

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

TALLES DE PAULA FIGUEIREDO

**CLASSIFICAÇÃO DE PERFIS DE USUÁRIOS BASEADO EM
PERSONA NO INSTAGRAM COM BASE NA TEORIA DISC –
DOMINANTE, INFLUENTE, CONFORMIDADE E ESTABILIDADE**

VOLTA REDONDA

2020

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**CLASSIFICAÇÃO DE PERFIS DE USUÁRIOS BASEADO EM
PERSONA NO INSTAGRAM COM BASE NA TEORIA DISC –
DOMINANTE, INFLUENTE, CONFORMIDADE E ESTABILIDADE**

Trabalho apresentado ao Curso de
Publicidade e Propaganda do UniFOA
como requisito parcial à obtenção do
título de bacharel em Publicidade e
Propaganda.

Aluno:

Talles de Paula Figueiredo

Orientador:

Prof. Msc. Edilberto Cardoso Venturelli

VOLTA REDONDA
2020

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: **CLASSIFICAÇÃO DE PERFIS DE USUÁRIOS NO INSTAGRAM COM BASE NA TEORIA DISC – DOMINANTE, INFLUENTE, CONFORMIDADE E ESTABILIDADE**

Elaborado por **TALLES DE PAULA FIGUEIREDO** apresentado, **conforme Resolução** (Conforme Resolução **CONSEPE nº 067** de 24 de agosto de 2020, envio **pelo e-mail Institucional**), **no ambiente virtual Microsoft Teams**, <https://web.microsoftstream.com/video/4a514f8c-6eb2-48e2-b2db-0ac4803060cc> e <https://web.microsoftstream.com/video/acdfb76d-fd43-47c3-8287-2187239b1116> perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Publicidade e Propaganda.

Aprovada em 19 de Novembro de 2020.

Banca Avaliadora:

Professor Orientador

Edilberto Cardoso Venturelli, Mestre, Unifoa

Professor Avaliador

Douglas Baltazar Gonçalves, Mestre, Unifoa

Professor Avaliador

Salette Leone Ferreira , Doutora, Unifoa

Dedico esse trabalho ao William Moulton Marston que dedicou parte de sua vida para desenvolver suas pesquisas sobre a área de psicologia, e a todas as pessoas que contribuíram diretamente e indiretamente com pesquisas de diversas áreas, e que graças a elas, esse estudo pode ser realizado.

Agradeço primeiramente a minha mãe Vanessa de Paula Ferreira e meu pai Rogério Figueiredo, que lutaram para que eu pudesse ter essa oportunidade. Agradeço também ao meu orientador Edilberto Cardoso Venturelli que me incentivou e me motivou e me ensinou muito para que eu pudesse desenvolver esse trabalho. Gostaria de agradecer também a todos que fizeram parte da minha caminhada durante o ensino superior, e me ensinaram a enxergar o mundo de uma forma diferente. Gostaria de agradecer também a todos que me apoiaram e me deram forças para continuar esse projeto, mesmo depois de ter desanimado a seguir a diante com essa pesquisa.

Um filme deve ser fiel à vida. Se uma imagem retrata uma falsa emoção, ela treina as pessoas que a vêem a reagir de maneira anormal.

(William Moulton Marston)

RESUMO

Este presente trabalho tem como objetivo estudar e analisar a Teoria DISC aplicado na rede social Instagram, uma vez que Bonnstetter (1979) descobriu que fazendeiros tinham características únicas baseada em sua personalidade presentes em sua fazenda, e ele acabou descobrindo que a forma de consumo era diretamente influenciada pelo seu perfil comportamental. Com base nesse estudo, e na ideologia de Walter Longo (2019) de que estamos passando por uma transição de Era, e que se faz necessário cada vez mais melhorarmos a forma de comunicação com as pessoas, esse estudo traz uma análise da rede social Instagram, com o intuito de descobrir se há elementos característicos do perfil comportamental presente em cada perfil do usuário na rede social.

Palavras-chave: DISC; Perfil Comportamental; Persona; Rede Social; Instagram.

ABSTRACT

This present work aims to study and analyze the DISC Theory applied in the social network Instagram, since Bonnstetter (1979) discovered that farmers had unique characteristics based on their personality present on his farm, and he ended up discovering that the form of consumption was directly influenced by their behavioral profile. Based on this study, and Walter Longo's (2019) ideology that we are going through an Era transition, and that it is increasingly necessary to improve the way we communicate with people, this study brings an analysis of the social network Instagram , in order to find out if there are characteristic elements of the behavioral profile present in each user profile on the social network.

Keywords: DISC; Behavioral Profile; Persona; Social network; Instagram

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. TEORIA DISC	13
3. PERSONA aplicado com DISC.	21
4. METODOLOGIA DE ANÁLISE	255
5. ANÁLISE DO INSTAGRAM	35
5.1 Análise do Usuário 1.....	36
5.2 Análise do Usuário 2.....	39
5.3 Análise do Usuário 3.....	41
5.4 Análise do Usuário 4.....	43
6. CONCLUSÃO	46
REFERÊNCIAS	48

1. INTRODUÇÃO

Em 1928, William Moulton Marshton escreveu em seu livro “*As Emoções das Pessoas Normais*”, conceitos para o que viria a se tornar a teoria DISC. A teoria DISC, de acordo com o autor, é uma classificação dos perfis comportamentais baseada em qualificar as pessoas como ativas e passivas, em um ambiente favorável ou antagonista. Marshton (1928) classificou esse comportamento como “*Cominance, Inducement, Submission e Compilance*”, que após um tempo, foi traduzido para o português como “Dominância, Influência, Estabilidade e Conformidade”. Por exatamente esse motivo, surge a sigla DISC, que é a soma da inicial de cada palavra de todos os comportamentos desenvolvido por Marshton.

Após essa teoria ser divulgada, surgiu o conhecimento de que todas as pessoas tem um perfil comportamental pessoal predominante com base na teoria DISC, porém, não há uma forma exata de se medir o nível dos perfis comportamentais descobertos pelo Marshton, já que ele só desenvolveu a pesquisa, e não um método para descobrir qual perfil predomina no comportamento de uma pessoa.

Então com a certeza de que a teoria de Marshton era válida, porém sem classificar qual perfil era predominante em uma pessoa, Walter V. Clarke (1948) desenvolveu uma ferramenta que possibilitava descobrir através de análises, qual o perfil comportamental era predominante. Seu primeiro teste havia pesquisado de outros autores, e não podia ser classificado como DISC. O primeiro teste conhecido como DISC foi realizado por John P. Cleaver, (1965) que havia trabalhado com Clarke durante o desenvolvimento da ferramenta que possibilitava descobrir qual perfil comportamental a pessoa tinha como predominante e uma ferramenta atual desenvolvida com base no questionário de Cleaver será utilizada nesse trabalho.

Em 1979, Bill J. Bonnstetter, após ter comprado seu livro *As Emoções das Pessoas Normais*, começou a pesquisar sobre como a aparência de uma fazenda poderia revelar os aspectos do fazendeiro que vivia ali. (BONNSTETTER, 2014, p.9). Sua intenção era descobrir se as instalações das

fazendas tinham relação com o estilo comportamental do fazendeiro. Após descobrir que podia identificar a personalidade DISC de cada fazendeiro, ele conseguiu identificar o estilo de compra preferido, e a forma de decisão na qual o proprietário tomava ao iniciar um processo de negociação.

Ana Carolina Rodrigues Spadin e Cândice Quincoses (2015) dizem que as empresas começaram utilizar as redes sociais, e é benéfico estar presente nela para se comunicar com o público e fazer com que a marca se aproxime mais dos clientes. E sabendo que essa tendência está cada vez mais forte conforme a tecnologia avança, é necessário saber como atender as necessidades do público de forma mais eficaz. Walter Longo (2019) diz que:

Se até hoje a área de marketing nas empresas analisa os dados dos consumidores de forma pontual, decide suas estratégias de venda contemplando ciclos curtos ou imediatos de ação, será preciso rever esse comportamento. (LONGO, 2019, p. 183)

Sabendo que as pessoas estão ficando cada vez mais exigentes por conta do avanço tecnológico, e a cultura que vem acompanhando e se adaptando a essa mudança, e com a marca cada vez mais presente nas redes sociais, esse presente trabalho se apropria da Teoria DISC desenvolvida por Marston (1928), para realizar uma pesquisa com a intenção em descobrir se na rede social Instagram, há presenças de elementos deixado pelo usuário que facilite uma empresa a descobrir qual o perfil comportamental o usuário tem, e então, a mesma com base na pesquisa de Bonnstetter (2014) conseguir melhorar a forma de comunicação com o usuário.

