

# Revista Eletrônica de Sistemas de Informação

## ISSN 1677-3071

No 2 (8)  
2009

---

### Sumário

#### Editorial

[Visão para o futuro](#)

[Sobre o conteúdo desta edição](#)

---

#### Foco nas organizações

[INDICADORES OPERACIONAIS DE CALL CENTERS E SATISFAÇÃO DOS CLIENTES: UMA INVESTIGAÇÃO EXPLANO-EXPLORATÓRIA](#)

*Alexandre Ferreira Oliveira, Luiz Antonio Joia*

[UTILIZAÇÃO DE BUSINESS INTELLIGENCE PARA GESTÃO OPERACIONAL DE AGÊNCIAS BANCÁRIAS: UM ESTUDO DE CASO](#)

*Fabiano Luiz Caldas Leite, Eduardo Henrique Diniz, Martin Jayo*

[GESTÃO DA INFORMAÇÃO HOSPITALAR: UMA PROPOSTA A PARTIR DO ESTUDO DE CASO EM UM HOSPITAL UNIVERSITÁRIO NO RECIFE](#)

*Carolina de Fátima Marques Maia, Décio Fonseca, Mônica Ximenes Carneiro da Cunha, Jairo Simião Dornelas*

[GERENCIAMENTO DE SEGURANÇA SEGUNDO ITIL: UM ESTUDO DE CASO EM UMA ORGANIZAÇÃO INDUSTRIAL DE GRANDE PORTE](#)

*Vivaldo José Breternitz, Francisco Navarro Neto, Alexandre Franco Navarro*

[INSTITUCIONALIZAÇÃO E DESINSTITUCIONALIZAÇÃO DE PRÁTICAS SOCIAIS: O CASO DAS TECNOLOGIAS VOIP E CIRCUIT SWITCHED](#)

*João Armênio Neto, Clóvis L. Machado-da-Silva*

[FATORES-CHAVE NA IMPLANTAÇÃO DE ERPS: ESTUDO DE UM CASO PROBLEMÁTICO EM UMA MÉDIA INDÚSTRIA](#)

*Rodrigo Baroni Carvalho, Agna Cordeiro Giuli, George Leal Jamil, Cesar Alexandre Souza, Juliana Amaral Baroni Carvalho*

---

#### Foco nas pessoas

[PARTICIPAÇÃO EM REDES SOCIAIS VIRTUAIS SOB A ÓTICA DAS TEORIAS DA AÇÃO: INVESTIGAÇÃO ETNOGRÁFICA PRELIMINAR SOBRE A IDENTIDADE DE ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO](#)

*Daniella de Araújo Garcia, Carlo Gabriel Porto Bellini*

---

#### Foco na sociedade

[TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL EN TELECENTROS](#)

*María del Rocío Gómez Díaz, Rodrigo Sandoval-Almazán*

---



Esta obra está licenciada sob uma [Licença Creative Commons Attribution 3.0](#).

ISSN: 1677-3071

Revista hospedada em: <http://revistas.facecla.com.br/index.php/reinfo>  
Forma de avaliação: *double blind review*

Esta revista é (e sempre foi) eletrônica para ajudar a proteger o meio ambiente. Agora ela volta a ser diagramada em uma única coluna, para facilitar a leitura na tela do computador. Mas, caso deseje imprimir esse artigo, saiba que ele foi editorado com uma fonte mais ecológica, a *Eco Sans*, que gasta menos tinta.

# PARTICIPAÇÃO EM REDES SOCIAIS VIRTUAIS SOB A ÓTICA DAS TEORIAS DA AÇÃO: INVESTIGAÇÃO ETNOGRÁFICA PRELIMINAR SOBRE A IDENTIDADE DE ESTUDANTES DE ADMINISTRAÇÃO

## PARTICIPATION IN VIRTUAL SOCIAL NETWORKS FROM AN ACTION SCIENCE PERSPECTIVE: PRELIMINARY ETHNOGRAPHIC FINDINGS ABOUT THE IDENTITY OF UNDERGRADUATE BUSINESS STUDENTS

(artigo submetido em outubro de 2009)

**Daniella de Araújo Garcia**  
Universidade Federal da Paraíba  
daniellaagar@gmail.com

**Carlo Gabriel Porto Bellini**  
Universidade Federal da Paraíba  
bellini@ccsa.ufpb.br

### ABSTRACT

*This research addresses the degree of coherence between online and physical actions of participants in virtual social networks. We search for a pragmatic definition of virtuality and realism, in order to conceive the Internet as an effective means of communication, socialization and behavioral analysis. In particular, we focus on identity building in virtual environments, including impression management and its effects on social and professional networks. The theoretical framework adopts the widely known theories of human action – espoused and in-use theories – in order to understand an individual's virtual presence as characterized by some prevailing theory. The empirical investigation was an ethnographic research within a virtual conversation group of members, ex-members and sympathizers of the undergraduate management program of a Brazilian state university (UFPB) who interacted live and with the support of Orkut (a virtual conversation tool), so that we could search for a contrast between the informed and actual behavior of current and future managers or sympathizers of the management function. Findings suggest that there is empirical evidence about the primacy of in-use theories within that group of individuals, but there was an emergent need of developing the specific concept of espoused-only theories for some illustrative cases in the virtual world. Contributions of this research also address the issue of whether we should keep separating the physical and the virtual worlds as different loci where human action is effected.*

*Key-words: virtual social networks; action theories; impression management; virtual ethnography.*

### RESUMO

Esta pesquisa aborda o grau de realismo em perfis de indivíduos pertencentes a redes sociais *online* estáveis. Busca-se estabelecer uma definição operacional para os conceitos de virtualidade e realismo, de modo a dirimir antagonismos práticos entre ambos e abordar a Internet como meio de comunicação, socialização e análise comportamental. Em particular, foca-se a construção de identidades na Internet como parte do gerenciamento de impressões e seus efeitos sobre as redes sociais e profissionais. O referencial teórico adota centralmente as teorias da ação, que se subdividem em teorias esposadas e teorias em-uso, com o intuito de entender os perfis individuais *online* em termos de sua maior caracterização por uma ou outra teoria. A investigação empírica de cunho etnográfico realizou-se junto ao consolidado grupo de conversações *online* formado por integrantes, ex-integrantes e simpatizantes do Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba, grupo este presente no Orkut, de modo que se revelasse algo sobre os comportamentos informados e efetivos de atuais e futuros administradores ou simpatizantes da função administrativa. Os resultados apresentam evidências iniciais sobre a predominância de teorias em-uso, mas percebeu-se necessidade de caracterizar alguns casos como representativos de teorias apenas-esposadas – termo aqui sugerido para ações *online* que aparentemente não correspondem a ações individuais efetivas. As contribuições da pesquisa também dizem respeito a se ainda faz sentido separar o mundo físico do virtual como locais onde ocorre ação humana.

Palavras-chave: redes sociais; teorias da ação; gerenciamento de impressões; etnografia.

# 1 INTRODUÇÃO

A Internet se destaca como objeto de estudo na esfera das novas tecnologias, dada a sua rápida difusão global e seus usos diversos, sobretudo como espaço de aprimoramento constante de diferentes modalidades de comunicação (MÁXIMO, 2002). Ela permitiu pôr em contato pessoas de cidades e culturas diferentes, de qualquer parte do planeta, assim fazendo surgir novas formas de agregações sociais mediadas por tecnologia informática (LEMOS, 2004).

Determinadas agregações, ao cumprirem requisitos mínimos como associação sustentável, variedade de comunicadores, interatividade e espaço virtual comum, podem ser consideradas comunidades virtuais (JONES, 1997). Lemos (2004) diz que, em vez de agrupados nos limites de um território físico, os indivíduos passam a se agrupar em torno de interesses comuns, dando forma a um território simbólico. Neste, a presença física é substituída pela presença também simbólica, e, assim, McDonough (1999) destaca a abertura, nesse espaço, para a expressão de novas identidades. De fato, segundo Boyd e Ellison (2007), algumas comunidades deram origem a *websites* de redes sociais, definidos como serviços multiferramentas baseados na Web que permitem ao usuário construir um perfil público ou semipúblico dentro dos limites do sistema, articular uma lista de outros usuários com os quais compartilham conexões, e “passear” por suas listas de conexões e pelas conexões pertencentes a outros usuários.

