

## **GERANDO ENGAJAMENTO NA AMBIÊNCIA DIGITAL: INTEGRAÇÃO ENTRE SITE E FACEBOOK INSTITUCIONAL<sup>1</sup>**

### *CREATING ENGAGEMENT IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: INTEGRATION BETWEEN SITE AND INSTITUTIONAL FACEBOOK*

**Kelly Martini<sup>2</sup> e Taís Steffenello Ghisleni<sup>3</sup>**

#### **RESUMO**

Através das teorias investigadas a pesquisa busca compreender no ciberespaço como ocorre o engajamento, a visibilidade e a construção do capital social, com objetivo de descobrir a presença do internauta e leitores sobre as postagens realizadas no site da Fundação de Apoio à Tecnologia e Ciência (FATEC/UFSM) e no Facebook institucional. A investigação tem por objetivo observar e mapear de forma sistemática, o relacionamento dos internautas e leitores com as matérias postadas nas redes sociais da instituição e resultou na percepção de que forma os atores sociais se relacionam com as redes tanto no site quanto no Facebook e de que maneira suas ações podem influenciar na seleção de próximos temas. Percebemos que, mesmo em rede, os resultados da ambiência não são iguais, tão pouco parecidos, e isto se deve à independência e à diferença entre os atores sociais.

**Palavras-chave:** engajamento, mídias sociais, visibilidade.

#### **ABSTRACT**

*From the theories studied, the research seeks to understand in the cyberspace how engagement, visibility and the construction of social capital occur, with the aim of discovering the presence of Internet users and readers on the posts made at the website of the Foundation for Support to Technology and Science / FATEC / UFSM and at the institutional Facebook. The research aims to observe and map in a systematic way, the relationship of Internet users and readers with the materials posted on the institution's social networks. The research has resulted in the perception of how social actors relate themselves to the networks both on the site and on the Facebook and in what way their actions can influence the selection of future themes. We realize that, even in a network, the results of the environment are not equal, not even same, and this is due to the independence and the difference among social actors.*

**Keywords:** engagement, social media, visibility.

---

<sup>1</sup> Trabalho de Conclusão de Curso - TCC.

<sup>2</sup> Aluna do curso de Especialização em MBA em Mídias Sociais Digitais - Centro Universitário Franciscano. E-mail: martiniyllek@hotmail.com

<sup>3</sup> Orientadora. Docente do curso de Especialização em MBA em Mídias Sociais Digitais. E-mail: taisghisleni@yahoo.com.br

## INTRODUÇÃO

A presença na rede mundial de computadores é essencial para a vida de empresas e instituições. O consumidor cada vez mais utiliza as informações disponíveis nas redes sociais para realizar as atividades do cotidiano. As ofertas e serviços divulgados nas redes possibilitam ao consumidor a otimização de seu tempo, bem como, a realização das atividades no virtual como se fosse na vida real. A Fundação de Apoio à Tecnologia e Ciência (FATEC) da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), percebendo a presença desses atores sociais, tem interesse em saber sobre o engajamento desses na rede, e de que forma agem e lidam com os conteúdos postados no site e no Facebook. Buscou-se na pesquisa identificar as ações dos internautas sobre o que mais desperta o interesse, conhecendo sobre o que o cliente/internauta pensa a respeito da empresa/instituição, bem como, sobre o canal de relacionamento e solução de problemas. Para saber mais sobre a presença do internauta na rede é preciso analisar suas formas de agir na ambiência através da interação e a relação com o conteúdo postado no site institucional e no Facebook. A percepção vai desde a observação da interação, a coleta e seleção dos conteúdos e da interação que vão do curtir e compartilhar, são as duas formas de engajamento como conteúdo. Estar conectado e num relacionamento com o interlocutor e descobrir o que ele quer, o que consome, e na página da instituição e no Facebook da FATEC não é diferente, saber o que o leitor/internauta deseja ler, o que mais gosta e quais assuntos despertam o seu interesse, sabendo inclusive, lidar com as situações adversas que por ventura ocorram. É também, saber administrar a reação dos internautas, e saber lidar com a permanência destes e direcionar as ações do administrador, que se dá a partir da compreensão das ações dos internautas, e como ação imediata, levar mais conteúdo interessante, o que ao leitor/internauta desperta mais interesse.