Para iniciar essa pesquisa, primeiramente foram entrevistados quatro usuários da rede social Instagram, com a intenção em descobrir se há características predominantes de cada perfil DISC presente na rede social. Para isso acontecer, o usuário que foi analisado precisou passar por um questionário desenvolvido pela empresa W2G Soluções, com o intuito em descobrir qual o perfil comportamental baseado na Teoria DISC o usuário tem.

Após a obtenção do perfil predominante, foi feita uma análise detalhada em sua rede social com a intenção em descobrir se há características presentes em cada perfil predominante.

2. TEORIA DISC

Então com 35 anos, em 1928, William Moulton Marston publicou em seu livro “As Emoções das Pessoas Normais”, conceitos para sua teoria DISC, que é uma categorização dos comportamentos pessoais, presente em cada pessoa, em variáveis graus. Os quadrantes desenvolvidos por Marston, foram: Dominância, Persuasão, Estabilidade e Conformidade. Tal descoberta foi o que “[...] representam o primeiro passo no desenvolvimento de uma longa e complicada fórmula para ajudar os seres humanos [...]” (BONNSTETTER, 2014, p. 7)

Essa ajuda da qual ele está falando, é a respeito da compreensão humana, já que com essa teoria, há “[...] a possibilidade de compreender de forma verdadeira a si próprio [...]. (BONNSTETTER, 2014, p. 7). A seis anos antes, Marston havia criado um protótipo que viria a se tornar o primeiro teste de detector de mentiras. Há muitos anos antes, ele vinha se interessando na área do comportamento humano.

Na década de 1910, quase finalizando sua teoria, Marston que estudava direito e fazia doutorado em Psicologia, desenvolveu sua teoria e um dispositivo que com o passar do tempo, se tornou conhecido como o polígrafo moderno. Graças a sua esposa Elizabeth Holloway Marston, que na época foi considerada notável psicóloga norte-americana, deu o incentivo para que William iniciasse os estudos, quando lhe disse que “sentia sua pressão arterial aumentar quando ficava brava ou animada.” (BONNSTETTER, 2014, p. 7)

Foi aí que William utilizou essa percepção como base para realizar o teste de pressão arterial sistólica, que foi a base para seu livro *The Lie Detector Test*, de 1938, traduzido para o português “*O teste do detector de mentiras*”. Marston, com essa sua descoberta, estava tão confiante que apresentou seu trabalho para o Conselho de Defesa Nacional dos Estados Unidos. Bonnstetter (2014) afirmou que ele o apresentou como detector de fraudes, durante a 1ª guerra mundial.

Marston mais tarde, também tentou inserir esse projeto em outras áreas governamentais, dessa vez, num sistema jurídico. Marston que havia feito o teste em um homem que foi acusado de assassinato acabou convencendo-se

da inocência de Frye em 1922, e com isso, se dispôs a testemunhar o julgamento dele. Porém o juiz não permitiu que Marston desse seu depoimento, e nem que ele demonstrasse seu medidor de pressão arterial sistólico. Bonnstetter afirma que o júri ouviu todos os argumentos a favor e contra a admissibilidade do teste, e finalmente chegou à conclusão de que Frye era culpado, mas de uma acusação de menor infração, que não fosse necessário o colocar em pena de morte. Apesar de Marston ter acompanhado de perto todo o processo, ele viu que os advogados de Frye questionaram por que o teste era inadmissível? Com isso, no ano seguinte após a acusação e Frye ser condenado em menor instância, o teste de detector de mentira de Marston foi proibido nas cortes norte-americanas, porque ele não era 100% preciso. De acordo com Marston, ele tinha uma precisão de cerca de 97% eficácia.

Talvez essa falta de aprovação fez com que Marston mudasse o rumo de suas pesquisas. A experiência que ele adquiriu em seus estudos sobre o aparelho, fez com que Marston seguisse a pesquisa, mas estudando as emoções das pessoas.

No ano de 1928, William (1928) que vinha estudando os comportamentos humanos escreveu um livro cujo nome "*As Emoções das Pessoas Normais*". Ele escreveu em seu livro conteúdos bases para o que hoje se tornou conhecido como a teoria DISC, e através dessa teoria, ele classificou os comportamentos humano em categorias, com diferentes graus. Essa teoria tem como alicerce o conceito de que as pessoas estão entre dois quadrantes, classificados como ativos e passivos, em um ambiente favorável ou antagonista.

O autor classificou esses comportamentos pessoais nos seguintes fatores: Dominance, Inducement, Submission e Compliance, que ao traduzir para o português se torna: Dominância, Influência, Estabilidade, Conformidade. Então conectando as iniciais dos elementos classificado por Marston, nasce a sigla DISC.

A teoria DISC que foi desenvolvida pelo psicólogo Marston (1928), analisou quais eram os perfis comportamentais, e os classificou em categorias DISC, porém, não desenvolveu nenhuma ferramenta para descobrir qual era o perfil comportamental pessoal. Mais tarde o Walter V. Clarke (1948) deu início

a uma ferramenta de análise de perfil comportamental fundamentado na teoria de Marston (1928), e de outros pesquisadores, que permitia qualificar o perfil comportamental das pessoas em determinado ambiente. Esse instrumento era conhecido como AVA – Activity Vector Analysis, e não podia ter a sigla DISC como exclusividade, já que havia sido utilizado outras teorias englobando sua ferramenta. Logo em seguida, John P. CLeaver (1965), que havia trabalhado com Clarke, deu início a uma nova ferramenta de análise de perfil comportamental baseado somente na teoria de Marston.

A “eficiência da ferramenta Disc é reconhecida mundialmente”, por isso as grandes “empresas” através aplicam esse “questionário com candidatos à vaga de funcionários”, isso se dá para um melhor aproveitamento e consequente rendimento do profissional, o teste também pode ser aplicado individualmente por uma pessoa que deseja realizá-lo, basta para isso encontrar um profissional capacitado para aplicá-lo. (SBCOACHING, 2018).

O objetivo da “metodologia Disc” é avaliar o perfil dominante “de um indivíduo de acordo com o ambiente” a que ele é submetido, Willian (1928) visa “entender” como o ambiente onde o indivíduo está inserido pode afetar seu comportamento, o indivíduo pode ser “influenciado” tanto por “fatores internos quanto externos), que provocam impactos em “seus comportamentos [...]”, os comportamentos são: Dominância, Influência, Estabilidade e Conformidade, mas não quer dizer que uma pessoa possua apenas uma “dessas características comportamentais” a teoria DISC tem como “objetivo identificar o perfil dominante” e não moldar as pessoas para que se enquadrem em um padrão “de comportamento” (SBCOACHING, 2018).

As empresas que fazem uso dessa metodologia têm por objetivo [...] “identificar o perfil psicológicos e comportamentais dos colaboradores e assim promover o desenvolvimento pessoal na empresa” (SBCOACHING, 2018), com isso, o rendimento profissional será satisfatório para ambos, tanto empresa quanto profissional são beneficiados, o colaborador tem a chance de potencializar duas qualidades, acompanhado de um gestor de recursos humanos se desenvolverá mais, obtendo um melhor resultado em sua função.

O teste é realizado por meio de um "questionário" que “possui um apanhado de perguntas sobre características pessoais” para “[...] conduzir o

resultado para uma das quatro matrizes comportamentais. Tem seus resultados fundamentados em aspectos psicológicos que permite avaliar o comportamento das pessoas, considerando seus perfis e padrões dominantes”. (SBCOACHING, 2018).

As análises de comportamentos que utilizam "conceitos da psicologia positiva e da psicologia analítica" difere da metodologia DISC, pois fazem uso de “outras bases teóricas além das apresentadas por Marston”, o que não quer dizer que são ineficientes. Ao determinar a característica dominante em um indivíduo é possível “[...] compreender como ele se comporta em determinadas situações do dia a dia, conforme o contexto em que está inserido “. (SBCOACHING, 2018).

É válido para que o profissional se aconteça o que propicia maior capacidade de ação e um melhor desenvolvimento de suas funções. Pepe (2020) afirma que saber lidar com os diferentes perfis de comportamentos faz um líder de excelência, pois se cada pessoa apresenta uma característica dominante, não pode ser tratada da mesma forma que outro perfil, como Influência, estável ou conforme. Esse é o segredo de uma empresa que consegue bons resultados, uma liderança alinhada com a característica dominante em seus colaboradores (PEPE, 2020).