Uma particular rede social virtual destaca-se no Brasil há anos: Orkut. Ela é considerada fenômeno de sucesso no país e no mundo (LÖBLER *et al.*, 2009; MANSSOUR E BELLINI, 2005), havendo registrado, em apenas cinco meses de existência, número de usuários brasileiros superior ao de estadunidenses, ainda que tivesse sua origem nos EUA e interface unicamente em inglês nos primeiros meses. Ademais, contabiliza milhões de usuários – embora se saiba que parcela significativa desses seja formada por perfis de propósitos escusos. Orkut é uma ferramenta propícia à expressão de identidades de forma ampla, já que permite a exposição individual por meio da construção de páginas pessoais abertas ou parcialmente fechadas (recurso disponível mais recentemente). As informações sobre perfis tornadas públicas são, portanto, passíveis de avaliação quanto ao seu grau de realismo, ainda que não tenham sido localizados modelos de referência na literatura para se proceder a uma tal avaliação.

Este trabalho objetiva discutir o realismo em perfis *online* sob a ótica das teorias da ação esposada e ação em-uso (ARGYRIS *et al.*, 1985) no grupo de conversações *online* de integrantes, ex-integrantes e simpatizantes do Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba, grupo este que se apresenta em Orkut desde 14 de outubro de 2004 e conta com mais de mil membros. A opção por tal grupo deveu-se a facilidades geográficas e sociais para a coleta e a análise de

dados (contraposição entre ações informadas e ações efetivas de seus membros) e para que se identificassem traços comportamentais do atual e do futuro profissional de Administração.

O artigo organiza-se da seguinte forma: no referencial teórico, a primeira discussão diz respeito aos significados de “virtual” e “real” na presente pesquisa, para que, ao tratar de realismo em perfis *online*, sejam dirimidas contradições comuns ao uso desses termos; ainda no referencial teórico, abordam-se possíveis formas de sociabilidade na Internet, de modo a facilitar o entendimento sobre os novos agrupamentos e possibilidades de construção de identidades nesse espaço; as teorias da ação de Argyris e Schön citados em Argyris *et al.* (1985) completam o referencial teórico no sentido de apresentá-las como meio de análise do realismo em perfis *online*; em seguida, o sistema de conversações Orkut é brevemente descrito nos termos de interesse da presente pesquisa, bem como suas possibilidades para investigação empírica por meio de etnografia virtual (HINE, 2003); por fim, discutem-se resultados de ordem sociológica e gerencial, com ênfase na caracterização dos grupos de Orkut como representantes de teorias em-uso ou de teorias apenas-esposadas (termo sugerido nesta pesquisa).

## 2 REAL E VIRTUAL

Berger e Luckmann (2005) sugerem que a vida cotidiana costuma se organizar em torno do “aqui e agora” do corpo, onde fica retida a atenção do indivíduo e são estabelecidos os limites do que é apresentado à consciência como real. Já o virtual, segundo Lévy (1996), que pode estar intimamente relacionado às tecnologias informáticas, transcende os limites do corpo para além desse “aqui e agora”; de fato, as técnicas de comunicação mediada por computador (CMC) permitem que estejamos ao mesmo tempo “aqui e lá”, assim multiplicando as experiências da realidade. Tal virtualização proporcionada por CMC acontece por meio da digitalização da informação em memória de computador; isto é, a informação na forma de texto, imagem, som ou qualquer outra forma é codificada e intercambiada com auxílio de tecnologias que redefinem a influência do espaço e do tempo nas experiências da realidade.

Já para Jaquet-Chiffelle *et al.* (2008), em seu modelo da camada abstrata, contrapõem-se o *mundo físico* e o *mundo virtual*. Ao mundo físico pertencem as *entidades físicas*, que correspondem a elementos como pessoas, animais, plantas e coisas; já ao mundo virtual pertencem as *entidades virtuais*, que correspondem a elementos como abstrações, percepções, sensações e pensamentos. Uma entidade virtual que pode ter direitos, deveres, obrigações e responsabilidades associadas em algum contexto é chamada de *pessoa virtual*.

Na presente pesquisa, o “virtual” no sentido informático de Lévy (1996) é contraposto ao “físico” do modelo da camada abstrata de Jaquet-Chiffelle *et al.* (2008). Adicionalmente, fenômenos virtuais podem ser representados por fenômenos *online*, se acontecerem a partir da conexão

entre sistemas de processamento ou transmissão de informação. A presente pesquisa aborda traços de realismo em perfis de indivíduos localizados em um sistema da Internet, os quais podem ser considerados pessoas virtuais que representam pessoas físicas. Os perfis são analisados sob a ótica das *teorias da ação* (ARGYRIS *et al.*, 1985), que se subdividem em *teorias esposadas* e *teorias em-uso*; as primeiras compreendem as teorias que um indivíduo diz esposar (defender e praticar), enquanto as últimas são aquelas inferidas a partir da ação efetiva do indivíduo – podendo ser compatíveis ou não com as teorias esposadas.

Embora não se busque discutir a intrincada relação ontológica entre o real e o virtual, parece razoável associar as teorias em-uso ao grau de realismo da ação do indivíduo. Adicionalmente, esta pesquisa propõe abordar o realismo em perfis virtuais a partir da comparação de características individuais assumidas (teorias esposadas) dentro de um sistema de conversações na Internet com as características desse mesmo indivíduo apreendidas de suas ações visíveis no mundo físico, assim verificando se as ações *online* também podem ser consideradas teorias em-uso.

## 2.1 A INTERNET COMO *LOCUS* DE SOCIALIZAÇÃO

A idéia de *espaço de lugares* onde as relações sociais costumam se estruturar no ciberespaço, do qual a Internet é a representação por excelência, é substituída pela idéia de *espaço de fluxos*, assim enfatizando as conexões e a circulação de informação. Forma-se, então, um modo alternativo de concretizar relações sociais, diz Castells citado em Hine (2003). Nabeth (2005) adiciona que, gradualmente, a Internet vem deixando de ser apenas um grande repositório de informações, para também se tornar mediadora de interações humanas.

Nabeth (2005) atribui o conceito de *ambiente social digital* ao ambiente virtual que provê alguma forma de apoio a processos sociais. O autor subdivide, ainda, os sistemas que se enquadram nesse conceito em quatro categorias, as quais obedecem critérios de centralização/descentralização e interação/intermediação, conforme segue:

- interação centralizada – sistemas de comunidades que dão suporte à interação entre usuários, tais como plataformas de comunidades virtuais e de fóruns;
- interação descentralizada – sistemas de comunicação que permitem o controle direto da interação par a par, como correio eletrônico e sistemas de mensagens instantâneas;
- intermediação centralizada – sistemas que agem como plataforma de negociação entre compradores e vendedores, utilizando mecanismos de gerenciamento de reputação; e
- intermediação descentralizada – sistemas de redes sociais virtuais que permitem o gerenciamento individual de redes sociais.

A concepção de ambientes sociais na Internet ou territórios simbólicos (LEMOS, 2004) deixa evidente que há interação social. Brym *et al.*

(2006, p. 143), referindo-se à comunicação face a face, conceituam a interação social como “a maneira por meio da qual as pessoas [...] agem e reagem em relação umas às outras”. Os mesmos autores ressaltam que a interação social entre usuários da Internet ocorre por meio da troca de textos, imagens e sons via correio eletrônico, serviços de mensagens instantâneas, chamadas telefônicas via Internet, videoconferências, grupos de trabalho assistidos por computador e serviços de namoro *online*, entre outras formas. Máximo (2002, p. 40) adiciona que, “ao proporcionar a criação e o aprimoramento constante de diferentes modalidades de comunicação, a Internet se apresenta como mais uma esfera de sociabilidade associada às demais dimensões da prática social”.

Uma das formas de socialização na Internet acontece por meio das *comunidades virtuais*, cuja literatura é extensa porém muitas vezes divergente (BELLINI E VARGAS, 2003). Rheingold (1993), um dos proponentes do conceito, indica que as comunidades virtuais são “agregações sociais que emergem da Net quando um número suficiente de pessoas dá continuidade a discussões públicas, durante algum tempo, com suficiente sentimento humano, para formar redes de relacionamentos pessoais no ciberespaço”. Levando em conta que as comunidades surgem a partir de interesses socioeconômicos, Porter (2004) adota o conceito de comunidade virtual como uma “agregação de indivíduos ou parceiros de negócios em torno de interesse compartilhado, na qual a interação é, ao menos parcialmente, assistida e/ou mediada por tecnologia e guiada por alguns protocolos ou normas”. Segundo a autora, esse conceito abrange não apenas a tecnologia de computadores, mas também telefones móveis e outros dispositivos eletrônicos que permitam acesso à Internet.