As mídias sociais mudaram o modo como as pessoas se relacionam com o mundo, se pode observar a partir deste exemplo, de análise e investigação deste trabalho, como isso ocorre. Estas interações sociais, que já existiam desde a antiguidade, que colaboraram para a evolução dos modelos comunicativos que temos hoje, e que vão assumindo novas formas de agir e de se inteirar com o público, o que se redige num site, uma página pessoal reverbera, de forma positiva ou negativa atingindo milhares de pessoas, com posições diversas, com uma abrangência nunca antes imaginada e com rapidez nunca antes vista.

Os sites e mídias sociais das empresas e instituições funcionam como um canal que acaba com a separação entre emissor e receptor de informações, presente historicamente em modelos tradicionais de comunicação social. Esta mudança se deve ao fato de que a internet evoluiu e a relação entre veículos de comunicação, marcas e consumidor, proporcionando um contexto muito mais integrado.

Dentro desta ambiência, as pessoas que antes eram apenas meros receptores passivos de informação, se tornaram formadores de opinião, utilizando o ecossistema digital para expor suas ideias ou simplesmente interagir com as marcas, artistas e políticos por exemplo. Desta maneira imprimem sua marca como novos emissores de informação.

Com todas as mudanças expostas, é importante para as empresas, conhecer quais são os assuntos mais relevantes e que incitam o interesse para os leitores e internautas. A partir desta constatação, a presente pesquisa busca conhecer quais são as matérias postadas no site da Fundação de Apoio à Tecnologia e Ciência - FATEC, ligada à Universidade Federal do Santa Maria - UFSM, que geram maior interesse e angariam maior engajamento dos leitores do site.

Para tanto, será necessário descrever como se dá a relação entre as notícias postadas no site e a possibilidade de curtir e compartilhar essas matérias via mídias sociais; contabilizar as postagens e observar quais temas geram mais curtidas e compartilhamentos por parte dos leitores/internautas.

A motivação desta pesquisa está no fato de que a pesquisadora é jornalista - realizando a função de assessora de imprensa da instituição e possui o intuito de alcançar cada vez mais a empatia do leitor do site e como consequência, o Facebook. Esta pesquisa também servirá como reflexão sobre como um assessor de imprensa pode construir um texto atrativo que atenda às necessidades da instituição ou empresa e assim como captando a atenção e o mantendo conectado. Esta missão é bastante desafiadora, elaborar textos com a temática de cunho científico se mantendo apreciativo é eficaz às duas comunidades: internauta/leitor e a instituição/empresa Facebook, e ainda, para direcionar e priorizar matérias de interesse e que aos poucos ganhar a empatia do público, buscando com isso, conquistar o engajamento dos públicos.

As postagens feitas no objeto de pesquisa têm um público destinado em sua maioria pesquisadores, professores, alunos e funcionários da UFSM, mas há também, o público diverso que acessa, lê e realiza seus comentários contribuindo com a participação e o engajamento com a FATEC, mesmo que esta seja uma linha bem tênue, o que não garante de forma clara o engajamento, mas se percebe a presença do leitor/internauta, o que se tem como base para entender como interesse. Para uma melhor compreensão sobre as redes sociais é importante delimitar a diferença entre ambas e para tanto, Boyd e Ellison (2007) e Recuero (2010), descrevem a relação e o sistema que permite a construção de uma persona, ou seja, uma construção virtual, um avatar, um simulador, que o internauta utiliza para tramitar pelo ciberespaço e através dele, estabelecer sua ambiência, construindo uma relação virtual, de interação com os demais. A persona, através de um perfil ou página pessoal, facilita a interação através de comentários, a exposição pública da rede social de cada ator.

## **COMUNICAÇÃO NA AMBIÊNCIA DIGITAL**

Para Lévy (1999) o território do ciberespaço, é um lugar onde ocorre a comunicação virtual, um espaço bastante amplo que está em permanente expansão, pois as ferramentas da internet bem como seus aparatos e recursos, estão em pleno desenvolvimento e permanente reinvenção. É difícil e bastante precipitado traçar ou realizar limites ou fronteiras, ou ainda, dizer até onde poderá ir, se expandir ou chegar.