Essa informação no âmbito pessoal, gera falta da classificação do perfil comportamental para a comunicação com outra pessoa, e como estamos passando por uma transição de era, será necessário cada vez mais melhorar a forma de comunicação com as pessoas, já que de cordo com Walter Longo:

Se até hoje a área de marketing nas empresas analisa os dados dos consumidores de forma pontual, decide suas estratégias de venda contemplando ciclos curtos ou imediatos de ação, será preciso rever esse comportamento. (LONGO, 2019, p.

Uma maneira de mudar essa forma atual de interação, é através de entender e compreender os perfis DISC, já que ” Conhecendo o comportamento predominante, você consegue construir a comunicação de influência com foco no resultado nas diversas situações profissionais e pessoais.” (MAIS TREINAMENTO, 2015).

A utilização da ferramenta DISC faz com que a “gestão se torne eficiente” para o profissional de “Recursos Humanos”, pois o ajuda a resolver

as situações que acontecem no dia a dia de uma forma saudável, saber analisar as características e definir o perfil do funcionário é um trabalho que necessariamente tem que ser realizado por profissional com qualificação em gestão de pessoas, o COACH¹, assim o resultado da aplicação do teste pode ser confiável e ser aproveitado dentro da empresa. (SÓLIDES, 2020)

Com esses resultados em mãos o gestor poderá propor “melhores estratégias nas equipes” para melhor resultado em conjunto, os profissionais de recursos humanos podem traçar estratégias para um ambiente mais agradável e resultado final mais sólido e satisfatório, “pesquisa realizada pela *Page Personnel*²” chegou à conclusão que 9 entre 10 profissionais contratados são desligados das empresas por problemas de comportamento, daí a importância da educação da metodologia DISC. (SÓLIDES, 2020)

A utilização da ferramenta DISC faz com que a “gestão” se torne “eficiente” para o profissional de “Recursos Humanos” pois o “ajuda” a lidar com as situações cotidianas dentro de uma empresa, podendo prever como “os colaboradores reagem as situações e aos desafios” da rotina empresarial, devido a isso a importância da precisão na avaliação das características para definir os perfis, não pode ser feito por qualquer pessoa, a eficácia do teste é de vital importância para o gestor, se a avaliação não for precisa e um colaborador for colocado na equipe errada e no setor errado causará problemas que muitas vezes não são administráveis. (SÓLIDES, 2020)

A aplicação do teste DISC associa o perfil do candidato a vaga de colaborador à necessidade da empresa, os “gestores” tem a oportunidade de “elaborar treinos” providenciar ferramentas que possam colaborar para um resultado de excelência tanto para a organização como para o colaborador, essa é uma das vantagens em aplicar o DISC, além disso, promove o autoconhecimento, que faz com que os colaboradores aprimorem aqueles

¹ É o profissional que atua aplicando os conhecimentos que tem e a metodologia do Coaching na vida pessoal, profissional e empresarial das pessoas. Disponível em <https://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching/o-que-faz-um-coach-2/> acessado 24 de novembro de 2020.

² A Page Personnel é um dos maiores players mundiais em recrutamento especializado. Disponível em <https://www.pagepersonnel.com.br/sobre-n%C3%B3s> acessado 21 de novembro de 2020.

pontos em que ele tem dificuldades, além de poderem ser aproveitados de uma forma que seus pontos fortes se sobressaía ainda mais, fomentando assim sua carreira na organização. O gestor pode direcionar os talentos para área específica e de necessidade dentro da empresa de acordo com o perfil que foi revelado pelo candidato entrevistado. Outra importância é que promove o desenvolvimento pessoal, através de um trabalho de gestão voltado para aquela característica de perfil, ainda estimula um melhor convívio no ambiente de trabalho uma vez que o colaborador poderá ser direcionado para área onde haja outros colaboradores que complementem a sua característica dominante. (SÓLIDES, 2020)

Para uma boa liderança como afirma Pepe (2020), o teste também pode e deve ser aplicado no gestor, assim se definirá um perfil de liderança que melhor atenda, não só os interesses empresariais, mas também promoverá um ambiente saudável para a realização das tarefas. O ambiente corporativo deve ser agradável, uma vez que se passa grande período do dia nos locais de trabalho e para que seja saudável é preciso que toda a engrenagem esteja em perfeita harmonia e para que isso seja possível é necessário a integração e a junção dos vários setores. As empresas que fazem uso da metodologia DISC obtém um resultado satisfatório. (PEPE, 2020)

Para gestores com os desafios da atualidade não adianta contar em sua equipe “com profissionais extremamente qualificados” que na “prática” não tem um bom rendimento, a aplicação da teoria DISC inibe esse tipo de situação pois encaminhará os profissionais para a área onde pelo seu perfil suas habilidades serão melhor desenvolvidas. As possibilidades de uso são variadas, desde melhorar a “comunicação interna”, a um melhor desenvolvimento externo. (CAMARGO, 2019).

Alexandre Ribas (2018) afirma que as pessoas que têm os pontos mais altos no fator dominante, são pessoas mais corajosas, que não se intimidam com a concorrência, buscam sempre a vitória, e são muito exigentes com resultados. Já quando tem a pontuação baixa, elas são consideradas mais cooperantes, e elas são menos impulsivas e ansiosas para tomar uma decisão. Elas são menos competitivas.

Ainda de acordo com o autor, as pessoas com os pontos altos no fator Influyente, são pessoas que gostam de conversar e socializar com outras pessoas. Elas são muito convincentes, persuasivas, e comunicativas, e tem um grande poder de persuasão. Quando tem a pontuação baixa, essas pessoas são mais retraídas e pensativas, e ao vender ideias, elas utilizam fatos e argumentos lógicos para o convencimento. Elas são mais seletivas com pessoas que terá um relacionamento estreito.

As pessoas com altos pontos em Estabilidade, são pessoas que atribuem grande importância a paz, harmonia e tranquilidade, elas são serenas e moderadas, elas preferem relacionamentos com poucas pessoas, de preferência com amigos e famílias. Elas possuem uma tendência natural para ouvir e servir. Já pessoas com menos pontos são pessoas que prezam pelas mudanças, e gostam de arriscar. Essas têm como características ser inquieto, mais ativas, e se adaptam a mudança com mais rapidez.

Ribas (2018) afirma também, que as pessoas com pontos altos na conformidade, são pessoas que valorizam as regras, que procuram saber o que é certo e o que é errado, e são normalmente mais preocupadas. Essas pessoas têm como características ser cautelosas, perfeccionistas, precisas e disciplinadas. As que tem baixos pontos são pessoas que tendem a desafiar as regras, e não gostam de ser ordenados. Tem como características ser rebelde e teimoso por aquilo que querem.

Alguns recrutadores analisam o perfil dos candidatos aos cargos pelas redes sociais, pois as publicações refletem a imagem que o entrevistado passa para as pessoas. Por isso, quem tem a intenção de concorrer a uma boa colocação no mercado de trabalho, deve prestar atenção em como se comporta nas redes sociais, o teste DISC pode ser realizado através dos vários *softwares* que existem, e certamente o recrutador observará nos posts³, o que o candidato quer dizer, o que transmite através das suas publicações.

Desse modo, a fotografia pode dizer muito sobre o comportamento de quem a publicou ou de quem a repostou, as mensagens subliminares estão

³ Post é o conteúdo criado e publicado em alguma plataforma da internet. Disponível em <https://studiovisual.com.br/marketing/o-que-e-post> acessado 26 de novembro de 2020.

presentes, por isso o profissional executor precisa ser especializado em gestão de pessoas, o teste DISC não deve deixar dúvidas sobre como será a reação de um possível colaborador diante de determinada situação. (PEPE, 2020)

Para a obtenção do perfil comportamental predominante baseado na teoria DISC, é necessário a realização de um questionário, onde, através de perguntas, é obtido o resultado de em que perfil DISC o usuário se enquadra.