Jones (1997) constatou que as dificuldades associadas ao termo “comunidade virtual” poderiam ser reduzidas com a distinção entre o que é a comunidade em si e o que é o seu correspondente local no ciberespaço – assim como um mero agrupamento geográfico de indivíduos não equivale a uma comunidade. Para o autor, um local pertencente a uma comunidade virtual necessita contemplar condições mínimas:

- interatividade – grau em que as mensagens, em uma série de conversações, referem-se umas às outras;
- variedade de comunicadores – proporção desejável de comunicadores efetivos relativamente ao número total de membros da comunidade;
- associação sustentável – grau em que os padrões de associação (entrada e saída de membros) não ameaçam a comunicação nem a sobrevivência da comunidade; e
- espaço virtual compartilhado – presença de tecnologia que viabilize a comunicação mediada por computador (CMC) em grupo.

É pressuposto da presente pesquisa que as quatro condições anteriores podem ser consideradas definidoras de comunidades – ou seja, a ausência de qualquer uma delas descaracterizaria o aspecto comunitário

de um grupo de indivíduos que realiza conversações *online*. Porter (2004), por sua vez, acrescenta cinco atributos típicos de comunidades:

- propósito (conteúdo da interação) – refere-se ao foco do discurso entre indivíduos;
- lugar (grau de mediação tecnológica da interação) – refere-se a se a interação ocorre completa ou parcialmente no ciberespaço;
- plataforma (esquema de interação) – refere-se a se a comunicação acontece de forma síncrona ou assíncrona;
- estrutura de interação da população (padrão de interação) – refere-se ao padrão segundo o qual os indivíduos interagem, padrão este definido pela estrutura do grupo (ex., pequeno ou em rede) e pela força dos nós sociais (ex., forte ou fraco); e
- modelo de ganho (retorno obtido das interações) – refere-se à particularidade de se a comunidade cria valor econômico tangível.

Segundo Boyd e Ellison (2007), algumas comunidades deram origem a *websites* de redes sociais, que seriam serviços baseados na Web que permitem construir perfis públicos ou semipúblicos utilizados nos limites do sistema, articular uma lista de outros usuários com quem se compartilha uma conexão, e visualizar e passar através de listas de conexões. As autoras mencionam que houve uma mudança na forma de organizar as comunidades, que antes se estruturavam em torno de tópicos de interesse e, agora, tipicamente estruturam-se em torno de redes pessoais. De fato, a espinha dorsal de *websites* de redes sociais são os perfis de usuários e suas listas de contatos (ou “amigos”).

## 2.2 CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES NA INTERNET

De acordo com Baumeister e Twenge (2003, p. 327), “a individualidade é construída, alterada e mantida como forma de conectar um indivíduo a outros de sua espécie”. Eles atribuem isso à necessidade humana de pertença a um grupo como forma de atingir os objetivos de sobrevivência e reprodução. Em termos de percepção do *self* (“eu”), destacam-se três esferas: (1) o *self privado*, que se refere a como as pessoas entendem a si próprias (auto-respeito, auto-estima, introspecção, etc.), (2) o *self público*, que se refere a como o indivíduo é percebido por outras pessoas (reputação, expectativas externas, etc.), e (3) o *self coletivo*, que se refere à associação aos vários grupos sociais (família, grupo étnico, etc.).

Deux *et al.* citados em Baumeister e Twenge (2003) vêem a construção da identidade a partir da adoção ou abandono de papéis sociais, e apontam cinco tipos de identidade social: (1) de relacionamentos (ex., esposa ou filho), (2) de vocação (ex., professor ou mecânico), (3) de afiliação política (ex., feminista ou reacionário), (4) de estigma (ex., gordo ou sem-teto), e (5) de religião ou etnia (ex., judeu ou hispânico). O enquadramento em um tipo de identidade exige um autoajuste ao seu roteiro pré-estabelecido coletivamente.



Nabeth (2005) menciona que as identidades em sistemas CMC apresentam características explícitas (ex., preenchimento de perfil de usuário) e implícitas (ex., atributos presentes em mensagens postadas). Um dos aspectos relevantes e complexos na análise dessas identidades diz respeito à veracidade do que o usuário publica deliberadamente, tendo em vista a possibilidade de divulgarem-se informações não equivalentes ao mundo físico. Hine (2003) observa que as pessoas de fato podem explorar outras formas de representação, devido ao potencial do meio para o exercício de diferentes papéis. Além da dificuldade de se autenticar a informação declarada por um usuário de CMC (NABETH, 2005; HINE, 2003), Kim (2000) destaca que, na CMC baseada em texto, ocorre perda de sugestões físicas e sociais, tais como gesto, tom de voz e expressões faciais. Isso facilita a ocorrência de comportamentos antinormativos e desinibidos, além de libertar o indivíduo de sistemas rígidos e hierárquicos.

Segundo Baumeister e Twenge (2003), a autoapresentação diz respeito ao que as pessoas procuram transmitir sobre elas mesmas às outras. Embora as pessoas intencionem se apresentar sob uma perspectiva positiva, a autoapresentação resulta de duas forças opostas: a aparência favorável e a aparência crível, em função de o excesso de pretensão positiva poder conduzir ao descrédito. As pessoas estariam constantemente engajadas na representação de papéis, tal como atores no palco; por isso, a abordagem desse fenômeno recebe o nome de *análise dramatúrgica* (BRYM *et al.*, 2006). Embora seu estudo tenha tomado por base a interação face a face, ou seja, a que ocorre entre indivíduos quando em presença física imediata, seus princípios permitem analogia ao mundo virtual.

Segundo Goffman (2007), um indivíduo pode se expressar, ou dar impressão, de duas formas distintas: transmitindo ou emitindo. A primeira situação abrange símbolos verbais ou substitutos usados para veicular propositadamente a informação que um indivíduo e os outros sabem que está associada aos símbolos. Já a segunda abrange uma série de ações que, de forma não intencional, permitem entender que as razões que a motivaram diferenciam-se da informação transmitida. No primeiro caso, observam-se aspectos governáveis; no segundo, não governáveis. Estes são usados para validar o que é transmitido naqueles.

Embora mais gerenciável, mesmo em CMC as pessoas são compelidas a manter as impressões que transmitem. Goffman (2007, p. 19) diz:

A projeção inicial do indivíduo prende-o àquilo que está se propondo ser e exige que abandone as demais pretensões de ser outras coisas. À medida que a interação dos participantes progride, ocorrerão, sem dúvida, acréscimos e modificações neste estado inicial de informações, mas é indispensável que estes desenvolvimentos posteriores se relacionem sem contradições com as posições iniciais tomadas pelos diversos participantes, ou mesmo sejam construídos a partir delas.

Em se tratando de contexto virtual, Hine (2003) destaca que o autor de uma declaração não o está fazendo de forma desinteressada, mas influenciado por sua própria posição no contexto físico; e, mesmo que o

receptor da declaração não tenha acesso a tal contexto, ele poderá não ser tão facilmente enganado quanto à “identidade declarada”, pois poderá, de alguma forma, acompanhar o comportamento do emissor no contexto virtual. Isso naturalmente impõe limites ao que o declarante pretende ser (NABETH, 2005). Também fica subentendido que a identidade forjada é mais propensa a existir em situações efêmeras, como em conversas eventuais com desconhecidos em salas de bate-papo. Porém, se houver continuidade de interação, haverá maior cuidado em manter coerência. Baumeister e Twenge (2003) comentam, de fato, sobre a importância da continuidade das interações. Para eles, não apenas a possibilidade de descrédito futuro faz com que a pessoa restrinja a tendência a se apresentar de maneira mais favorável, mas as ações passadas também restringem – pelo fato de que não são formadas impressões inteiramente novas a cada interação, uma vez que as novas informações são somadas às anteriores.

Goffman (2007, p. 12), por fim, sugere que “as atividades ‘verdadeiras’ ou ‘reais’ e as crenças e emoções do indivíduo só podem ser verificadas indiretamente, através de confissões ou do que parece ser um comportamento expresso involuntário”. Tanto no contexto físico quanto no virtual, verificam-se ações involuntárias. Portanto, parece plausível que ações involuntárias no contexto virtual possam ser observadas para validar ações no contexto físico, e vice-versa, assim confirmando a adequação dos interesses da presente pesquisa.

