoa ingressar em redes sociais *online* é a busca de interesse e valores em comum.

Graças à internet, várias redes sociais foram criadas, permitindo a formação de “tribos” e comunidades que possuem gostos e opiniões semelhantes, sintônicos. Isso mostra que qualquer pessoa pode se relacionar facilmente com outras pessoas onde quer que estejam (CARVALHO, 2010). O grande diferencial da rede social virtual é a possibilidade do compartilhamento de interesses sociais, culturais e informações com pessoas de qualquer parte do mundo, desde que elas queiram ter acesso a essas informações. Por rede social virtual pode-se entender uma interligação por dois elementos: os atores sociais - cada pessoa que participa da rede, e as conexões - interações e laços sociais (ZAGO e BATISTA, 2008).

A rede social digital está dentro da Web 2.0, pois a tecnologia da Web 2.0 é responsável pelo crescimento dos *sites* de rede social. Segundo O’Reilly (2005), as redes sociais possuem as seguintes características: combinação de tecnologias associadas à facilidade de uso e facilidade na publicação; produção; disseminação e acesso à informação. Importante ressaltar que a rede social não se forma somente com a conexão de terminais. Os avanços tecnológicos de equipamentos e *sites*, que garantem, no mínimo, velocidade e acessibilidade só contribuem para afirmação do sujeito. Este sim, protagonista da rede social.

Como citado por Aguiar e Silva (2010), o Facebook, o Orkut, o MySpace, entre outros *sites*, são ferramentas e suportes das interações que constituem a rede social, esses recursos não são propriamente redes sociais. Os *sites* de redes sociais conectam as pessoas, mas são as pessoas que constroem a rede social. As ferramentas descritas, no entanto, influenciam o modo de como as pessoas interagem nas redes sociais. Essas plataformas permitem a criação de perfis e identificação de comunidades específicas e o acréscimo de aplicativos como jogos, ferramentas, etc.



Os atores são as pessoas inseridas dentro da rede, que através da interação entre elas constroem as estruturas sociais (DEMUTTI, 2009), tem a possibilidade de possuir diversas formas de representação visual de si mesmo (RECUERO, 2009). Em cada ferramenta social é possível expressar seus gostos e preferências, criando conexões com outras pessoas que possuem similaridades. Esse espaço na internet funciona como representação pública de cada participante da rede. Sendo que um mesmo ator pode ter perfis diferentes em vários *sites* provedores de redes sociais.

De acordo com Demutti (2009), há ainda o que pode ser chamado de “imperativo de visibilidade”, isto é, quando um ator expõe dados pessoais em redes sociais para ser visto na internet, tendo a sensação de participar da sociedade em rede. Desta forma, outros usuários podem conhecer o ator pelas poucas informações contidas em seu perfil, e, é possível construir uma percepção de cada ator na rede. Contudo, os atores podem ser entendidos por pessoas que atuam por trás dos perfis nas redes sociais.

Em relação às conexões em redes sociais, estas podem ser percebidas de várias maneiras, pois são constituídas de laços sociais, que por sua vez se originam da interação social entre atores (RECUERO, 2009). As conexões são um dos principais focos de estudo em redes sociais, já que as variações das mesmas é que alteram as estruturas desse grupo. Essas interações não duram apenas o momento em que ocorrem, elas deixam rastros possibilitando sua análise (DEMUTTI, 2009, p.13).