É fato que as pessoas, atualmente, têm contato com a internet ao longo de todo o dia. Isso é proporcionado tanto pelo barateamento dos dispositivos (computadores, notebooks, tablets e smartphones), quanto pela conveniência da banda larga e a evolução da tecnologia que proporcionou condições para que as pessoas pudessem ser incluídas digitalmente.

A partir deste contexto, os indivíduos podem se inserir nas plataformas de redes sociais e acessar facilmente quaisquer endereços, ou seja, lugares virtuais pré-definidos, onde se disponibilizam seções bastante específicas sobre o que se procura, seja sobre quaisquer assuntos ou temas. O internauta apenas digita a palavra ou endereço e será disponibilizada uma lista para acessar, sendo que essa informação possui um caráter eliminatório. Ao digitar o assunto ou tema, os itens vão sendo postos em ordem de maior grau de relevância para o buscador, configurando maior agilidade e rapidez para localizar o objeto da pesquisa, conforme os perfis estabelecidos pela inteligência virtual e através de uma linguagem própria e da configuração da internet.

A partir do momento que temos à disposição aparelhos que concentram várias funções em um único dispositivo, entrou em cena a convergência digital, que chegou para modificar mais ainda as relações e trazer novas e inovadoras formas de interação e entretenimento, mas também facilitando as buscas e ampliando a informação sobre qualquer assunto que se deseja investigar.

Os sites são lugares virtuais, identificados pela sigla WWW (World Wide Web), lugar ou endereço onde são realizadas as buscas pelas informações sobre os itens que estão disponíveis na internet. Geralmente são trazidas informações com texto, *hipertextos*, *links*, *hiperlinks*, fotos que passam informação sobre determinado assunto.

Outro tema que merece destaque nesta ambiência é o que Boyd e Ellison (2007) definem como apropriação, ou seja, um sistema utilizado para manter redes sociais e dar sentido e estrutura, que possui a principal característica de exposição pública da rede dos atores, o que permite com maior facilidade separar a diferença entre esse tipo de site e outras formas de comunicação mediado pelo computador.

Recuero (2010, p. 103) ressalta que a constituição das redes sociais é realizada pelos atores sociais. As apropriações dos sites de redes sociais constituem valores construídos nesses ambientes. Verificar o tipo de valor constituído, neste espaço é construir as impressões de popularidade que ultrapassem a fronteira do *off-line*.

Os sites de redes sociais possibilitam aos atores sociais estarem intimamente conectados, e estar imerso nesse meio, possibilita ao ator uma maior visibilidade. Ellison, Steinfield e Lampe (2007) citados por Recuero (2010) explicam que a visibilidade está relacionada à manutenção da rede social que acontece com as trocas entre rede e ator. Estas trocas, a presença, o engajamento e as relações que acontecem no site e no Facebook, acontecem nas postagens de matérias e nas curtidas e nas compartilhadas dos textos.

A visibilidade auxilia na manutenção dos laços sociais, algo como uma aproximação, mesmo *off-line* os espaços se diluem, as fronteiras deixam de existir, mas a simpatia dos atores se dá no gerenciamento bem fundado destes ambientes e em tudo que é feito para captar a atenção do internauta e do leitor.

O desejo do administrador de redes sociais é estar presente e bem posicionado na ambiência, é estar ciente da posição que ocupa, é saber administrar os vínculos gerados, é cuidar da reputação que possui, é despertar confiança entre os atores e a rede, e em momento algum permitir que estes elos se partam. O valor autoridade refere-se ao poder de influência de um nó na rede social (RECUERO, 2010, p. 113). Não é a simples posição de nó na rede, ou mesmo, a avaliação de sua centralidade ou visibilidade. É uma medida de efetiva influência de um ator com relação à sua rede, juntamente com a percepção dos demais atores da reputação dele. Essa relação mede todo o sistema de movimentação dentro das redes sociais, seus atores e ambiência, o fluxo e captação das informações e de que maneira o receptor a recebe.