### 2.3 A REDE SOCIAL ORKUT

Orkut é um sistema de conversações *online* no qual a participação do usuário inicia a partir do preenchimento opcional de um formulário extenso, estruturado e multimídia com itens para a sua caracterização individual personalizada dentro da rede de contatos. Com as informações iniciais, gera-se um *perfil*, que poderá ser modificado a qualquer tempo e que funciona como um primitivo *website* pessoal. Segata (2007) chama esse processo de construção de perfis de *personalização*, enfatizando que é uma forma de *ser* em Orkut, e não apenas de *estar*.

Após a criação do perfil, o usuário está apto a identificar outros perfis com os quais poderá se relacionar dentro do sistema, a partir de convites para ingresso em sua rede de contatos. Boyd e Ellison (2007) percebem que um componente distintivo desse tipo de sistema é a visualização da rede de contatos ou amigos, bem como o acesso às redes pessoais dos demais indivíduos, assim permitindo a um usuário percorrer a rede total, de perfil em perfil e na profundidade que desejar, através de mecanismos hipertextuais.

Em função, porém, de problemas relativos à privacidade dos usuários, Orkut passou a permitir a criação de regras para acesso às redes de contatos e a usuários específicos. Outra novidade que impacta a idéia de rede social é o fato de, já há algum tempo, permitir-se a criação de usuários/perfis não associados a qualquer outro; ou seja, não mais é necessário receber um convite para ingressar em Orkut (assim dando

origem a nodos sem conexões com a rede). Tais novidades certamente representam alterações significativas à proposta original da ferramenta, bem como introduzem situações conceituais específicas.

Além da rede ou lista de amigos, é possível criar uma lista de grupos temáticos (ou, nos termos de Orkut, “comunidades”) associados a cada perfil de usuário, a partir de associação aos já existentes ou criação de novos grupos. Saad citado em Coscarelli (2004) sugere que os grupos em Orkut não são usados como idealmente deveriam, pois, em vez de um grande grupo de indivíduos reunir-se em torno de um tema de discussão, há vários pequenos grupos vinculados a um mesmo tema, grupos esses que passam, então, a disputar quantidade de membros. Nogueira (2004), neste sentido, refere-se aos grupos de Orkut como “agrupamentos de pessoas que *supostamente* [grifo nosso] têm interesses comuns”. De fato, há grupos sobre temas sérios, mas nota-se que as discussões em seus fóruns costumam se concentrar em frivolidades (FONTANELLA E PRYSTHON, 2004); alguns, ademais, sequer apresentam discussões efetivas, caracterizando-se apenas por agregações de pessoas.

Segata (2007, p. 52) considera que “os aspectos aparentemente mais importantes na criação de uma comunidade, ou decisivos na sua efetiva consolidação enquanto espaço que ligue pessoas, são os nomes, as fotos de apresentação e as descrições desses espaços”. Levando em consideração esses aspectos, os grupos aos quais pertencem os usuários de Orkut têm sido vistos como complementos para os perfis individuais (Nogueira, 2004), formas de construir-se identidade no sistema (FONTANELLA E PRYSTHON, 2004) ou sinalizadores de personalidade (NOGUEIRA *et al.*, 2004).

Foge ao objetivo deste trabalho uma descrição detalhada de todas as características de Orkut, incluindo suas muitas funcionalidades. É suficiente entender que os grupos presentes nessa ferramenta podem ser considerados como informações complementares sobre o perfil dos usuários, de modo que se possa verificar se tais grupos representam apenas teorias esposadas ou também teorias em-uso na ação de cada indivíduo.

### 3 TEORIAS DA AÇÃO

De acordo com Argyris e Schön (citado em Argyris *et al.*, 1985), o comportamento humano obedece a uma sequência esquematizada para que se alcancem conseqüências pretendidas. O indivíduo é visto como um projetista da ação, que constrói uma representação simplificada do ambiente e dos significados por ele produzidos, assim como um conjunto de teorias causais que prescrevem como alcançar as conseqüências pretendidas. Por sua vez, essas construções guiam as ações, que serão monitoradas para que se tornem efetivas; e, ao monitorar a efetividade da ação, a conformidade da construção do ambiente também é monitorada. Entretanto, todo esse processo não começa do zero em cada situação, pois os agentes aprendem um repertório de conceitos, esquemas e

estratégias, e desse repertório são desenhadas as representações e as ações para situações únicas. A um tal conjunto orientador da ação, que pode ser visto como um conjunto de proposições relacionando situações, ações e consequências, dá-se o nome de *teorias da ação*.

Ainda segundo aqueles autores, há dois tipos de teorias da ação: as *teorias esposadas*, que são as que um indivíduo alega representar, e as *teorias em-uso*, que podem ser inferidas a partir da ação efetiva do indivíduo. Ambas podem ser compatíveis entre si – ou seja, aquilo que se diz fazer (esposado) é o que é feito (efetivado); ou podem ser incompatíveis. As teorias em-uso são tidas como mapas cognitivos tácitos, no sentido de que os agentes costumam seguir regras que eles mesmos não conseguem descrever. Logo, a forma de explicitar teorias em-uso é dada pelo reflexo na ação.

Os proponentes das teorias da ação quiseram explicar por que algumas intenções não são alcançadas, e assim desenvolveram modelos para o aprendizado de ações efetivas. Nesse modelo, as *variáveis governantes* representam os valores que os agentes procuram satisfazer. Cada variável se apresenta como um contínuo no qual o agente procura estabelecer um nível preferencial – por exemplo, a ansiedade em determinada situação não é desejada em níveis altos nem muito baixos. Normalmente, as variáveis são ignoradas se mantidas em um nível satisfatório; do contrário, atenta-se para que alguma providência seja tomada no sentido de restaurar o nível satisfatório. Por outro lado, as ações impactam várias variáveis governantes, de modo que se pode aumentar o nível de uma e diminuir o de outra, e, assim, o agente se vê diante de uma situação de escolha. Completando o modelo, as *estratégias de ação* são movimentos usados pelos agentes em situações particulares, supondo que as variáveis governantes serão satisfeitas pelas consequências das ações – as consequências, de fato, poderão ser pretendidas ou não pretendidas, produtivas ou contraproducentes, e promoverão a realimentação tanto às ações quanto às variáveis governantes (ARGYRIS *et al.*, 1985).

Orlikowski (2000) faz referência às teorias da ação em estudo sobre os usos da tecnologia da informação, estabelecendo analogia ao chamar de *tecnologias esposadas* aquelas que são adquiridas e instaladas em escritórios, fábricas e residências, e de *tecnologias em-uso* aquelas que são efetivamente utilizadas. Mais especificamente, elas se diferenciam por serem, as primeiras, correspondentes ao conjunto de *hardware* e *software* que já trazem uma coleção de características pré-definidas; já as segundas correspondem às características da tecnologia que são escolhidas para uso de fato, em função das habilidades, tarefas, atenção e propósitos dos indivíduos. O que se pretendeu foi evidenciar que não adianta apenas gerenciar a tecnologia – adquirindo e implementando aquela que possui características supostamente mais avançadas ou alinhadas aos propósitos organizacionais –, mas o seu uso efetivo também deve ser gerenciado, para que a tecnologia produza os efeitos ideais.

Kim (2000) ressalta que as tecnologias de CMC podem ser usadas fiel ou ironicamente. Este segundo caso refere-se aos possíveis modos segundo os quais as pessoas as utilizam, que podem diferir das intenções dos projetistas e implementadores, de modo a encontrar novos usos ou vencer barreiras tecnológicas. Como exemplo, o autor menciona a aplicação de correio eletrônico para suporte socioemocional e o uso de *emoticons* para comunicação de expressões faciais em meio textual. As pessoas, então, adaptam as tecnologias aos seus próprios desejos e necessidades, quando estas não atendem suas necessidades de comunicação (CHIDAMBARAM, 1996; RHEINGOLD, 1993).

#### 4 MÉTODO

A investigação empírica contemplou elementos de etnometodologia, que consiste em estudar profundamente a ação humana no contexto em que ela ocorre. É pressuposto que as interações cotidianas acontecem em meio a acordos tácitos e normas compartilhadas (BRYM *et al.*, 2006), cabendo ao pesquisador, então, compreender o que as pessoas fazem e dizem, tendo por base esse entendimento comum. A abordagem etnográfica possui as seguintes características básicas, segundo Hammersley citado em Genzuk (2003):

- o comportamento das pessoas é estudado mais apropriadamente no contexto diário, em vez de sob condições experimentais elaboradas por um pesquisador;
- os dados são agrupados a partir de uma variedade de fontes, mas a observação e conversações relativamente informais são as principais;
- a coleta de dados é pouco estruturada, no sentido de não envolver um plano detalhado a ser seguido no começo, nem a pré-fixação de categorias para interpretar o que as pessoas dizem; isto não significa que a pesquisa seja assistemática, mas que, inicialmente, os dados são coletados de forma bastante crua, sem filtros exagerados;
- o foco é, frequentemente, um único ambiente ou grupo em escala relativamente pequena; e
- a análise dos dados envolve substantiva interpretação dos significados das ações humanas, tomando a forma de descrições e explicações nas quais a análise estatística cumpre papel secundário.