Segundo Recuero (2009), existem quatro elementos principais que formam as conexões: (1) Interação social que é início do estabelecimento de relações e laços sociais. Importa frisar que, qualquer atividade envolvendo dois ou mais atores, onde a ação depende da reação do outro caracteriza a interação; (2) Relação social: Constituída pelo conjunto de interações que gera os laços sociais. A relação social é definida por padrões de interação, em grande quantidade, entre dois ou mais atores que se comunicam; (3) Laços sociais – Para Demutti (2009, p.14) “são a consolidação da relação social existente entre os atores. Eles se formam com o tempo, somado à interação social dos mesmos”, passam a interação social do âmbito *online* para o *offline*. Estes laços são constituídos por relações mais profundas que envolvem proximidade entre os atores, contato frequente e troca de



informações em ambas as direções; (4) Capital social – é o valor implícito gerado por meio da confiança e reciprocidade que a interação, relações e os laços sociais entre os atores das redes sociais. Se caracteriza pelo relacionamento que se estabelecem com a troca de mensagens e informações pelos integrantes. O capital social explica principalmente os ganhos sociais que cada pessoa obtém ao abrir mão do seu conhecimento individual na tentativa de ampliar a influência política, diluindo as formas de poder na rede, fortalecendo cada nó como representante da coletividade (ZAGO e BATISTA, 2008).

2.3 SITES DE REDES SOCIAIS NO BRASIL

Brasil é um dos países que mais utilizam internet, por essa razão, cada vez mais as empresas modificam sua visão sobre os usuários brasileiros, principalmente no uso das redes sociais como fonte de publicidade e negócios. O país é considerado o mais sociável do mundo, apresentando média de contatos por usuário brasileiro de 395 ‘amigos’. No mundo a média de 195 contatos (AGUIAR e SILVA, 2010). Associado ao referencial teórico, acima delineado, este dado indica que as redes sociais virtuais no Brasil são um fecundo campo de estudos da contemporaneidade. Sendo assim, optamos pela rede social com mais usuários no Brasil, de acordo com o Ibope *Netratings* (2010), o Facebook.

Num breve histórico desta rede, o Facebook foi criado por jovens alunos da Universidade de Harvard, começou a ser usado pelos estudantes em fevereiro de 2004, sendo posteriormente utilizado pelo Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT). Em 2006, passou a aderir estudantes secundaristas e algumas empresas, além de usuários com idade acima de 13 anos (AGUIAR e SILVA, 2010). Atualmente, o Brasil tem a segunda colocação em número de usuários. Dados do site G1 (2012) indicam que o país teve expressivo crescimento em 2011, passando de 8,8 milhões de usuários em dezembro de 2010 para mais de 35 milhões no mesmo mês de 2011, com crescimento de 298%.

O Facebook possui muitos recursos, contudo, os mais utilizados são: Mural, espaço no perfil reservado para receber mensagens de outros usuários. Em 2007, o Facebook passou a permitir também postagens de anexos, fotos, vídeos e *links*; *Status* onde cada



usuário informa aos seus amigos suas ações, acontecimentos momentâneos ou emoções; Eventos, um recurso que permite marcar eventos, encontros sociais e informar/convidar outros usuários sobre os eventos que acontecerão; Aplicações, forma de interagir com recursos internos e; Facebook Móvel, lançado em 2010. O facebook.com via celular possui cerca de 150 milhões de usuários ativos. Em oito anos de existência o Facebook ultrapassou a marca dos 800 milhões de usuários. Neste ritmo de crescimento, a barreira do bilhão de usuários (ou 1 em cada 7 habitantes do planeta) será atingida ainda em 2012⁶.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta é uma pesquisa exploratória. Conforme apresentado por Lakatos e Marconi (2001), pesquisas exploratórias são investigações de pesquisas empíricas cuja finalidade é formular questões ou problemas, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno e abrir caminhos para realização de pesquisas futuras mais precisas ou alterar e clarificar conceitos. O procedimento técnico utilizado para o trabalho foi de estudo de caso único e a escolha foi por acessibilidade. Conforme indica Yin (2001), o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e executivo de um ou poucos objetivos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefas praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamento considerados.

As etapas necessárias para a operacionalização desse trabalho foram: elaboração do questionário, definição da amostra, aplicação e análise do pré-teste do questionário, coleta de dados e análise dos resultados. O estudo foi realizado em uma Universidade particular da cidade de São Paulo. Por questões de confidencialidade, o nome da instituição será preservado. O recorte realizado para compor a amostra da pesquisa compreendeu os alunos de um curso de graduação em Sistemas de Informação, divididos em dois grupos, denominados grupos A e B.