3. PERSONA aplicado com DISC.

As empresas começaram a perceber que a presença na rede social é necessária, e elas estão começando a criar personas para representar a marca e conversar com os públicos. Ana Carolina Rodrigues Spadin e Cândice Quincoses quer dizer isso quando fala que:

A utilização das redes sociais digitais, tais como: Twitter, Facebook e Instagram, como ferramenta de relacionamento é uma grande oportunidade para as empresas, já que aproxima a marca dos clientes e proporciona a interação com eles. Além do mais, ajuda na criação de produtos e serviços. (SPADIN, QUINCOSES, 2015)

As marcas utilizam das personas para se tornarem mais humanas, e assim, ter um contato mais direto com o público. Quando uma marca cria uma persona, ela passa a interagir de forma mais espontânea e informal com as pessoas.

As redes sociais como Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn e até blogs de marcas, foram criadas para expressar opiniões e troca de informações. (SPADIN, QUINCOSES, 2015). Com isso, a marca consegue manter diálogo com os consumidores, e é valorizada pelo público.

Fabício Albrecht (2018) diz que para se relacionar melhor com uma pessoa que se tem intenção em realizar uma venda, a forma correta é se conectar com o inconsciente da pessoa. Mas ele explica em sua entrevista realizada pela CRMThink, que ele não está falando em hipnotizar o cliente, mas sim, para se conectar com as necessidades principais, e seus motivadores.

Bill J. Bonnstetter(2014) afirma que todas as pessoas que estudam o comportamento humano, tem muito a ganhar com o estudo de *As Emoções*, que pode trazer valiosas informações para a vida profissional, como aconteceu com ele. Já Albrecht (2018) afirma que nosso perfil influencia diretamente no nosso estilo de tomada decisiva e comunicativa. Por isso tem relação direta com nossa forma de compra.

Contudo, Spadin e Quincoses (2015) diz que “No cenário atual, o consumidor se tornou o protagonista das organizações e as redes estimulam isso, já que permitem a exposição de suas opiniões, suas histórias e seus desejos.” Isso se dá por conta que o consumidor está ficando cada vez mais exigente.

Bonnstetter (2014) contou em seu prefácio no *livro As Emoções das Pessoas Normais* como a Teoria DISC mudou sua forma de trabalho, logo quando ele começou a fazer uma pesquisa sobre como a aparência de uma fazenda poderia relevar aspectos do fazendeiro que vivia por ali. Ele afirma que a intenção dele era descobrir se o estilo comportamental do fazendeiro atribuía na forma que eles mantinham a fazenda.

Com isso, ele utilizou do trabalho de Marston (1928) para iniciar seu trabalho, e avaliava não só a aparência de cada fazenda, mas também questionava os agricultores para determinar em qual categoria DISC o mesmo poderia se enquadrar. Com base nessa pesquisa desenvolvida por ele, Bonnstetter (2014) conta que os fazendeiros que tinham como perfil predominante CONFORMIDADE, podiam ser facilmente identificados através da organização que eles tinham com a fazenda. Mantinham o gramado bem caprichado, es depósitos de lixo bem arrumados e em ordem, e as estradas eram bem cuidadas.

Bonnstetter (2014) também fala que os fazendeiros que foram classificados com o perfil predominante INFLUÊNCIA, eram facilmente identificados pela aparência desordenada de suas propriedades, com pilhas de lixo esparramadas pela fazenda, e edifícios espalhados e descascando. Ele também conta que os fazendeiros com Alto DOMINÂNCIA, sempre tinham os maiores equipamentos, e as maiores colhedeiças agrícola. Para obter esse resultado, foi necessário entrevistar mais de 200 agricultores, e após essa pesquisa, ele passou de fato a acreditar na teoria DISC de Marston.

Então com base na Teoria DISC, Albrecht (2018) diz que: “pessoas com o perfil DOMINANTE são rápidas, geralmente decididos e querem revolver tudo na hora. Com estes, um estilo de negociação mais focado, direto e sem rodeios é fundamental para o sucesso”. Ele também fala sobre pessoas com perfil INFLUENTE, que na hora de efetuar a venda, é mais eficaz chegar com uma

abordagem mais dialogada e receptiva, se for possível, focar mais nas sensações que ela sentirá.

Albrecht (2018) também diz que pessoas com o perfil ESTÁVEL, estará mais próximo do vendedor se ele lhe oferecer segurança, paciência e credibilidade. Pessoas com esse perfil geralmente focam mais na experiência de uso do produto, se preocupando mais em obter um produto de baixo risco. Ele também afirma que pessoas com o perfil CONFORME, são clientes mais exigentes no momento da compra. Uma abordagem bem detalhada, com o máximo de informações e principalmente garantia, pode fazer a diferença entre vender ou não vender.

Então com base nesse resultado, Bonnstetter (2014) descobriu que poderia determinar o estilo de compra preferido (que na maioria das vezes, eram baseadas em alguém da mesma categoria DISC) de cada fazendeiro, e a forma que eles tomavam decisões sobre comprar algum produto. Em outras palavras, depois dele entender como funcionava esse processo, ele poderia desenvolver uma estratégia para realizar vendas de forma mais eficaz para as pessoas.

Então se antigamente o processo de venda era centrado no gosto do vendedor, agora com essa descoberta, as vendas são focadas e destinadas aos compradores, com base no perfil comportamental do mesmo.

Albrecht (2018) explica que o que motiva ele a efetuar uma compra pode não ser o mesmo que motiva a outra pessoa. Por isso ele efetua suas vendas baseados nos comportamentos DOMINANTE, INFLUENTE, ESTÁVEL E CONFORME, já que cada um é influenciado por uma emoção primária existente de cada pessoa.

Bonnstetter (2014) ainda afirma, que num processo de venda, tem que tomar muito cuidado com a forma em que se vai abordar um cliente. Ele explica dizendo que quando um vendedor vai iniciar um discurso de venda para uma pessoa com o perfil predominante CONFORMIDADE falando que o seu produto é lançamento, e o melhor do mercado, ele já começa perdendo venda. Pois uma pessoa com o perfil CONFORMIDADE nunca compra produtos novos, pois eles não são comprovadamente confiáveis, e é exatamente isso

que eles preferem. Por isso eles deixam que as pessoas com os perfis predominantes DOMINANTE e INFLUÊNCIA comprar o produto antes, para eles testarem sua confiabilidade, e assim, eles podem investir seu tempo e dinheiro.

4. METODOLOGIA DE ANÁLISE

Sabendo que Bonnstetter desenvolveu técnicas e metodologias para melhorar a eficiência em suas vendas para fazendeiros em 1979, baseando nos perfis comportamentais desenvolvido por William M. Marston, classificado como DISC, esse presente trabalho tem como objetivo em identificar se usuários da rede social Instagram também deixam elementos visíveis em seu perfil, assim como os fazendeiros deixam em sua fazenda.

Para isso, foram selecionadas 4 pessoas para participaram dessa pesquisa. Essas pessoas realizarão o primeiro teste para obter o resultado de qual perfil comportamental baseado na Teoria DISC ela tem como predominante.

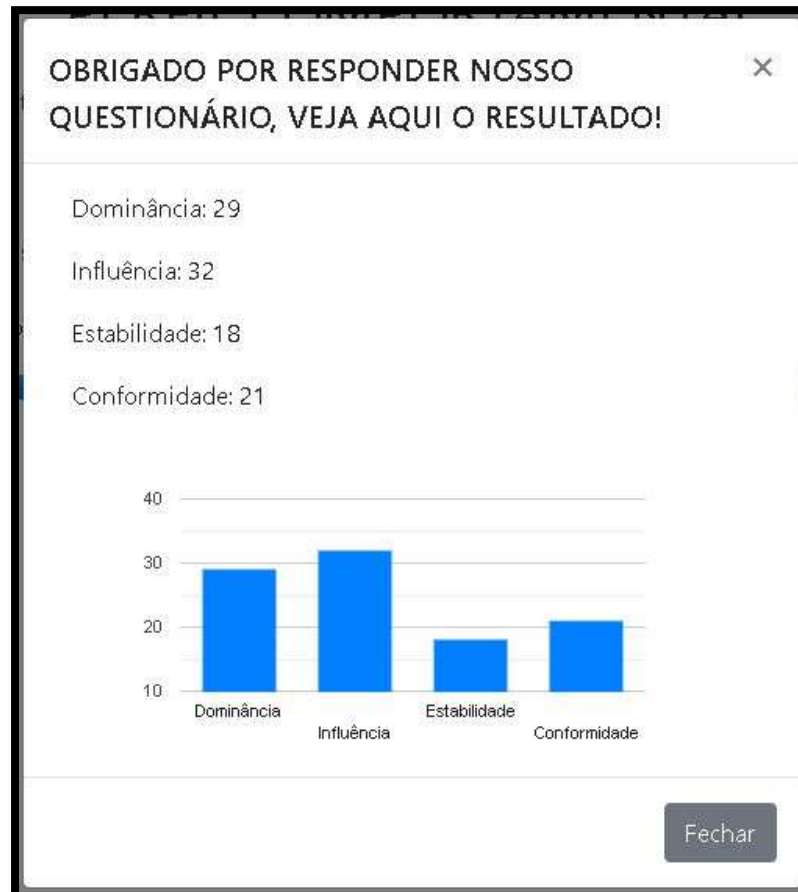
Para conseguir realizar um teste com precisão, e então descobrir qual o perfil comportamental das pessoas que foram selecionadas para participarem do teste, foi utilizado um teste desenvolvido pela empresa W2G Soluções!, disponível <http://w2gcursos.com.br/sistema/> onde nesse teste, a pessoa selecionada responde 10 perguntas, onde em cada uma existem 4 alternativas disponíveis. Todas as respostas são assertivas, não existem respostas certas ou erradas, e todas elas devem ser respondidas pelo entrevistado através de números, sendo o número 4 representa a alternativa que mais identifica o entrevistado, e o número 1, representa a alternativa que menos identifica ele.