Genzuk (2003) complementa que a participação do pesquisador encontra-se em um contínuo que varia da completa imersão à completa separação das atividades observadas – neste caso, exercendo o papel de mero expectador.

Em função de a presente pesquisa abordar a construção de identidades na Internet e confrontar aspectos pessoais do contexto físico com o contexto virtual, a mesma se baseia nas orientações de Hine (2003) sobre a etnografia do virtual. A autora destaca que a utilização do método etnográfico na Internet contribui para o entendimento dos usos que as

peças fazem da tecnologia, explorando as diferentes arenas (casa, trabalho, meio de comunicação de massa, etc.). O apelo particular da etnografia virtual é estudar o que as pessoas fazem efetivamente com a tecnologia, a partir dos seguintes princípios:

- a presença mantida pelo etnógrafo no campo em estudo, combinada com intenso engajamento na vida cotidiana dos seus representantes, faz-se necessária para que se reduza o estranhamento provocado por diferentes estilos de agir;
- não se deve pensar o ciberespaço como um espaço sem conexões com a “vida real” e com a interação face a face, pois ele possui ricas e complexas ligações com os contextos nos quais é usado, sobretudo pelo fato de que as tecnologias são aplicadas de forma particular em cada contexto, uma vez adquiridas, entendidas, interpretadas e incorporadas;
- devido ao crescimento das interações mediadas, torna-se desnecessário pensar a etnografia como localizada em determinados lugares ou multilocalizada; a grande oportunidade da abordagem etnográfica é, de fato, poder investigar como os espaços são criados e recriados por meio dessas interações;
- como consequência, o objeto da pesquisa etnográfica passa a se concentrar mais no fluxo e na conectividade do que em locais e limites como princípios organizativos;
- um dos desafios da etnografia virtual é explorar a criação de limites e conexões, especialmente entre o virtual e o físico;
- a etnografia virtual é intersticial, ou seja, o empenho em um contexto mediado é intercalado com atividades em outras esferas, tanto por parte do etnógrafo quanto dos sujeitos estudados;
- a etnografia virtual é necessariamente parcial, no sentido de que uma descrição holística de qualquer informante, local ou cultura é inviável; a importância está em idéias de relevância estratégica, mais do que em representações de realidades objetivas;
- o etnógrafo envolve-se intensivamente em interações mediadas, tanto com os informantes quanto com as tecnologias, e estas provocam modificações nas dimensões de entendimento do meio usado para interagir;
- as novas tecnologias de interação permitem que informantes e etnógrafos se mantenham ausentes ou presentes por tempos indeterminados; e
- a etnografia virtual é uma etnografia adaptada à proposta prática de explorar as relações existentes em interações mediadas.

Para a coleta de dados, em termos objetivos, utilizou-se a abordagem de observação participante, na qual o principal instrumento é o próprio investigador, que compartilha a condição humana dos indivíduos observados e, assim, viabiliza a compreensão do mundo social em uma perspectiva interior (LESSARD-HÉBERT *et al.*, 1990). A inserção do investi-

gador no meio deve ser o mais neutra possível, de forma a evitar perturbações por sua mera presença – o que se buscou fazer a partir da não-declaração das intenções de pesquisa durante as interações *online* e *offline* dos autores com os sujeitos pesquisados.

Os autores do presente artigo participam do universo estudado (Orkut) há quase quatro anos, fazendo usos alinhados aos propósitos explícitos e à cultura que dele emergiu. O primeiro autor (doravante referenciado como “pesquisadora”) responsabilizou-se pela seleção e interação com os perfis de membros individuais a serem analisados no nível das teorias da ação, dada a sua proximidade a esses indivíduos no dia-a-dia e o fato de fazer uso mais intensivo das ferramentas de Orkut em seus relacionamentos sociais cotidianos. Assim, a investigação empírica foi realizada por alguém habilitado quanto às exigências técnicas e sociais; ademais, a interação física e virtual desenvolvida com os sujeitos pesquisados não se deu apenas com o intuito de obter informações específicas para os fins do presente estudo, mas como parte de relacionamentos ordinários entre pesquisadora e sujeitos, relacionamentos esses que foram suficientemente duradouros e densos para que se obtivessem percepções práticas e teóricas importantes.

#### 4.1 UNIDADE DE ANÁLISE E LOCAL DE PESQUISA

A unidade de análise (objeto de interesse teórico) está representada pelo grau de realismo em perfis individuais *online*. Para estudá-la, selecionou-se, como local de pesquisa (objeto de interesse empírico), um grupo de pessoas usuárias de Orkut que também fizessem parte do grupo Administração-UFPB nessa rede social virtual. A escolha do referido grupo teve como critério principal a possibilidade de a pesquisadora acessar indivíduos que com ela compartilhassem contexto físico, ou seja, possuíssem algum vínculo importante com o Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal da Paraíba, como sugere a descrição do grupo: “comunidade dos alunos, ex-alunos, professores, admiradores, apaixonados, interessados, frustados [*sic*]... do curso de Administração da UFPB”. Assim, seria possível identificar pessoas, dentro de limites físicos e virtuais, com as quais a pesquisadora realizasse interação pessoal por tempo e densidade suficientes para a apreensão de características ilustrativas aos fins desta pesquisa.

Para caracterizar o realismo em perfis *online*, assumiu-se que os grupos em Orkut são usados como expressão de identidade (NOGUEIRA, 2004) e, como tal, podem corresponder ou não à realidade dos indivíduos. O julgamento do grau de realismo das identidades, inferido a partir da associação a grupos, baseou-se em entendimentos sobre as teorias da ação, considerando “real” o que é efetivo – a teoria em-uso.

Se as teorias esposadas são as declarações de um indivíduo, supõe-se que todos os grupos em Orkut aos quais um indivíduo pertença façam parte do repertório de suas teorias esposadas – considerando o que dizem o título e a descrição do grupo. Em outras palavras, entende-se que, a menos que haja coerções externas, objetivos pontuais, mimetismos ou

eventos emocionais específicos, ninguém se associa a um grupo se efetivamente não aderir às suas características gerais. Ademais, a opção pela pertença explícita a um grupo virtual pode sinalizar uma ação efetiva do indivíduo (no mundo virtual), permitindo concluir que, neste caso, teorias esposadas equivalham a teorias em-uso. Contudo, as teorias esposadas representadas pela participação em grupos virtuais podem ser, posteriormente, confirmadas ou não pelas ações do indivíduo no mundo físico, o que faz introduzir um sério problema conceitual e prático: em qual dos mundos, virtual ou físico, a ação pode ser considerada efetiva e característica de um indivíduo?

Em função disso, optou-se por considerar como teorias em-uso apenas aquelas representadas por grupos em Orkut que equivalham às ações efetivas de um indivíduo observadas no mundo físico, meramente em função do pressuposto de que estas talvez sejam mais consistentes e influentes no seu dia-a-dia. Enquanto isso, seriam teorias *apenas-esposadas* aquelas representadas por grupos que não correspondem, em princípio, à realidade física da ação individual.

A pesquisa limitou-se à identificação de grupos que representassem teorias em-uso ou teorias apenas-esposadas de indivíduos selecionados com base em relacionamento interpessoal consistente de longa data. Desconsideraram-se (1) casos em que grupos são alterados por seus proprietários (por exemplo, alteram-se nomes, descrições, imagens, etc.) ou são atacados por *hackers*, assim modificando atributos existentes no momento em que os indivíduos neles ingressaram, (2) a atuação efetiva do indivíduo nos limites do grupo – ou seja, se o mesmo interage com outros membros, se participa dos fóruns, etc. –, e (3) a possibilidade de o perfil virtual não ser de propriedade de seu representante no mundo físico.

## 4.2 PROCEDIMENTOS

Os sujeitos da pesquisa foram selecionados entre os usuários de Orkut que fazem parte do grupo Administração-UFPB, tendo como critério o compartilhamento de círculo social e acadêmico com a pesquisadora, de forma que, em algum momento anterior ou posterior ao início da pesquisa, houvesse interação face a face.