⁶ A título de informação, segundo Época Negócios (2012), em maio de 2012, as ações públicas do Facebook trocaram de mãos: os fundos que financiaram o Facebook nos últimos anos, funcionários e até Mark Zuckerberg venderam ações das suas partes para bancos de investimento e demais acionistas. O fundador vendeu 30 milhões de ações do seu próprio lote (o que lhe rendeu mais de US\$ 1 bilhão).



O grupo A compreende alunos do primeiro ano do curso, turma considerada mista, com alunos dos gêneros feminino e masculino, na faixa etária média de 18 anos, em sua totalidade estudantes sem vínculo empregatício. O grupo B é composto por alunos do terceiro ano de curso, em sua totalidade, pertencentes ao gênero masculino na faixa etária média de 23 anos, todos atuando profissionalmente na área de Tecnologia da Informação.

A coleta de dados foi procedida na segunda quinzena de maio de 2012. Constou da aplicação de questionário, semiestruturado composto por doze questões, de forma presencial e anônima.

Além da faixa etária e do período do curso, não havia nenhuma diferença definida *a priori* pelos pesquisadores entre os dois grupos. A divisão desses grupos surgiu em função da disponibilidade de acesso aos participantes. Entretanto, a partir da análise dos resultados, achou-se conveniente apresentar os grupos de forma distinta, buscando-se explorar eventuais diferenças e indicativos que pudessem enriquecer os resultados da pesquisa.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Buscando-se identificar a re-presentation e o imaginário de um grupo de estudantes universitários, considerando as imagens de seus perfis em uma rede social na internet, numa primeira etapa, cabe identificar as imagens utilizadas ou não por esses estudantes, ou seja suas escolhas.

As imagens do perfil atualmente publicadas pelos estudantes dos grupos A e B, indicaram a predominância ou escolha da própria foto para o perfil do usuário, seja de rosto ou de corpo. Nenhum estudante tem seu perfil na rede social na internet sem a devida imagem de identificação. Além disso, todos os estudantes indicaram que não deixariam seus perfis sem imagem.

Numa segunda etapa, cabe situar as imagens nas tipologias/categorias propostas por Dal Bello e Nomura (2011, p.09). Tais imagens podem ser situadas na categoria do EU, ou seja, imagens que representam o próprio usuário “com preponderância de imagens em



que o rosto aparece em destaque”. Ambos os grupos, escolhem a sua própria imagem como elemento principal na composição do seu perfil. Ressalta-se, como exemplo, imagens em que o estudante mostra-se sozinho, sentado em uma cadeira tocando violão, em um show de rock, com namorado e/ou namorada, somente rosto (grupo A). Sozinho em um parque, ao ar livre, sem camiseta e de óculos escuros na praia, sozinho e com a camisa do time preferido, somente imagem do rosto (grupo B).

A terceira etapa do estudo busca compreender e apresentar as possíveis re-presentações do imaginário social dos estudantes. Neste sentido, explora-se a justificativa dada pelos estudantes para a escolha da imagem publicada, ou qual imagem não publicariam; e se utilizam a mesma imagem em outras redes sociais.

Pode-se observar que, ao serem questionados sobre a justificativa da escolha da imagem atualmente publicada, os participantes do grupo A, enfatizaram questões como adequação da imagem à rede social, boa resolução da imagem, demonstração de *hobbie* ou momento de alegria, como o show de rock. Já os participantes do grupo B, enfatizaram questões como afirmação do seu time de futebol, demonstração do seu estilo de forma natural, facilitação de seu reconhecimento na rede social, o fato da imagem lhe agradar e trazer boas recordações.