Em cada alternativa, há somente a possibilidade de marcar a resposta com um apenas um número do 1 ao 4, não permitindo a repetição do mesmo número para a resposta seguinte. Fazendo assim, cada alternativa tem apenas um número que mais se adequa a emoção que a pessoa entrevistada tem. Através dessa pesquisa, a precisão do teste se válida pelo do resultado gerado pelo meio das questões que mais representam o entrevistado. Veja na Figura 1 como é o mecanismo de questão representada pelo site.

Figura 1 - Perfil Comportamental.

Fonte: <http://w2g cursos.com.br/sistema/>

O resultado da pesquisa é disponível quando as 10 lacunas são preenchidas com todas as quatro respostas, e através dessas respostas, é disponibilizado o resultado de qual perfil comportamental o usuário avaliado tem como predominante, com maior precisão, como é mostrado na Figura 2:

Figura 2 - Resultado do teste.

Fonte: <http://w2gcurso.com.br/sistema/>

Como presente na imagem, percebemos que não há apenas um perfil presente, pois, todas as pessoas têm todos esses perfis presentes em seu comportamento no dia a dia, porém, um é mais predominante que o outro. Para o desenvolver dessa pesquisa, será utilizado como base o perfil predominante classificado pelo resultado da pesquisa da W2G Soluções!, com o perfil que maior pontuação no questionário, como exemplo, no caso da Figura 4, o perfil que mais pontuou, e foi predominante, foi o perfil comportamental influente.

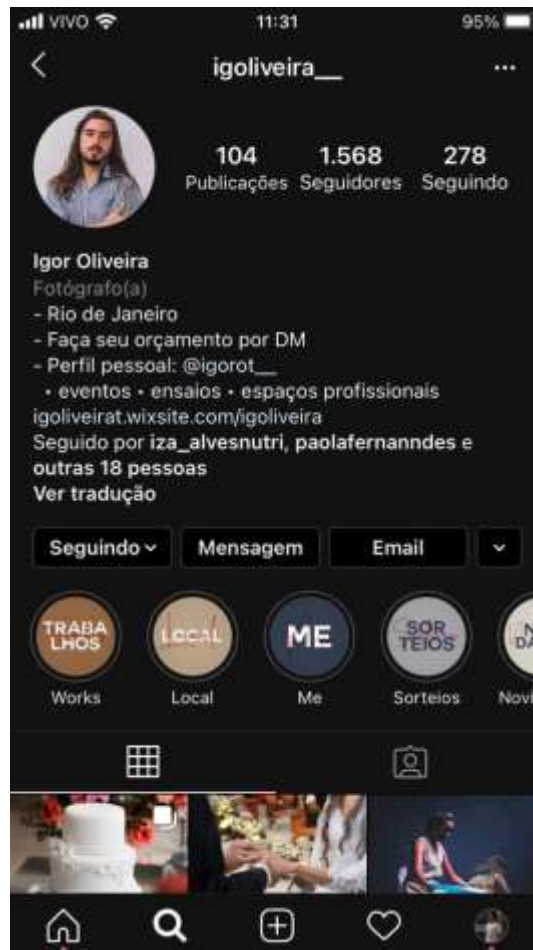
Nesse caso, o perfil pessoal na rede social Instagram que será analisado, terá como base o perfil comportamental de seu usuário classificado como influente, já que essa foi a classificação disponível em seu perfil pessoal. Para efetuar a análise do perfil na rede social, serão analisados os mínimos detalhes, desde composição fotográfica, tipos de postagens, cores predominantes, legendas fotográficas, frequência de postagem, stories, e conteúdo publicado.

Vale levar em consideração, que os perfis analisados na rede social, são perfis pessoais, e não profissionais, pois há uma diferença entre esses perfis.

Um perfil profissional tem como objetivo apresentar produtos e serviços prestados por tal empresa, como exemplo, o perfil de um fotógrafo é utilizado para serviços (disponível na Figura 3 e 4). Ele divulga em sua rede social informações sobre seus produtos, serviços prestados, portfólio etc. Um perfil profissional contém informações voltadas para apresentação, e vendas. Por isso tem mais ferramentas e formas de entrar em contato, mais informações sobre serviços, opções e funções personalizadas voltadas para vender seu produto.

Vale lembrar que cada empresa personaliza, e divulga seus produtos da forma que eles montam suas estratégias. No Instagram, os perfis profissionais são livres para trabalhar da forma que quiser, pois eles funcionam da mesma forma do perfil pessoal, então cada empresa tem como configurar sua página de acordo com sua identidade visual, e público-alvo. O que diferencia um perfil pessoal de um profissional, são as ferramentas disponíveis na rede social para uso profissional, que ajudam impulsionar e alavancar suas vendas.

Figura 3 - Perfil profissional no Instagram.



Fonte: https://www.instagram.com/igoliveira__/?hl=pt-br

Vale observar que os perfis profissionais não têm uma forma a ser seguida, ele é montado de acordo com o gosto, a proposta da empresa, a identidade visual, seu público-alvo, e sua estratégia de marketing.

Outro quesito a ser falado, as publicações são feitas com a intenção de apresentar seus produtos, assim, seu público consegue ver e identificar como é a qualidade de seu produto/serviço, e não precisa ficar pedindo para que o

prestador do serviço fique enviando fotos, ou portfólios para que o cliente consiga ter acesso a tal produto.

Figura 4 - Publicações do perfil profissional.



Fonte: https://www.instagram.com/igoliveira__/?hl=pt-br

A figura 4 mostra como são apresentados os produtos divulgados pelo profissional de fotografia Igor Oliveira, e através delas, o seu público-alvo consegue visualizar a forma que ele trabalha, e consegue entrar em contato

com facilidade com ele apenas utilizando das ferramentas disponíveis na rede social.

Vale lembrar, que alguns dos entrevistados tem mais de um perfil no Instagram, porém, somente um costuma ser para uso pessoal, pois os outros são voltados para empresas, portfólios e até apresentações. Para o trabalho ser desenvolvido com mais precisão, os perfis analisados serão apenas os perfis sociais de uso pessoal, aquele que o entrevistado usa como forma de apresentar a si próprio, e não os que usam profissionalmente, para vender, ou apresentar algum produto.

Um perfil pessoal na rede social do Instagram (disponível na Figura 5), geralmente é o perfil onde a pessoa na maior parte do tempo (não é uma regra obrigatória), posta vídeos e fotos sobre o que está fazendo, coisas que gosta de fazer, assuntos que elas gostam de conversar, dúvidas que tem sobre algum tema, e etc...