Para que fossem identificados sujeitos nas condições estabelecidas, inicialmente realizou-se levantamento junto ao grupo em foco, observando um a um os perfis de seus 980 membros à época, dos quais foram preliminarmente selecionados 29. De fevereiro a junho de 2008, realizaram-se acompanhamentos periódicos para verificar entradas e saídas que pudessem afetar o número de sujeitos. Em junho de 2008, escolheram-se oito membros com base no critério de maior interação com a pesquisadora; de fato, todos integravam a sua “lista de amigos” no Orkut.

Com a definição dos sujeitos da pesquisa, realizou-se levantamento de todos os grupos de Orkut aos quais os mesmos estavam associados, verificando-se que cada sujeito participava de um mínimo de 37 e um máximo de 135 grupos. Por questões de tempo e intimidade da pesquisadora com os sujeitos, optou-se por limitar em dez grupos a quantidade



de casos de análise para cada perfil de usuário. Elaborou-se, por fim, uma descrição básica de cada sujeito a partir da percepção particular da pesquisadora, de modo a servir de referência para análise dos grupos aos quais o mesmo pertencia, priorizando-se o período e a situação de convívio com a pesquisadora, as características físicas e o comportamento geral.

A interação entre pesquisadora e sujeitos investigados acontecia em grande parte no ambiente universitário do Curso de Bacharelado em Administração da UFPB, incluindo salas de aula, corredores de acesso e adjacências, biblioteca e ambientes usados eventualmente para estudos em grupo. Como costuma ocorrer em grupos de amigos, também havia encontros em momentos de lazer, tais como festas, cinema, entre outros. Em alguns casos, pesquisadora e pesquisado compartilhavam ambiente de trabalho. A interação física teve início em 2002 (ano de ingresso da pesquisadora no Curso) e, em alguns casos, ocorreu até a finalização da pesquisa. Já a presença da pesquisadora em Orkut iniciou em 2005. Importa mencionar que os indivíduos não estavam cientes da realização da pesquisa à época (sendo informados apenas posteriormente), de modo que o estudo etnográfico fosse o mais efetivo possível.

Como procedimento importante para a validação das análises, consultaram-se oito pessoas com vínculo comum entre a pesquisadora e os sujeitos da pesquisa. Verificou-se disparidade de entendimento em três casos, especificamente quanto às teorias apenas-esposadas dos perfis virtuais. Entre outros motivos, o grau de intimidade entre os indivíduos e os critérios de avaliação (que foram deixados livres, como cabe à pesquisa de cunho interpretativo) podem ter sido os principais para as discordâncias de interpretação.

Reforça-se que a interpretação do caráter dos grupos de Orkut pela pesquisadora teve por base a descrição fornecida em suas *homepages*. Em alguns casos, porém, não foi possível estabelecer se o grupo fazia parte das teorias em-uso ou das teorias apenas-esposadas do indivíduo em foco. O Quadro 1 apresenta exemplos de dados coletados, e o Quadro 2 exemplifica situações particulares da análise de cada perfil.

<b>Período e situação de convívio</b>
Contato iniciado em 2000, quando começou a estudar com a irmã da pesquisadora e passou a frequentar sua casa, devido ao vínculo de amizade criado. Em 2004, começou a cursar Administração na UFPB e houve maior proximidade com a pesquisadora, por estarem sempre discutindo assuntos relativos ao curso. O contato permanece até os dias atuais.
<b>Descrição</b>
Trata-se de uma moça extremamente comunicativa e sociável, especialmente no ambiente universitário, fazendo questão não apenas de cumprimentar cada conhecido que encontre pelo caminho, como também de saber brevemente de outros assuntos do cotidiano. Apesar de demonstrar convicção em suas decisões, é reticente perante eventual oposição dos pais. É a filha mais nova e a única a morar com eles. Gosta de ler bastante, e não apenas literatura acadêmica. Gosta de escrever e sonha em ser professora. Costuma nutrir paixões platônicas. Em alguns momentos, envolve-se em várias atividades totalmente distintas, ao mesmo tempo, tendo que, por fim, desistir de algo. Gosta de teatro e já trabalhou como atriz. Cria gatos.
<b>Total de comunidades e data de verificação</b>
131 comunidades em 29/06/2008.
<b>Teorias em-uso</b>
<i>1. O que você está lendo?</i> O prazer da leitura... Nesse deleite solitário, reordenamos o mundo, subvertemos os valores, cultuamos os melhores pecados, investimos contra os poderosos e entregamo-nos aos vícios, com ou sem culpa. A idéia, aqui, é falar livremente sobre o hábito da leitura, sobre o que estamos lendo e sobre o prazer - ou não - que os livros nos concedem.
<i>2. Teatro</i> Aos amantes do teatro e das artes cênicas em geral!!!
<i>3. Eu sou irma mais nova</i> esta comunidade eh pra quem eh o pirralho da familia, ou ateh msm a ovelha negra da familia.....ou seja : OS D+, OS ESPECIAIS, OS INTELIGENTES, OS SORTUDOS, OS ORIGINAIS.... = ] Resumindo: Perfeição!
<i>4. Eu adoro cães e gatos</i> Esta comunidade é dedicada para aqueles que são loucos por animais especialmente cães e gatos.
<i>5. Administração</i> Comunidade de alto desempenho voltada a discussões e debates em torno da Administração.
<b>Teorias apenas-esposadas</b>
<i>1. DesiStir JaMaiS</i> A grande maioria das pessoas desistem dos seus sonhos quando já estão a um passo para consegui-lo....Va em frente amigo(a) desistir jamais continue brizlhando mesmo em muita escuridão, haverá sempre alguém que enxergará sua luz. Está em suas mãos a decisão para aquilo que quer em sua vida, porém jamais esqueça que a diferença entre os que fracassam e os que progridem e conseguem o sucesso, é que eles JAMAIS DESISTEM. "Lutar sempre,vencer talves,DESISTIR JAMAIS" :)
<i>2. Apaixonado e Desapaixonado fácil</i> Comunidade somente para pessoas que se identificam com algum ou todos esses itens: -Se apegam MUITO fácil. -Quando começam a curtir uma pessoa, brota um amor fora do normal. -Sonhos com o "príncipe/princesa encatado(a)" são constantes.

Quadro 1. Exemplos de anotações de dados empíricos (transcrições literais)