## **MATERIAL E MÉTODOS**

A pesquisa realizada é de natureza qualitativa com alguns aspectos quantitativos. Isto se refere a leitura e tradução das informações obtidas com os números extraídos com a pesquisa do “curtir e compartilhar” e a partir daí, perceber a interação dos internautas com as redes sociais, aliando as teorias da comunicação. Os aspectos quantitativos são os números e indícios contábeis, selecionados e computados através das tabulações que ilustram e direcionam a pesquisa, sustentando como base a investigação das relações construídas nas redes sociais da instituição. A pesquisa qualitativa exploratória serve para auxiliar na definição dos objetivos e levantar informações sobre o objeto de estudo (MICHEL, 2009). As etapas são bem definidas: observação, análise, separação de dados, tabulações e interpretação de dados. Depois é realizada descrição das ações que vão da busca por “verificar e explicar problemas, fatos ou fenômenos da vida real, com a precisão possível, observando e fazendo relações, conexões, à luz da influência que o ambiente exerce sobre eles” (MICHEL, 2009, p. 44).

A coleta de dados foi realizada a partir das notícias publicadas no site da FATEC no período entre os dias 15 de outubro de 2014 a 29 de agosto de 2016, contando 22 meses, a partir dos dados: curtir e compartilhar da página da instituição e no Facebook. A primeira parte foi quantitativa e a sequência foi qualitativa.

A metodologia se baseia na observação dos quesitos “curtir e compartilhar” de cada postagem, assim como o número de curtidas e compartilhadas ao final de cada matéria, o que resulta na percepção de interação e de possível engajamento, como resultado se obter a empatia dos internautas pelo site. Segundo Bardin (1977), o que caracteriza a análise qualitativa é a indução da presença de números e não a aparição dos índices similar ao que se percebe nesta pesquisa. A forma de realizar a investigação torna mais rico o trabalho de investigação, a partir da sua abordagem, os dados comprobatórios proporcionam à pesquisa, idoneidade e seriedade, obtendo resultados conclusivos sobre o engajamento dos leitores das redes sociais. A forma como se faz a investigação, sua sistemática torna simples a maneira de catalogar e extrair resultados sobre a percepção do todo, tendo como principal característica a observação dos indicativos. Bardin (1977, p. 42) traduz e conceitua esse método como

um conjunto de técnicas de análise de comunicação visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens (BARDIN, 1977, p. 42).

As abordagens quantitativa e qualitativa não têm o mesmo campo de ação. Na primeira abordagem a descrição segue o método estatístico (o recorte que se estabeleceu entre os meses de 15 de outubro de 2014 a 29 de agosto de 2016 para que fosse feita uma delimitação acerca do objeto). Na segunda abordagem, o procedimento é mais intuitivo, ou seja, o pesquisador está completamente imerso, inserido, atuando e interpretando os dados, o que possibilita uma infinidade de hipóteses. Esta análise possui características bem próprias, principalmente porque permite a autonomia, liberdade de interpretação das informações encontradas, apesar de, como em toda pesquisa, existam possibilidades de incidência de erros, mas nada que torne obsoleto e ineficaz o intento, que confunda ou onere a pesquisa de alguma forma.

Os dados isolados e em menor frequência são pormenores decorrentes de toda e qualquer investigação, mas que não causam prejuízo à pesquisa. A qualidade fica na maneira de buscar indicativos que vão ao ponto exato de interpretar os dados, que embasados sejam substanciais e comprobatórios como se pode observar na pesquisa.

## O SITE DA FATEC

O site da FATEC <[www.fatecsm.org.br](http://www.fatecsm.org.br)> é um endereço independente, e que traz matérias de teor jornalístico científico, gerado, a partir de entrevistas realizadas com professores que realizam pesquisas na Universidade Federal de Santa Maria/UFSM. Tem por objetivo divulgar e tornar público os projetos e as ações voltadas à pesquisa, sendo estas iniciativas intermediadas pela FATEC/UFSM.

Para descrever as ações, e mostrar como é construída a matéria que é postada no site, primeiramente foi realizada uma entrevista com o professor coordenador do projeto. A partir deste ponto foram extraídos os objetivos científico, técnico e metodológico, sendo que na sequência a matéria é redigida e após a finalização é postada no site da instituição. É possível também visualizar os textos postados no Facebook onde se pode imediatamente perceber as curtidas e os compartilhamentos sobre a matéria, sendo estas as duas formas de analisar o conteúdo disposto.