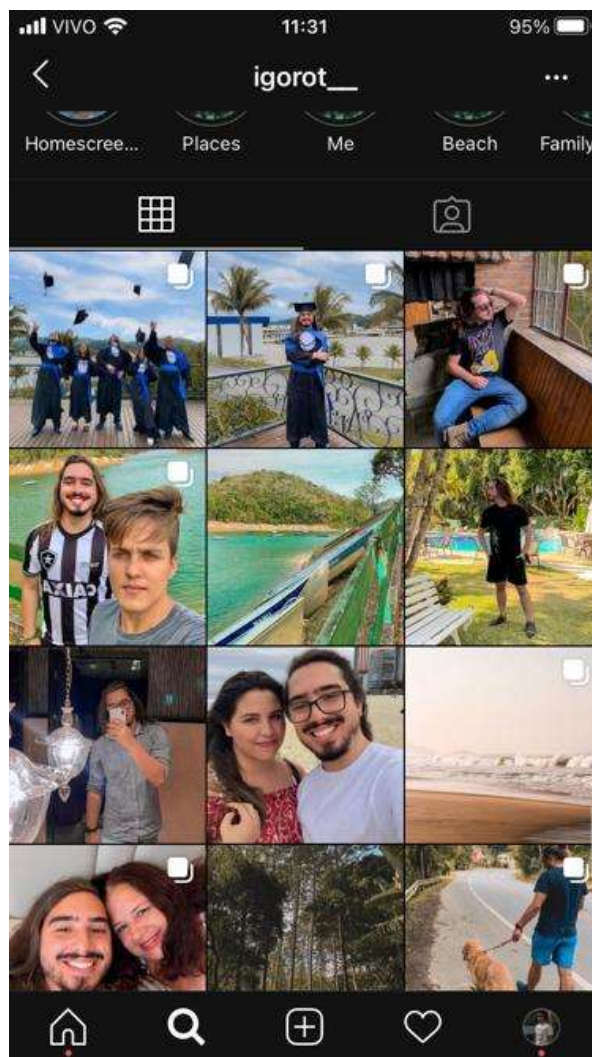
Figura 5 – Perfil pessoal no Instagram.



Fonte: https://www.instagram.com/igorot__/?hl=pt-br

Como se pode ver na Figura 5 e 6, o perfil pessoal é preenchido por informações da vida pessoal do usuário, desde a profissão que ele exerce, qual área ele trabalha, qual local ele vive, se é estudante, coisas que gosta de fazer, hobbies, se gosta de animais, se tem algum bichinho de estimação, etc...

Figura 6 – Publicações do perfil pessoal.



Fonte: https://www.instagram.com/igorot__/?hl=pt-br

Não é uma regra o usuário colocar todas essas informações, o perfil é pessoal, e cada usuário personaliza da forma que quiser, e que mais se agrada, com as informações que ele acha que deve ser disponível para quem quiser seguir. O perfil pessoal ele tem uma função exclusiva que não é presente no perfil profissional, sendo assim, o usuário consegue deixar sua conta privada, fazendo assim, só consegue acessar as informações postada no perfil pessoal, o usuário que for liberado pelo proprietário da conta. Vale lembrar que todas as contas da rede social de cada pessoa analisada nessa pesquisa já estão sendo seguida pelo pesquisador, por isso, o próprio tem

acesso a todas as informações, fazendo assim, há a possibilidade de ele analisar o perfil pessoal do usuário.

A diferença que o perfil pessoal e o perfil profissional têm, é que o perfil pessoal o usuário tem mais liberdade para postar o que quiser, já que ela posta coisas sobre sua vida pessoal. Já no perfil profissional, o usuário não pode postar muitas coisas que fujam do contexto que sua empresa/marca produz, pois pode ser que seu público-alvo não se contente com tal postagem, e acabe gerando engajamento negativo para sua marca.

5. ANÁLISE DO INSTAGRAM

Mariana Vassallo Piza (2012) diz que a rede social Instagram surgiu em 2010, e foi desenvolvido com a intenção de resgatar a nostalgia do instantâneo. PIZA (2012) afirma que o Instagram surgiu a partir de uma simplificação de outro aplicativo, [...] cuja proposta inicial era a de uma rede social que agruparia várias funções, onde os usuários poderiam compartilhar a sua localização, imagens, vídeos, planos para o final de semana, etc.” (PIZA, 2012, p.7)

No Instagram, é possível curtir e comentar cada publicação postada na rede de seguidores do usuário, dando a possibilidade de transmitir mensagens mais ágeis e dinâmicas, suprimindo a expectativa dos usuários que buscam uma forma de comunicação objetiva, direta e instantânea. (ALVEZ, MOTA, TAVARES, 2018, p.26)

Sabendo que o Instagram vem ganhando força no Ciberespaço⁴, (ALVEZ, MOTA, TAVARES, 2018, p.29), esse trabalho busca analisar características que seus usuários deixam presentes nela, para saber se, assim como Bonnstetter(2014) descobriu que os fazendeiros analisados exibiam em suas fazendas características que eram facilmente diagnosticado como um perfil DISC, e ele sabia através desse perfil como seria a forma mais eficiente de abordar o fazendeiro para realizar uma venda de algum produto; Esse trabalho busca analisar a rede social Instagram, para saber se há presença de elementos que favoreçam a pessoas descobrir qual o perfil comportamental DISC do usuário, para assim, ter mais eficiência na abordagem com os usuários.

Para isso, será feito um questionário para saber qual o perfil DISC predominante com 4 usuários do Instagram, e logo em seguida, será feita uma análise detalhadamente sobre o perfil na rede social. Para manter a integridade das pessoas envolvidas nessa pesquisa, e a privacidade dos mesmos, esse

⁴ ciberespaço é o conjunto de rede de computadores na quais todo o tipo de informação é circulado. Disponível em <https://www.estudopratico.com.br/entenda-o-que-e-ciberespaco-e-como-surgiu-a-expressao/> acessado 24 de novembro de 2020.

presente trabalho classificara os entrevistados como *USUÁRIO X*, sendo que o *X* representara um número para designar de qual pessoa se trata a pesquisa do perfil comportamental, e de qual perfil na rede social Instagram está sendo analisada, fazendo assim, melhor entendimento na hora da leitura do presente trabalho. Como exemplo, vamos citar uma pesquisa feita com a *USUÁRIO 100*: Esse usuário após realizar o teste do perfil comportamental com base na teoria DISC, foram diagnosticados com o comportamento predominante “Influencia” (exemplo da imagem 4), o resultado como é anônimo, será apresentado em forma de imagem nessa pesquisa, porem quem realizou, e o perfil na rede social Instagram, serão anônimos, e não serão divulgados no trabalho, apenas uma análise profunda desenvolvida pelo pesquisador desse trabalho, já que, com base no resultado do perfil comportamental do usuário, qualquer uma pessoa terá acesso a informações e conteúdos profundos sobre uma pessoa, e isso nas mãos de quem tem más intenções, pode acabar comprometendo a integridade mental e física de pessoas que são expostas nesse trabalho. Por exatamente esse motivo, será apresentada apenas o resultado da pesquisa DISC, e a análise profunda do comportamento do usuário na rede social, sem colocar em vigor, e sem expor, em nenhum momento, o usuário entrevistado.

5.1 Análise do Usuário 1

O primeiro usuário entrevistado, que será classificado de acordo com as normas estabelecidas nesse trabalho, como *USUÁRIO 1*, após realizar o teste de perfil comportamental disponível no site do W2G Soluções, deu como resultado da pesquisa do comportamento social baseado na teoria DISC, como o perfil predominante classificado como *Dominância*. (Figura 7)

Figura 7 – Teste realizado pela pessoa 1.



Fonte: Captura de tela enviada pelo USUÁRIO 1.

Após entrar em seu perfil na rede social Instagram, pode perceber que, o usuário não tem um hábito frequente de postagem, ele posta conteúdo sem um cronograma a ser seguido, porém, as publicações que são postadas através de sua rede social são muito a ver com atividades e conquistas que o usuário tem. Como exemplo, há postagem do mesmo praticando esportes, e logo em seguida, segurando troféus e medalhas, demonstrando que ele tem força e determinação no que faz, e no que busca fazer. Também é notável as postagens com amigos e pessoas que ele admira, mostrando momentos que está sendo vivenciados, e como ele está aproveitando tal momento, como por

exemplo, foto dele na praia, seguido de um vídeo dele andando de bicicleta na orla da praia.

Suas publicações que expõe algumas atividades físicas são seguidas de legendas motivacionais, do tipo “Foco e determinação, nunca foi fácil, mas sempre foi possível”, e as seguidas de pessoas que ele admira são seguidas de legendas do tipo: “espelhe-se em pessoas de sucesso”, logo é perceptível que além dele ter algumas frases e argumentos que o inspiram, ele compartilha com a mesma motivação para que seus seguidores e círculos sociais possam se abdicarem do mesmo incentivo.

Seu perfil pessoal não costuma ser organizado, pois ele publica o que quer, na hora que dá vontade, e não necessariamente segue uma ordem cronológica para isso, então visualizando seu perfil na rede social, percebe notavelmente desorganização em relação ao tipo de foto e vídeo publicado, e não há uma preocupação com a padronização de cores envolvidas em suas postagens.