Perfil 1	Na interpretação dos grupos, constatou-se: (1) número relativamente pequeno de grupos no perfil (37), diminuindo a gama de opções tanto para teorias em-uso quanto para teorias apenas-esposadas; (2) grupos com temas repetidos ( <i>Administração-UFPB, Administração, UFPB</i> ), não fazendo sentido a escolha de mais de um; e (3) participação em grupos que não são sugeridos pelo tipo de convívio concernente ao ambiente físico estudado, a não ser que haja maior grau de intimidade ( <i>Se é AMOR... q seja verdadeiro!, Eu canto no banheiro, Conheço o sorriso de Ismenny</i> ).
Perfil 2	Apesar de o número de grupos do perfil ser relativamente grande (99), houve dificuldades para caracterizar alguns. Há aqueles que são muito vagos ( <i>Um dia aprendi, Tô cansado(a), Hunf!</i> ); outros sugerem carência ( <i>Quero Carinho!, Dá logo um abraço, vai!!!</i> ), o que não pôde ser percebido a partir do convívio pessoal com a pesquisadora; e há, ainda, grupos que fazem referência a pessoas conhecidas do proprietário do perfil ( <i>Eu adoro Tawana, Conheço Josué Lacerda</i> ), assim fugindo ao discernimento da pesquisadora.
Perfil 3	Identificaram-se muitos grupos vagos ( <i>Eu ando com meus pés!, Eu já fui um espermatozóide</i> ), alguns relacionados a hábitos da infância ( <i>Eu assistia Rá-tim-bum, Cresci assistindo pica-pau</i> ) e muitos se referindo a pessoas fora do círculo da pesquisadora ( <i>Bruno é um bom companheiro, Teté, te adoramos!, Amo Deby Chausse, Eu amo Vanessa, Eu amo a nêga Indhira, Conheço Breninho</i> ).
Perfil 4	Este perfil foi um dos mais fáceis para a análise, por ser uma pessoa de convívio mais próximo da pesquisadora. Faz parte de 132 grupos, mas percebe-se que muitos poderiam se agrupar sob um mesmo tema, como bandas de <i>rock</i> ( <i>Radiohead, The Cure, Los Hermanos</i> ). Mesmo o fato de a proximidade facilitar a caracterização de alguns grupos, outros permanecem obscuros, como aqueles que se referem a fatos muito específicos ( <i>Já me jogaram na piscina, Eu já loguei na casa de jader</i> ).
Perfil 5	A maioria dos grupos aos quais o proprietário deste perfil está associado refere-se a cantores de <i>rock</i> , hábitos alimentares, cidades ou programas de TV. Se é fácil julgar que o indivíduo tem por hábito viajar, não há como saber quais os destinos frequentados e que tipo de interesse pode ter surgido por determinada cidade. Programas de TV e hábitos alimentares são assuntos que nunca foram tratados entre pesquisadora e pesquisado. Já música sempre foi assunto de maior afinidade, motivo pelo qual se inferem seus gostos musicais.
Perfil 6	O proprietário deste perfil também apresenta maior proximidade com a pesquisadora. Seus grupos, de modo geral, refletem os lugares que costuma frequentar aos finais de semana, condizentes ao seu estilo ( <i>Bebe Blues e Come Jazz, Bar dos Artistas, Bar do Almir</i> ), seus artistas favoritos ( <i>Bob Marley, Natiruts, Cordel do Fogo Encantado</i> ) e outros aspectos culturais ( <i>Casa de Taipa Produções, Recorte Cultural</i> ). Neste caso, mostra-se muito coerente e os grupos se enquadram nas teorias em-uso.
Perfil 7	Por ser uma pessoa cujo tempo de convívio compartilhado foi no ambiente de trabalho, poucas oportunidades houve para se saber mais sobre diversos assuntos. Em seu perfil, por meio dos grupos, há demonstração evidente de seu gosto por viagens, esportes de aventura e fotografia. Entretanto, estes não puderam ser levados em conta, por representarem situações desconhecidas da pesquisadora. Os demais grupos, principalmente relacionados a música e humor, foram fáceis de categorizar.
Perfil 8	A representante deste perfil é uma das poucas com quem há convívio para além dos limites da universidade. Desta forma, existe melhor percepção sobre comportamentos e características pessoais. Talvez por isso seja uma das poucas em que se observa mais de um grupo caracterizado como teoria apenas-esposada.

Quadro 2. Exemplos de situações encontradas na análise de perfis

## 5 DISCUSSÃO DE RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observou-se que, em todos os perfis, há mais grupos representativos de teorias em-uso do que de teorias apenas-esposadas. Um dos perfis, inclusive, não apresentou grupo representativo de teorias apenas-esposadas. As causas disso são possivelmente muitas, como:

- As pessoas desenvolvem habilidades conscientes e inconscientes de expressão muito particulares, bem como captam a expressão de outras pessoas também a partir de filtros específicos e estáveis desenvolvidos ao longo da vida. Neste sentido, tanto a expressão das ações pessoais como a percepção das ações de outros tendem a ser processos regulares e limitados por modelos mentais preexistentes, assim restringendo as possibilidades de ação (por um indivíduo) e de interpretação (por outro indivíduo). De fato, espera-se a manutenção das impressões transmitidas e o acréscimo (e não redefinição) de interpretações (GOFFMAN, 2007; BAUMEISTER E TWENGE, 2003).
- O fato de o grupo Administração-UFPB agregar indivíduos em torno de um tema com atributos profissionais (embora não exclusivamente) pode contribuir para que os sujeitos – cujos perfis individuais podem ser acessados a partir da página do grupo – manifestem-se de forma mais coerente e contida. Embora saiba-se que o ambiente virtual pode promover comportamentos reprimidos e antinormativos (KIM, 2000), estes são mais prováveis e usuais quando não há uma contrapartida física ou constrangimento social que possam controlá-los. Assim, o que se aplica ao caso estudado seria uma situação complementar, caracterizada por apresentar sujeitos que se preocupam com o gerenciamento de suas impressões (WINTER *et al.*, 2003); e, dado que manter uma impressão irreal consistentemente ao longo do tempo consome recursos não triviais (BAUMEISTER E TWENGE, 2003), é menos provável que os indivíduos (do caso estudado) invistam em impressões falsas ou exageradas.
- A própria rede de amigos da pesquisadora, da qual participavam os sujeitos estudados, pode ter sido construída deliberadamente ou ter atraído indivíduos com perfis de ação mais consistentes entre o virtual e o físico. Adicionalmente, parece haver algum constrangimento de ações (tornado-as, então, mais coerentes) quando o sujeito sabe que será observado por alguém conhecedor do seu perfil geral (BAUMEISTER E TWENGE, 2003).

Um aspecto que não deve ser confundido com coerência entre os mundos virtual e físico diz respeito à continência ou incontinência de expressão de indivíduos em seus perfis virtuais. Ou seja, o fato de haver predominantemente teorias em-uso nos perfis estudados – coerência entre discurso e prática – não significa a inexistência de comportamentos incomuns e até repreensíveis sob uma perspectiva moral, legal ou de hábito social. De fato, entre as comunidades localizadas nos perfis individuais, verificam-se algumas com teor questionável nessas perspectivas e

cuja menção explícita neste artigo parece desnecessária. Porém, reafirma-se, o que se buscou medir na análise dos perfis foi a coerência de ações físicas e virtuais, passando ao largo de outras possíveis interpretações.

## 5.1 IMPLICAÇÕES TEÓRICAS E PRÁTICAS

A produção acadêmica sobre o ciberespaço é rica, dado que já se pode estudar o comportamento *online* (ex., RIDINGS *et al.*, 2006), atributos sociológicos de comunidades virtuais (ex., KLING E COURTRIGHT, 2003) e a efetividade de equipes de trabalho distribuídas (ex., DE PILLIS E FURUMO, 2007), entre outros temas que se referem aos sempre presentes interesses humanos de socialização e trabalho. Acredita-se que a presente pesquisa tenha contribuído para a literatura com uma perspectiva teórica de análise preliminar das identidades *online*; e atinge este objetivo a partir do entendimento de como as pessoas articulam as possibilidades das tecnologias de informação e comunicação em conjunto com seus históricos e aspirações individuais para, de forma deliberada, desenvolver perfis públicos no ciberespaço. Em outras palavras, questiona-se a usual dicotomia real-virtual das identidades *online* e sugere-se que esta seja, na verdade, mero efeito da mediação tecnológica associado aos conhecidos fenômenos da ação humana esposada e em-uso.

Em termos de implicações práticas para o âmbito da Administração, chama-se atenção para o fato de que alguns processos de recrutamento de profissionais fazem uso formal ou informal de informações obtidas nos perfis públicos de candidatos disponíveis no mundo virtual (PELUCLETTE E KARL, 2008). Algumas empresas também têm feito uso dessas informações para conhecerem melhor o consumidor de determinado segmento demográfico ou de determinados produtos e serviços, a exemplo daqueles consumidores que se reúnem em *comunidades de marca* (MUNIZ JR. E O'GUINN, 2001). Em todos esses casos, conhecer a relação entre teorias em-uso e teorias esposadas em perfis individuais e de grupo é crucial para que não se desenvolvam falsas percepções e consequentes ações de negócio inefetivas.

Por fim, e embora muito particularizados a um grupo de pessoas com características demográficas também específicas, os resultados evidenciam que o comportamento *online* não necessariamente é fantasioso ou especulativo. De fato, aparentemente as tecnologias para redes sociais vêm evoluindo no sentido de proverem uma experiência virtual tão próxima quanto possível da realidade física, assim transformando-se em mais um meio para os indivíduos expressarem-se plenamente.

## 5.2 LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA PESQUISAS FUTURAS

O aspecto subjetivo da pesquisa, principalmente no sentido de interpretar as ações no mundo físico e analisar comparativamente os grupos *online* de cada indivíduo – assim dependendo fortemente da experiência prática, capacidade observadora e aporte conceitual dos pesquisadores para articulação dos dados de forma sistemática e relevante – é um dos principais atenuadores da robustez dos resultados

alcançados. A escolha do local para coleta de dados *online* (grupo Administração-UFPB, em Orkut) que fizesse correspondência a um local físico (Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal da Paraíba) também pode ter restringido, por um lado, a escolha de indivíduos com os quais a pesquisadora teria maior proximidade. Por exemplo, em sua lista pessoal de amigos em Orkut foram identificados indivíduos com os quais convivia intensamente no contexto físico mas que não faziam parte do grupo Administração-UFPB, assim impedindo-os de participarem da pesquisa. Por outro lado, selecionar sujeitos a partir de um agrupamento temático possibilita uma provável maior homogeneidade de análise.