O endereço eletrônico de uma empresa, associação ou instituição, tem como finalidade trazer ao público seu histórico, sua importância, a visibilidade da comunidade que representa, onde a mesma está inserida, bem como a forma como se relaciona com seu público e àqueles a quem ela se refere ou se destina. O site também apresenta a filosofia da empresa/instituição/associação, sua estrutura, quem são seus componentes, funcionários, dirigentes e colaboradores.

A página eletrônica da FATEC possui um menu superior esquerdo onde constam as seguintes informações: Início, estão as notícias sobre avisos importantes (internos e externos) e a última matéria postada com uma parte da penúltima matéria; A FATEC descreve informações sobre a Fundação; Documentos importantes são documentos que podem interessar alunos, professores da UFSM que possuem projetos junto à FATEC; Licitações são processos pelos quais são realizadas as tomadas de preços, valores e informações; Projetos conta cada projeto desenvolvido na Fundação com seu devido número de registro e descrição para ser mais facilmente encontrado; Legislação as leis que regem e norteiam o desenvolvimento dos projetos, de que forma é preciso proceder sem infringir as leis; Formulários são planilhas de auxílios a professores e alunos bolsistas; Links é onde constam os endereços de contato da UFSM; Contato há seções que podem interessar alunos e professores da UFSM e demais.

Logo abaixo existe do menu, há um espaço para avisos importantes e em seguida para as notícias. No lado esquerdo consta um menu que dá acesso aos Portais FATEC e aos Editais. No rodapé da página estão as palavras CURTIR - COMPARTILHAR com o respectivo número dos mesmos. Na sequência a assinatura encerra a página inicial.

Figura 1 - Site da FATEC.

**FATEC**  
Fundação de Apoio à Tecnologia e Ciência

Início A FATEC Documentos Licitações Projetos Legislação Formulários Links Contato

**Avisos Importantes**

- Luto na FATEC (04/08/2016)
- 2ª SIPAT (SEMANA INTERNA DE PREVENÇÃO DE ACIDENTES DO TRABALHO) (28/08/2016)
- RESULTADO DA ELEIÇÃO PARA A CIPA - FATEC (08/01/2016)
- COMUNICADO - Gráfica da FATEC (08/01/2016)
- Declaração de Competência Funcional e Reservas (27/07/2015)

**Notícias**

**Centro de Atendimento à Criança e Adolescente com Câncer – CTCriaC - Turma do IQUE**

Postado em 29/08/2016.

Mais um projeto com o qual contamos e realizamos na FATEC

A primeira impressão que se tem é que na Turma do IQUE - CTCriaC (Centro de Atendimento à Criança e Adolescente com Câncer) são atendidas somente crianças e adolescentes que recebem o diagnóstico do Câncer, mas não é só isso, o atendimento se estende à outras doenças benignas (que não causam morte) inclusive, e principalmente, na área hematológica e em tratamentos complexos. Na coordenação deste projeto está a Drª Virginia Coser que explica que o tratamento se dá em crianças e adolescentes de zero a 21 anos e, em alguns casos até um pouco mais.

O Projeto "Programa Turma do IQUE – CTCriaC: Cura e Cidadania para a Criança e Adolescente com Câncer" este ano, completa 30 anos e tem um significado muito grande para todas as pessoas que buscam não só o ...

[Ler a Notícia Completa](#)

[f Curtir](#) [Compartilhar](#) 5

Fundação de Apoio à Tecnologia e Ciência - FATEC  
Rua Q, Prédio 66 - Campus da UFSM - Camobi - CEP 97105-900 - Santa Maria - Rio Grande do Sul.  
Telefone: (55) 3226-6900 E-mail: fatec@fatecsm.org.br

Fonte: <<http://www.fatecsm.org.br/>>. Acesso em: 29 ago. 2016.