Suas fotos tiradas, não tem uma preocupação com angulação, e com composição fotográfica, nem com o que aparecerá na foto, ele se preocupa em mostrar mais o real, e natural, do que mostrar algo mais estudado e manipulado. As fotos são tratadas com cores mais natural da câmera, sem muito contrastes e muita saturação, apresentando apenas o registro do momento sem manipulação.

Percebe-se também que não há presença na descrição de seu perfil, que é um local onde o usuário de rede social tem livre arbítrio para escrever alguma mensagem que bem quiser. No caso da pessoa 1, esse espaço não foi preenchido com nada.

Os conteúdos que são publicados nos stories geralmente tem a mesma pegada do conteúdo que são publicados no perfil pessoal. Percebe-se que não é postado conteúdo todos os dias, porém, quando postado, são geralmente

atividades que o mesmo está fazendo, ou irá fazer, e imagens com frases motivacionais.

5.2 Análise do Usuário 2

Já o USUÁRIO 2, que também foi classificado, de acordo com o W2G Soluções, como perfil dominante, apresentou algumas características semelhantes, porém, foi notado alguns elementos que estão presentes nesse perfil, que no perfil do USUÁRIO 1 não estava presente.

Figura 8 – Teste realizado pela pessoa 2.



Fonte: Captura de tela enviada pelo USUÁRIO 2.

No perfil da rede social Instagram do USUÁRIO 2, foi notado que também não há uma frequência correta de postagem dos conteúdos, aparentemente o dono do perfil posta seus conteúdos simplesmente quando quer, e sem se preocupar em manter o Instagram sempre atualizado. Também não há uma organização nas publicações postadas, pois percebe-se que apenas é postado os conteúdos mais na hora, sem muito tratamento de imagem, ou edição.

O conteúdo publicado pelo USUÁRIO 2, tem muita semelhança com as publicações do USUÁRIO 1, já que as postagens geralmente são da própria pessoa, há também fotos dela mostrando alguma conquista que ela realizou durante um momento de sua vida, e também há fotos dela com alguns amigos e familiares presentes. Diferente do USUÁRIO 1, o USUÁRIO 2 não publicou em seu perfil, frases ou textos motivacionais, porém em seus stories, foi constatado publicações com frases motivacionais, feitas com uma frequência maior do que as publicações postadas em seu feed.

As legendas de suas publicações postadas em seu feed, geralmente são preenchidas com *emojis* que reforçam alguma característica presente na postagem. Por exemplo, uma foto dessa pessoa se formando, foi apresentado um *emoji* de um capelo.

Na descrição de seu perfil, o USUÁRIO 2 fez uma descrição apresentando uma referência de um artigo religioso, sendo mais preciso, o livro de “Romanos 8:38-39”. Ela também colocou algumas de suas formações acadêmicas presentes, como sua área de atuação no mercado de trabalho.

Suas fotografias não seguem uma regra de composição, são fotografias apenas registrando um momento vivenciado, sem se preocupar com composição fotográfica, ângulos da fotografia, ou edição e tratamento de imagem, e leva uma edição mais vintage, com as cores mais opacas e menos

contrastadas. Suas fotografias têm preocupação em mostrar apenas para um momento que foi vivenciado, sem se preocupar com os mínimos detalhes.

5.3 Análise do Usuário 3

O terceiro Usuário entrevistada para desenvolver esse trabalho, apresentou o perfil DISC predominante como Influência, como apresentado na Figura 9.

Figura 9 – Teste realizado pelo USUÁRIO 3.



Fonte: Captura de tela enviada pela Usuário 3.

No perfil da rede social presente no Instagram Do usuário 3, percebe-se que ela não liga muito para o conteúdo que é publicado. Seu perfil é carregado com fotos próprias, fazendo diversos tipos de poses, e curtindo coisas que está vivenciando em tal momento, como andando na areia da praia, sentado na piscina, curtindo festas, etc...

Suas publicações não são postadas de qualquer maneira, pois ela segue uma combinação de cores, para que seu perfil fique mais organizado, e mais agradável visualmente. Suas fotos são carregadas de poses, e com uma composição de imagem mais estudada, pois há fotos onde ela mostra mais o local onde está, e há fotos que está apenas ela como destaque principal em algum local fazendo uma pose. Seus stories geralmente são vídeos mostrando os lugares onde ela está, ou para onde ela está indo, preenchido com uma música ao fundo, representando como ela está se sentindo no momento em que foi publicado, ou mostrando como aquela música representa tal lugar. Por exemplo, músicas animadas em stories na praia.

Suas fotos são compostas com cores quentes, e bem saturadas, passando uma imagem de pessoa alegre, que gosta de calor, e de diversão. E a mesma posta muitas fotos alegre, sorridente e divertidas. A descrição de seu perfil é apenas uma frase escrita "O infinito é meu patamar", e não tem informações sobre formações acadêmicas, cidade onde mora, e qual profissão a mesma segue.

Algumas de suas publicações vem acompanhada de textos nas legendas, como textos auto descritivos, como exemplo, textos se auto parabenizando, contando alguma história, ou mensagem a respeito de si própria. Outras publicações vêm acompanhado de alguns *emojis*, do tipo, rostinho feliz, ou estrelas etc. são emojis apenas para complementar a foto, e a publicação não ficar sem descrição.

Em seu perfil, as publicações geralmente são postadas todas as semanas, não tem um dia ou uma ordem específica, porém, percebe-se que há uma frequência de postagem maior do que os perfis Dominante estudado nesse presente trabalho.

5.4 Análise do Usuário 4

No caso do quero usuário que fez o teste de perfil comportamental da W2G Soluções, como apresentado na figura 10, foi classificado com o perfil DISC predominando como Conformidade.

Figura 10 – Teste realizado pelo usuário 4.



Fonte: Captura de tela enviada pelo usuário 4.

Analisando o perfil na rede social Instagram, pode perceber-se que, em seu espaço destinado a descrição do perfil, contém informações do local onde o usuário vive, logo seguida da profissão que o mesmo exerce, e também contém informações de qual curso, ou área de estudo a usuário 4 atua.

Suas publicações são uma mescla de fotos do usuário, com fotos dos usuários com pessoas próximas ao seu círculo social, como amigos e famílias, e também há bastante fotos de locais onde o mesmo esteve, ou gosta de estar. Em seu perfil, existem dois tipos de fotos que diferenciam a forma com que ele aparece nas publicações: a primeira é apenas ele como objeto central, mostrando ele como o foco principal da fotografia; e a segunda é foto dele presente em algum local, ou ambiente, mostrando que ele realmente esteve em tal localização.

Percebe-se que há uma organização das suas publicações bem projetada em seu perfil; todas as fotos seguem uma linha única de edição de cores, criando uma identidade visual presente no seu estilo de edição. Assim, causa uma certa harmonia ao usuário que está visitando seu perfil, e apreciando suas publicações através da página principal do perfil da Pessoa 4. Sua *timeline*⁵ é em maior parte do tempo é composta por fotos dele, uma foto de algum local, e uma outra foto dele, fazendo assim, uma organização, e uma sequência de fotos que caracteriza seu perfil de forma única e criativa.

Suas fotografias são bem planejadas, pois há uma composição fotográfica mais trabalhada, como enquadramento correto para apresentar o objeto principal da imagem. Por exemplo, quando ele quer apresentar apenas ele, ele somente se enquadra como plano principal. Quando ele quer

⁵Timeline é uma palavra em inglês que significa "linha do tempo", na língua portuguesa. O termo timeline é bastante conhecido entre os usuários das redes sociais na internet, como o Facebook, Twitter e Instagram. ... A "linha do tempo" (timeline) aparece na página inicial na maioria dos sites e aplicativos de redes sociais. Disponível em <https://www.significados.com.br/timeline/> acessado 20 de novembro de 2020.

apresentar ele no ambiente, ele se enquadra na regra dos terços, ou em plano central, porém com destaque maior para o ambiente.

O tratamento de cor presente em suas fotografias é mais trabalhado, e é notável o gosto pelo estilo fotográfico, com forte presença do amarelo em suas fotos. O usuário edita suas imagens com um estilo mais vintage, porém com bastante saturação em suas fotografias, passando a imagem de um momento alegre, e feliz.