Em cada contexto também se percebe que há papéis individuais específicos e dominantes. Embora um sujeito guarde em essência a sua identidade, parte de seu comportamento certamente varia de ambiente para ambiente – por exemplo, adotando uma postura mais introspectiva em sala de aula e outra mais descontraída em encontros informais com as mesmas pessoas. Logo, comparar características percebidas em contextos diferentes com o intuito de estimar autenticidade pode ser apenas relativamente válido. Parece necessário, de fato, desenvolver um conhecimento do sujeito pesquisado que extrapole os poucos contextos levados em conta no presente estudo.

Outra limitação refere-se ao fato de o contexto físico e os períodos de interação com os sujeitos da pesquisa terem sido um tanto restritos, o que pode haver proporcionado um nível insuficiente de intimidade e uma apreensão ainda incompleta das características individuais relevantes para o contraste das ações do sujeito dentro e fora do ciberespaço. Além disso, ainda se sabe pouco sobre possíveis padrões de manifestação de identidades no contexto das redes sociais virtuais que sejam devidos a perfis cognitivos e comportamentais presentes no mundo físico. Do mesmo modo, estatísticas sobre um possível grau de realismo nas ações *online* não parecem estar disponíveis na literatura, dificultando o entendimento dos resultados aqui descritos comparativamente a outros casos.

Acredita-se que há oportunidades de continuação da pesquisa principalmente para que se descubra o que as pessoas querem comunicar por meio de sua participação em grupos de conversação *online*. Como visto na discussão dos resultados, muitos grupos virtuais temáticos mostraram-se inviáveis para análise por serem de temática vaga – mas os indivíduos se associam a essas temáticas por algum motivo. A presente pesquisa poderia ser complementada por uma investigação direta junto aos sujeitos (por exemplo, por meio de entrevistas em profundidade) e, assim, deles obter informações cruciais para interpretação e triangulação de dados.

Por fim, com base nos modelos conceituais sobre as teorias da ação, também poderiam ser identificadas as variáveis governantes dos comportamentos *online*, de modo a se saber por que assuntos de determinadas naturezas (refletidos nas opções dos indivíduos por associação a determinados grupos) são mais propícios a representar comportamentos físicos

efetivos, enquanto assuntos de outras naturezas possivelmente envolvam menor probabilidade de correspondência à realidade pessoal fora do ciberespaço.

## REFERÊNCIAS

- ARGYRIS, C.; PUTNAM, R.; SMITH, D. M. *Action science*. San Francisco: Jossey-Bass, 1985.
- BAUMEISTER, R. F.; TWENGE, J. M. The social self. In: MILLON, T.; LERNER, M.J. (Orgs.). *Handbook of psychology*. New Jersey: John Wiley & Sons, 2003.
- BELLINI, C. G. P.; VARGAS, L. M. Rationale for Internet-mediated communities. *CyberPsychology & Behavior*, v. 6, n. 1, 2003, pp. 3-14.
- BERGER, P.L.; LUCKMANN, T. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 2005.
- BOYD, D.; ELLISON, N. B. Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 13, n. 1, 2007.
- BRYM, R. J.; LIE, J.; HAMLIN, C. L.; MUTZENBERG, R.; SOARES, E. V.; MAIOR, H. P. S. *Sociologia: sua bússola para um novo mundo*. São Paulo: Thomson Learning, 2006.
- CHIDAMBARAM, L. Relational development in computer-supported groups. *MIS Quarterly*, v. 20, n. 2, 1996, pp. 143-165.
- COSCARELLI, C. *O fenômeno Orkut*. Universia, 2004.
- DE PILLIS, E.; FURUMO, K. Counting the cost of virtual teams. *Communications of the ACM*, v. 50, n. 12, 2007, pp. 93-95.
- FONTANELLA, F. I.; PRYSTHON, A. Trocando figurinhas: sobre Orkut, frivolidades, neotribalismo e flânerie. *Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Porto Alegre: INTERCOM, 2004. Disponível em [http://www.ppgcomufpe.com.br/detalhe\\_publicacao.asp?cod\\_pub=5&pub\\_dis c=1](http://www.ppgcomufpe.com.br/detalhe_publicacao.asp?cod_pub=5&pub_dis c=1). Acesso em: 20/12/2009.
- GENZUK, M. *A synthesis of ethnographic research*. 2003. Disponível em [www.rcf.usc.edu/~genzuk/Ethnographic\\_Research.pdf](http://www.rcf.usc.edu/~genzuk/Ethnographic_Research.pdf). Acesso em: 20/12/2009.
- GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 2007.
- HINE, C. *Virtual ethnography*. London: Sage, 2003.
- JAQUET-CHIFFELLE, D.-O.; ANRIG, B.; BENOIST, E.; HAENNI, R. (Orgs.). Virtual persons and identities. FIDIS Consortium, 2008. Disponível em: <http://www.fidis.net/resources/deliverables/identity-of-identity/#c1753>. Acesso em: 20/12/2009.

- JONES, Q. Virtual-communities, virtual settlements & cyber-archaeology: a theoretical outline. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 3, n. 3, 1997.
- KIM, J.-Y. Social interaction in computer-mediated communication. *Bulletin of the American Society for Information Science*, v. 26, n. 3, 2000, pp. 15-17.
- KLING, R.; COURTRIGHT, C. Group behavior and learning in electronic forums: a sociotechnical approach. *The Information Society*, v. 19, n. 3, 2003, pp. 221-235.
- LEMOS, A. *Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- LESSARD-HÉBERT, M.; GOYETTE, G.; BOUTIN, G. *Investigação qualitativa*. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.
- LÉVY, P. *O que é o virtual?* São Paulo: Ed. 34, 1996.
- LÉVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LÖBLER, M. L.; VISENTINI, M. S.; ESTIVALETE, V. F. B. Completamente imerso no mundo virtual: estudando o fenômeno Orkut através da absorção cognitiva. *Anais do II Encontro de Administração da Informação*. Recife: ANPAD, 21-23/06/2009.
- MANSSOUR, A. B. B.; BELLINI, C. G. P. Understanding the success of an Internet-mediated community in Brazil. *Proceedings of the 6<sup>th</sup> Annual Global Information Technology Management Association World Conference*. Anchorage, EUA: GITMA, 05-07/06/2005, pp. 105-108.
- MÁXIMO, M. E. *Compartilhando regras de fala: interação e sociabilidade na lista eletrônica de discussão Cibercultura*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Florianópolis: UFSC, 2002.
- MCDONOUGH, J. P. Designer selves: construction of technologically mediated identity within graphical, multiuser virtual environments. *Journal of the American Society for Information Science*, v. 50, n. 10, 1999, pp. 855-869.
- MUNIZ JR., A. M.; O'GUINN, T. C. Brand community. *Journal of Consumer Research*, v. 27, n. 4, 2001, pp. 412-432.
- NABETH, T. Understanding the identity concept in context of digital social environments. *Network of Excellence FIDIS*, 2005.
- NOGUEIRA, M. Tudo sobre o Orkut. *Superinteressante*, n. 204, Ed. Especial, 2004, pp. 80-87.
- NOGUEIRA, T.; TERMERO, M.; LEAL, R. Festa brasileira na rede. *Revista Época*, n. 326, 2004.
- ORLIKOWSKI, W. J. Managing use not technology: a view from the trenches. In: MARCHAND, D. A.; DAVENPORT, T. H. (Orgs.). *Mastering information management*. London: Prentice-Hall, 2000.
- PELUCHETTE, J.; KARL, K. Social networking profiles: an examination of student attitudes regarding use and appropriateness of content. *CyberPsychology & Behavior*, v. 11, n. 1, 2008, pp. 95-97.



PORTER, C. E. A typology of virtual communities: a multi-disciplinary foundation for future research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, v. 10, n. 1, 2004.

RHEINGOLD, H. *The virtual community*. Reading: Addison-Wesley, 1993.

RIDINGS, C.; GEFEN, D.; ARINZE, B. Psychological barriers: lurker and poster motivation and behavior in online communities. *Communications of the AIS*, v. 18, 2006, pp. 329-354.

SEGATA, J. *Lontras e a construção de laços no Orkut*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). Florianópolis: UFSC, 2007.

WINTER, S. J.; SAUNDERS, C.; HART, P. Electronic window dressing: impression management with websites. *European Journal of Information Systems*, v. 12, n. 4, 2003, pp. 309-322.