Ainda em relação à re-presentação, a maior parte dos alunos do grupo A indicou que não publicaria imagem de filmes, bandas, times, carro e logotipos e marcas. Os motivos apontados indicaram que a utilização de imagens que não apresentem o seu EU, não têm sentido, já que o objetivo da imagem é de identificar o perfil do usuário, de apresentá-lo à rede. Os estudantes do grupo B, na sua maioria, indicaram que não deixariam seu perfil sem imagem, ou seja, a opção de escolha da imagem para o perfil prevalece. Também não fariam uso de imagens que caracterizam filmes, bandas, times e carros, bem como logotipos e marcas.

As justificativas apresentadas relativas a escolha da atual imagem de perfil, demonstram o seguinte: entre o grupo A, a identificação do EU prevaleceu. Alguns alunos mencionaram aspectos como “a imagem é o cartão de visitas que alguém pode apresentar”; “é a certeza (confirmação) do perfil”; “para que as pessoas saibam quem sou eu”. Os do



grupo B mencionaram que escolheram imagens que além da identificação, expressassem beleza e, em alguns casos, um momento feliz. De acordo com os alunos, a busca de imagens com essas características não compromete seu perfil, e, sim mostra seu estilo, sua preferência por um time de futebol, por exemplo. Alguns estudantes mencionaram “foi uma boa lembrança”, “mostra qual é o meu estilo”, “na época era verão e achei uma foto bonita”.

Sobre o quesito se utilizam a mesma imagem nas diversas redes sociais que fazem parte, os estudantes do grupo A responderam que não utilizam a mesma imagem em todas as redes. Isto pode indicar que esses alunos conhecem ou estabelecem diferentes objetivos para cada uma das redes ou canais de mediação. As respostas dos estudantes do grupo B demonstraram que uma parcela destes, preocupa-se em estabelecer um padrão de imagem para todas as redes sociais, justificando que “é um padrão”, um “reforço da imagem”. Importa frisar, que todos os estudantes entrevistados participam de mais de uma rede social na internet, além do Facebook.

A quarta etapa do estudo, consistiu em reunir elementos que nos permitissem relacionar as re-presentações ao contexto do trajeto antropológico de Gilbert Durand. Neste sentido, vamos iniciar esta etapa explorando algumas imagens do ‘museu’ do imaginário dos estudantes.

Quando solicitados para que descrevessem em detalhes a imagem de seu perfil, os participantes do grupo A, destacaram suas características individuais, tanto em ambientes fechados quanto abertos, em momentos de lazer, tocando violão ou em show de rock. Também para os participantes do grupo B, as características que mais se destacaram compreenderam as fotos em que o usuário aparece sozinho, tanto em ambientes fechados quanto abertos, com algumas peculiaridades, por exemplo, a imagem em que o estudante aparece apenas em um recorte do rosto, “da metade do nariz para cima com fundo neutro, com cabelo bagunçado e olhando para o lado”, “ressaltando forma física”, “vestindo camiseta do time de futebol no ambiente de trabalho”, “deixando claro o meu estilo”.

Quando solicitados para que, em uma palavra, descrevessem a característica principal da imagem atual do seu perfil, o grupo A expressou-se através das palavras:



“personalidade”, “alegria”, “descontração”, “eu”, “beleza“, ao passo que o grupo B definiu suas imagens como: “mistério”, “boa impressão”, “força”, “curioso”, “sorriso”, “feliz”, “olhos”.

As diferentes respostas e perspectivas apresentadas por um e outro grupo pode estar relacionadas a maturidade. O grupo A está iniciando uma nova fase em sua vida, ou seja, entrando na Universidade. As escolhas dos estudantes podem refletir o fato deles buscarem estabelecer novas relações sociais no início da vida universitária? Há relação o fato de não atuarem profissionalmente na área de informática, sendo sua maioria apenas estudante? Esse contexto teria relação com a predominância de aspectos com ênfase à aceitação social, onde a personalidade, a alegria a descontração e a beleza encontram local privilegiado no imaginário dos mesmos? Seriam estes indicativos de êxito? Seriam indícios para serem aceitos no mundo universitário?