As legendas que vem presente em suas publicações, geralmente são uma ação que contextualiza a publicação. Por exemplo, uma foto em que ele postou com uns amigos, na descrição ele escreveu “amigos que a comunicação me deu”, fazendo assim, sentido pelo qual aquela foto está sendo publicada, e por qual motivo ele os considera amigos.

Não há uma frequência correta de postagem, ele geralmente publica conteúdos quando está com alguém, ou fazendo algo diferente. Uma coisa que foi bem perceptível, é que quando o usuário está realizando algo diferente, ele publica várias fotos durante a semana daquele mesmo dia.

Seus stories são os momentos registrados durante alguma ação em que o usuário 4 está fazendo, ou local no qual a pessoa está presente, reforçando o contexto de suas publicações, que geralmente são publicados durante o decorrer da semana.

6. CONCLUSÃO

Após o presente estudo, com a análise dos perfis estudados e avaliados, pode perceber-se que há presenças de alguns elementos sim, característicos de cada perfil comportamental predominante. As características presentes na qual foram descobertas nesse presente trabalho foram: Com base no estudo aplicado, percebe-se que, o usuário cujo tem o perfil DOMINANTE como característica predominante, são pessoas onde, geralmente não tem muita preocupação com a organização de seu perfil na rede social, porem eles postam conteúdos que apresentam suas batalhas no dia a dia, e também postam conteúdos mostrando suas conquistas, ou desafios que os mesmos estão enfrentando no dia a dia.

Já o perfil comportamental INFLUÊNCIA, apresenta como característica uma pessoa mais extrovertida, onde gosta de aproveitar mais o momento em que está vivenciando, passando uma imagem mais descontraída, alegre e divertida. Também sem se preocupar com a organização de seu perfil, ela tem uma preocupação em editar suas fotos, com cores mais vivas, e mais vibrantes.

O perfil comportamental Conformidade apresenta algumas características únicas também, como uma organização bem trabalhada em seu perfil, com um tratamento de cor mais personalizado, criando uma identidade visual única para seu perfil na rede social. Seus conteúdos também são bem mesclados, mostrando quais são suas conquistas, e onde esse usuário estava presentes nos últimos dias.

Percebe-se que através somente da fotografia expostas no Instagram, não é possível descobrir qual o perfil comportamental DISC através delas, porém, com o conjunto de elementos apresentados, e expostos em suas redes sociais, é bem provável que o usuário possa descobrir qual perfil predominante

a pessoa que está sendo observada possivelmente pode ter. Com base nessa pesquisa e nos resultados na qual ela forneceu, chegou-se à conclusão de que é possível sim descobrir qual o perfil comportamental predominante baseado na teoria DISC através da rede social Instagram, porém, é necessário a realização de uma pesquisa com maior quantidade de pessoas, para fazer necessário à validação dos testes, com base na porcentagem de pessoas entrevistadas e analisadas.

Contudo, a presente pesquisa não se encerra por aqui, e com base no que foi apresentado, abre novas possibilidades para auxiliar futuras pesquisas sobre o objeto DISC.

REFERÊNCIAS

ALVEZ, André L.; MOTA, Marlton F.; TAVARES, Thiago P. - **O INSTAGRAM NO PROCESSO DE ENGAJAMENTO DAS PRÁTICAS EDUCACIONAIS: A dinâmica para a socialização do ensino-aprendizagem.** FASETE. 2018.disponível em

https://www.unirios.edu.br/revistarios/media/revistas/2018/19/o_instagram_no_processo_de_engajamento_das_praticas_educacionais.pdf acessado 29 de novembro de 2020.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin L. – **ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING.** 14ª ed. São Paulo, Pearson Education do Brasil Ltda, 2012.

LÉVY, Pierre – **CIBERCULTURA.** 1ª ed. 1ª reimpressão. São Paulo: 34 Ltda, 1999.

LIMA, Juliana D. A.; FILHO, Ismar C. C. - **O Conceito de Aldeia Global de Mc Luhan Aplicado ao Webjornalismo.** Paraná. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2009.

LONGO, Walter - **O Fim da Idade Média e o Início da Idade Mídia.** 1ª ed. Rio de Janeiro: Alta Books: 2019.

MARSTON, William M.; Prefácio BONNSTETTER, Bill J. – **As Emoções das Pessoas Normais.** 1ª ed. 2ª reimpressão. São Paulo, Success For You Editora Ltda.. 2017.

PEREIRA, Vinicius A. - **A Teia Global: McLuhan e Hiper mídias.** COMPÓS, 2003 disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1053.PDF acesso 17 maio 2020.

PIZA, Mariana V. – **O fenômeno Instagram: considerações sob a perspectiva tecnológica.** Brasília. Universidade de Brasília. 2012. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/3243/1/2012_MarianaVassalloPiza.pdf acesso 27 de novembro de 2020.

RECUERO, Raquel - **A REDE É A MENSAGEM:** Efeitos da Difusão de Informações nos Sites de Rede Social. Disponível em:

<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/redemensagem.pdf> acesso 21 maio 2020.

RIBAS, Alexandre – **DISC TUDO O QUE VOCÊ PRECISA SABER, MESMO.** 1ª ed. São Paulo: Success For You Editora Ltda. 2018.

SCHWAB, Klausu - **A QUARTA REVOLUCAO INDUSTRIAL.** 1ªed. São Paulo: Edipro Edições Profissionais Ltda, 2016.

SILVA, Taziane M.; TEIXEIRA, Talita O.; FREITAS, Sylvia M. P. - **Ciberespaço:** uma nova configuração do ser no mundo. Psicologia em Revista, Belo Horizonte, v. 21, n. 1, p. 176-196 abr. 2015

SPADIN, Ana C. R.; QUINCOSES, Cândice. – **A CRIAÇÃO DE PERSONAS DA MARCA COMO ESTRATÉGIA DE RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES NAS REDES SOCIAIS DIGITAIS.** COMUNICON, 2015, disponível em http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT4/1_GT4-SPADIN_QUINCOSES.pdf acessado 28 de novembro de 2020.

VIEIRA, Paulo; SILVA, Deibson - **Decifre e Influencie pessoas de gente.** 4ª ed. São Paulo: Editora Gente, 2018

WEBIBLIOGRAFIA

CAMARGO, Gabriel - **Teste DISC: o que é e como trabalhar com o perfil dos seus colaboradores.** Rock Content. 2019. disponível em <https://rockcontent.com/br/blog/teste-disc/> acesso em 011 de novembro de 2020.

COMO COMPREENDER AS PESSOAS E CONSTRUIR COMUNICAÇÃO DE INFLUÊNCIA COM DISC? Site Mais Treinamentos. Disponível em <https://maistreinamento.com.br/blog/como-compreender-as-pessoas-e-construir-comunicacao-de-influencia-com-disc/> acessado em 24 de novembro de 2020.

DISC o que é, Quais os benefícios e como funciona o teste. Blog Scoaching. 2018. Disponível em <https://www.sbcoaching.com.br/blog/disc-teste/> acesso em 02 de novembro de 2020.

DISC: O que é e como analisar o perfil DISC corretamente. Site Sólides. 2020. Disponível em <https://blog.solides.com.br/analisar-perfil-disc/#:~:text=O%20DISC%20%C3%A9%20uma%20metodologia,%2C%20influ%C3%Aancia%2C%20estabilidade%20e%20conformidade.> Acesso em 05 de novembro de 2020.

ENTENDA O QUE É BIG DATA ANALYTICS E COMO ELE INTERAGE COM AS EMPRESAS. Blog Toccato Tecnologia. 2018. Disponível em <https://blog.toccato.com.br/entenda-o-que-e-big-data-analytics-e-como-ele-interage-com-as-empresas/> acesso em 06 de novembro de 2020.

Metodologia DISC: como aplicar e entender seu perfil comportamental? Blog Fundação Vanzolini. 2018, disponível em <https://vanzolini.org.br/weblog/2020/08/02/metodologia-disc-como-aplicar-e-entender-seu-perfil-comportamental/> acessado em 01 de novembro de 2020.

ALBRECHT, Fabrício. - **O perfil comportamental do cliente influenciando diretamente a venda.** CRMThink, 2018. Disponível em

<https://www.crmthink.com.br/perfilcomportamental-venda/> acessado em 16 de novembro de 2020.

PEPE, Marcelo - **O que é DISC e os perfis comportamentais? Como usar em sua comunicação e na oratória?** Youtube. 2019. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=NHvnkG1mDSE> acesso em 20 de outubro de 2020.