Ao final do site da FATEC, as palavras curtir e compartilhar surge para possibilitar a ação do internauta, para que realize o seu engajamento quanto ao conteúdo que leu, e assim, corroborar estas ações, para que desta forma fiquem registrados os números tanto no site inicialmente, quanto na rede social do Facebook. Ambas as opções dão conta de oportunizar a chamada Cultura da Participação. Manuel Castells comenta sobre a sociedade em rede, uma nova estrutura social. “A internet é uma tecnologia maleável, suscetível de ser modificada profundamente pela prática social e de nutrir uma vasta gama de efeitos sociais” (CASTELLS, 2002, p. 13).

A Cultura da Participação promove aos atores sociais a possibilidade de realizar os meios, de opinar e realizar uma construção coletiva, permitindo autonomia e impingindo autoridade ao usuário que conhece a fundo a rede social. Deste modo, a forma de comunicação evolui de unilateral para algo feito e pensado de maneira universal, contemplando quem faz a notícia e o interessado em sua leitura. Torna-se um modelo mais eficaz, com menor gasto de tentativas e maiores possibilidades de acertos. Essa autoria gera um sentimento de reconhecimento de identidade, de pertencimento, de fazer junto e auxiliar na construção de uma sociedade em rede.

Para Shirky (2011) a combinação de meios, a página da FATEC e o Facebook, é uma combinação interativa e conjunta, primeiro uma e depois o outra consecutivamente contribuindo não apenas com o trabalho, mas com a assinatura que identifica e certifica o engajamento com índices numéricos, qualitativos e quantitativos, passivos de percepção durante a leitura dos dados.

O quesito curtir gera a percepção de que o internauta toma parte da conversa, que se apropria e tem interesse e simpatia no assunto postado; já o quesito compartilhar gera visibilidade porque eleva o post ao patamar de redistribuição da mensagem. Ela é lançada a outros olhares, atingindo outros contatos e dá um novo alcance ao post que é diretamente replicado ao ser direcionado do site para o Facebook.

Spyer (2007) comenta que o trabalho do administrador de rede é semelhante ao do jornalista, pois ele identifica e destaca o conteúdo que gera maior interesse ao público. Há nesta ação a necessidade de filtragem dos posts, o que pode gerar conflitos disputas pelo poder entre grupos internos.

Após as postagens do “curtir e compartilhar” no site, constata-se que, quanto maior o índice de empatia, transparece um maior grau de engajamento ou permanência on-line. Desta forma, entende-se que o próprio leitor, que curte e compartilha o conteúdo, é também editor, pois seleciona o que entra e depois tece seus comentários a partir de suas constatações. Observada essas ações, são as formas de medir a “audiência” de um site, dentro destas percepções estão: o tempo permanecido na página, a participação dos internautas e a sua presença, a sua assiduidade, e a resposta de todos estes itens elencados acima, podem ser as duas condições: “curtir” e o “compartilhar”, maneiras de qualificar a simpatia, o engajamento e a permanência junto ao site e posteriormente ao Facebook (SPYER, 2007).

Com base na análise desenvolvida, podemos afirmar que no site da FATEC as postagens são realizadas em média uma vez por semana e de uma forma geral, percebemos que há visualizações mais frequentes em alguns temas e assuntos em detrimento de outros. São relacionados os *posts* do

site com as ações de curtir e compartilhar do Facebook, e o que se deseja é descobrir quais são as matérias e ou temas que mais despertam o interesse dos internautas, o que gera empatia e engajamento dos leitores e internautas. A pesquisa busca descobrir o que o assessor/administrador de rede/selecionador de matérias, as tendências para a veiculação das novas matérias, com base nos assuntos mais relevantes segundo o interesse do público.