Predominam aqui ideias mais leves, descompromissadas e com foco nas relações coletivas, refletidas inclusive pela não utilização da mesma imagem em todas as redes sociais, ou seja, cada contexto seria um contexto diferente, onde mundos paralelos podem conviver harmoniosamente, respeitando as diferentes “tribos” as quais o estudante, por hora, possa pertencer.

Já o grupo B, onde a totalidade dos estudantes atua profissionalmente na área de Tecnologia da Informação, percebe-se uma tendência à utilização de imagens que facilitem o reconhecimento social. Há neste sentido, o objetivo de fomentar boas relações profissionais? A questão do “mistério” pode demonstrar uma maior preocupação com sua privacidade? Ressalta-se que a dimensão da privacidade não foi mencionada pelo grupo A e foi apenas tangencialmente citada pelo grupo B.

Os membros do grupo B possuem maior preocupação em utilizar imagens que passem uma impressão mais sólida? Fará parte do seu imaginário a preocupação com o mercado de trabalho ou empregabilidade? Terá esse grupo ideias mais centradas que determinada imagem pode representar para o seu objetivo de vida e de relações que, pelo menos no âmbito universitário, já estão mais consolidadas? Essas imagens indicarão alguém que está no caminho certo, está seguro de suas escolhas e ruma para o sucesso profissional?



Serão estes indícios de uma maior consolidação de um imaginário mais centrado realmente na Persona?

Predominam aqui ideias de mais estabilidade, com foco na experiência pessoal, também refletida pela utilização da mesma imagem em todas as redes sociais. Oscilam momentos de descontração, onde opiniões pessoais são reveladas pelas imagens e momentos de mistério, ou busca por um espaço mais íntimo e introspectivo.

A partir da análise e discussão dos resultados é percebido que o trajeto antropológico pode se mostrar dinâmico, onde a re-presentação do EU pode ter significados diferentes dentro da mesma camada, ou seja, podem indicar um EU voltado para relações tanto inter e intra pessoais.

Não se pode afirmar que um grupo esteja em uma determinada camada e outro noutra. O dinamismo das relações, da subjetividade humana e o movimento do processo do imaginário nos trouxeram à condição de contemplarmos esses movimentos sem dispô-los em uma das camadas do trajeto antropológico, de forma estática ou fixa. Neste sentido, as imagens publicadas nas redes sociais na internet podem ser consideradas locais privilegiados para esta contemplação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo revelou as imagens utilizadas e a importância dada pelos estudantes às mesmas na rede social na internet, assim, como a importância do EU. Revelou ainda, possíveis re-presentações, momentos de alegria, gostos pessoais, estilos de vida, e que, os estudantes do grupo B tendem a estabelecer um padrão de imagem em todas as redes sociais.

Na perspectiva das re-presentações do contexto do trajeto antropológico de Gilbert Durand, perceber-se que não se deve conferir excessiva importância ao “enquadramento” da re-presentação e o imaginário em um outro nível. O estudo demonstra o processo dinâmico a que estão submetidas as re-presentações. Destaca-se a importância da compreensão do contexto social e tecnológico, dito de outra forma, a compreensão das



imagens nas redes sociais da internet, como elementos fundamentais para potencialização e externalização do imaginário na contemporaneidade.

Cabe destacar que a amostra de estudantes, foco deste estudo, não permite que os resultados sejam generalizados. Entretanto, ao observar a produção científica da área percebemos uma carência grande em estudos empíricos, como o aqui proposto. Sugere-se ainda, a realização de pesquisas que aprofundem os aspectos levantados neste estudo, principalmente no que tange o movimento das re-presentações e do imaginário na sociedade pós-moderna, bem como, em estudos direcionados ao inconsciente coletivo e as suas expressões arquetípicas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, Giseli Adornato de, SILVA, José Fernando Modesto da. As bibliotecas universitárias nas redes sociais: Facebook, Orkut, MySpace e Ning. In: XVI Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias, 2010, **Anais**. São Paulo, 2010. Disponível em: http://www.gapcongressos.com.br/eventos/z0070/trabalhos/final_168.pdf. Acessado em: 21 de maio de 2012 às 11:32.

CARDOSO, Vannessa de R. **Velhice asilada, gênero e imaginário**. 2005. Dissertação. Universidade Católica de Brasília. 221p.

CARVALHO, João Henrique Dourado de. **A publicidade nas redes sociais e a geração Y: a emergência de novas formas de comunicação publicitária**. Universidade Católica de Brasília, Distrito Federal, 2010. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/panam/pdf/GT2_Art8_Joao.pdf. Acessado em 18 de maio de 2012 às 12:02.

DAL BELLO, Cintia. **Cibercultura e subjetividade: uma investigação sobre a identidade em plataformas virtuais de hiperespetacularização do eu**. 2009. 130p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: http://.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php? Acesso em 10 maio 2012.

_____. e NOMURA, Jorge M. Perfis brasileiros em redes sociais digitais: uma análise das imagens de identificação. I Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana. CONFIBERCOM. São Paulo, jul-ago/2011. **Anais...**



DEMUTTI, Edgar Bosak. **Apropriação das comunidades virtuais: como uma marca se apropria de uma comunidade virtual para promover um produto**, 2009. 56 p. (Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal do Rio Grande do Sul).

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário: introdução à arquetipologia geral**. Trad. Helder Godinho. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

_____. **O imaginário**. Rio de Janeiro: Difel, 1999.

_____. **O imaginário: Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Difel, 2011.

ÉPOCA NEGÓCIOS. **O IPO do Facebook em números**. Disponível em: <<http://colunas.revistaepocanegocios.globo.com/tecneira/2012/05/16/o-ipo-do-facebook-em-numeros>>. Acessado em: 24 maio de 2012 às 22:35.

FACEBOOK. Disponível em: www.facebook.com.br. Acessado em: 22 de maio de 2012 às 20:23.

FELINTO, Erick. Novas tecnologias, antigos mitos: apontamentos para uma definição operatória de imaginário tecnológico. **Galáxia**. n.6, outubro 2003. p.165-188.

G1. **Número de usuários brasileiros no Facebook cresce 298% em 2011**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/01/numero-de-usuarios-brasileiros-no-facebook-cresce-298-em-2011.html>>. Acessado em: 25 maio de 2012 às 22:30.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2001.

MAFFESOLI, Michel. Perspectivas tribais ou a mudança do paradigma social. Porto Alegre (RS), **Revista FAMECOS**, nº 23, abril 2004, p.23-29.

MORIN, Edgar. **O cinema ou o homem imaginário**. Ensaio de antropologia. Lisboa: Moraes Editores, 1970.

O'REILLY, Tim. **What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software**. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, 2005. Disponível em: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Acessado em: 29 abril de 2012 às 09:30.

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. **E-Compós** (Brasília), v. 9, p. 1-21, 2006. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>. Acessado em: 20 maio de 2012 às 21:10.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.



SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes no pós humano**: da cultura das mídias às cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2006.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; CHIARA, Ivone Guerreiro Di. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93 – 104, maio/ago. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v34n2/28559.pdf>. Acessado em: 24 maio de 2012 às 21:10.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2ª. Ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ZAGO, Gabriela da Silva, BATISTA, Jandré Correa. Manifestações coletivas no ciberespaço: cooperação, capital social e redes sociais. In: II Simpósio ABCiber, 2008, **Anais...** São Paulo, 2008. Disponível em: <http://www.cencib.org/simposioabciber/PDFs/CC/Jandre%20Correa%20Batista%20e%20Gabriela%20da%20Silva%20Zago.pdf>. Acessado em: 20 de maio de 2012 às 10:30.