## O FACEBOOK DA FATEC

O Facebook da FATEC possui o endereço físico, endereço eletrônico e contatos telefônicos, bem como a possibilidade de verificar informações pertinentes à Fundação e suas matérias postadas primeiramente no site e depois veiculadas no Facebook. A jornalista recebe a pauta e redige as reportagens, mas não os administra. Ela realiza as entrevistas, redige, as matérias são postando no site da instituição, com a atuação de um editor que decide o momento da postagem. A jornalista tem interesse em descobrir o engajamento dos internautas nas duas ambiências, tanto no site quanto no Facebook. Observando a página da FATEC e o Facebook percebe-se que existe presença em uma que nem sempre ocorre em outra, a partir das ações de curtir e compartilhar, que é constatável quando se observa ambos, se verifica no final das postagens, contabilizando e comparando os indicativos de ambas. Ao final do curtir e compartilhar na página do Facebook se constata os dois quesitos e mais o comentar, que não está sendo analisado no momento, mas observado o site nem sempre as audiências são as mesmas, o que deixa uma interrogação, onde o administrador terá que ser audacioso em responder - De que forma ele poderá alcançar a simpatia e o engajamento do leitor/internauta, nas duas redes de forma homogênea?

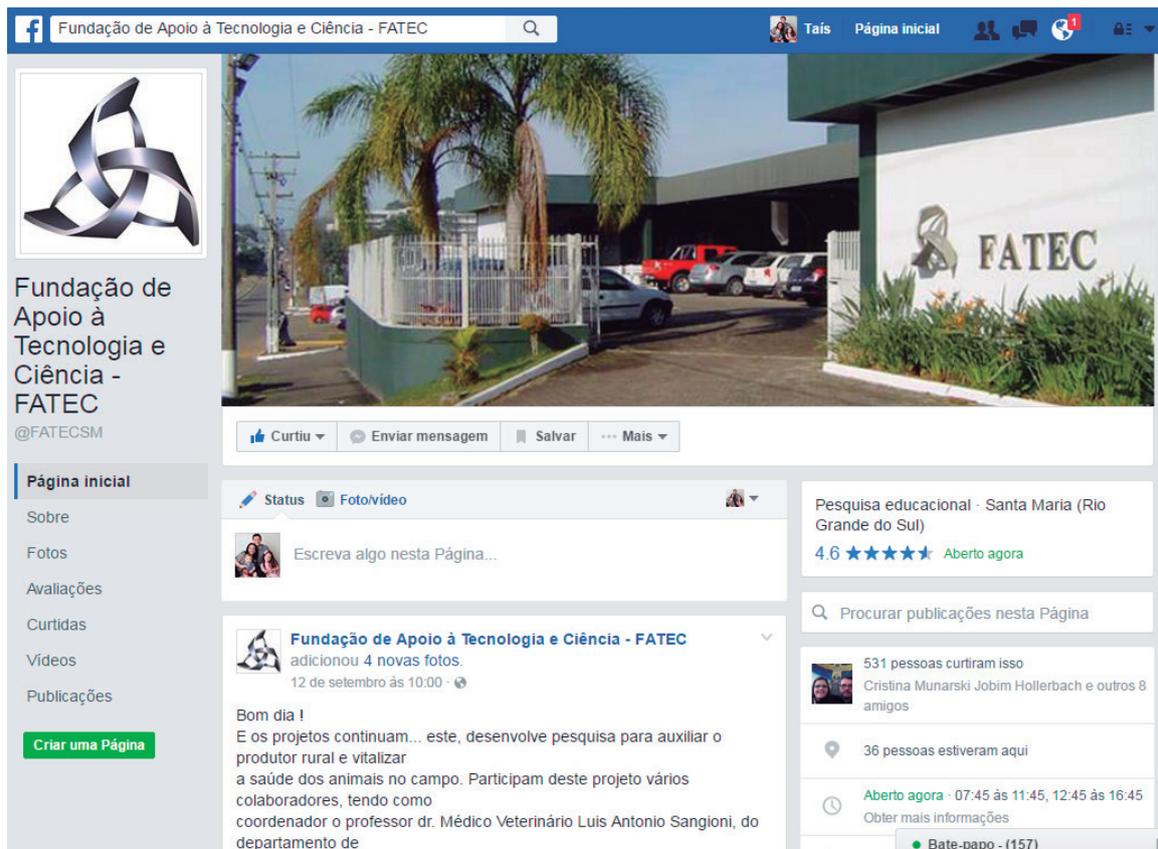
A explicação mais interessante que se percebe acerca dessas diferenças está na audiência, que é a conversação em rede construída por elementos de negociação entre esses atores, o que gera visibilidade, participação, trocas, que caracterizam a construção de uma reputação, o capital social da instituição, o que traz novos valores aos atores sociais. As redes heterófilas são constituídas de indivíduos que possuem os mesmos backgrounds culturais e sociais, mesmo que suas ideias, opiniões e vivências sejam divergentes (RECUERO, 2012, p. 137).

Recuero (2010) usa Granovetter (1973) para afirmar que são as trocas que constroem valores como intimidade, confiança e proximidade entre os atores, o que caracteriza a presença de laços sociais mais fortes ou mais fracos. A explicação dá conta de que os laços são caracterizados de acordo com os valores de cada um. E o valor social é denominado capital social (WELLMAN, 2001 apud RECUERO, 2010).

Bordieu (1983) define capital social como recursos que estão “conectados à posse de uma rede mais ou menos institucionalizada de relações de conhecimento e reconhecimento mútuo” (p. 248-249), ele é apenas um, entre tantos. Podemos inferir que o capital social, é um valor deriva-

do do pertencimento às redes sociais. Isso significa que os sites de rede social representam o grande diferencial na comunicação mediada pelo computador. Esta pesquisa lê a audiência das redes sociais em análise dessa forma através da publicização das redes sociais. Há dois elementos que definem esta construção: - apropriação que é um sistema utilizado para manter redes sociais e dar sentido e - estrutura que é a exposição pública da rede dos atores o que possibilita perceber a diferença entre o tipo de site e outras formas de comunicação mediada pelo computador.

**Figura 2** - Facebook da FATEC.



Fonte: <<https://www.facebook.com/FATECSM/>>. Acesso em: 29 ago. 2016.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

O site da FATEC apresenta as matérias divididas em editoriais, sendo este um formato de categorizar os diferentes temas, com o objetivo de facilitar a compreensão, sistematização e organização das mesmas. As matérias estão disponíveis ao pé da página da FATEC; ali é possível encontrar as matérias em ordem, da mais recente a menos recente, como se pode visualizar no print do Facebook.

**Quadro 1** - Matérias publicadas entre 15 de outubro de 2014 a 29 de agosto de 2016.

<b>Editorial</b>	<b>Matéria/ Data da postagem</b>	<b>Site</b>	<b>Facebook Curtidas</b>	<b>Facebook Compartilhar</b>	<b>Engajamento</b>
Agittec	Encontro sobre transferência de tecnologia na UFSM e com apoio da FATEC discute ações de melhoria e expansão de futuros projetos - 17.08.2015	06	07	01	08+06= 14
Agittec	AGITTEC - Incubadora Tecnológica Pulsar - impulsionando ações empreendedoras - 12.07.2016	08	05	05	10+08= 18
Agronomia	A FATEC - UFSM com o Grupo de Pesquisa em Arroz Irrigado e Uso Alternativo de Várzea inspiram técnicas sustentáveis no processo produtivo de culturas - 22.10.2014	0	12	03	15+0= 15
Agronomia	FATEC - UFSM e a Sociedade Extrativista de Tanino de Acácia - SETA, estão imbuídas de propiciar a expansão no reflorestamento - 19.10.2015	04	11	02	13+04= 17
Agronomia	X Dia de Campo - Utilização intensiva e sustentável de área de várzea na UFSM - 29.02.2016	98	10	02	12+98= 110
Agronomia	Laboratório de Análise de Solos - LAS do Departamento de Solos da UFSM presta serviços à comunidade - 31.03.2016	01	06	01	07+01= 08
Agronomia	Projeto do Departamento de Fitotecnia do CCR - UFSM, promove ensino, pesquisa e extensão com foco na sustentabilidade com sistema de produção de grãos em área de coxilha - 04.05.2016	01	06	0	06+01= 07
Agronomia	Centro de Ciências Rurais é líder em inovação tecnológica na área de agricultura de precisão - 13.06.2016	05	07	0	07+05= 12
Agronomia	CCR - VI Simpósio de Atualização em Grandes Culturas: Milho - 22.08.2016	05	05	0	05+05=10
Colégio Politécnico	Colégio Politécnico da UFSM tem projeto EAD executado pela FATEC - 01.04.2015	0	09	02	11+0= 11
Colégio Politécnico	O Núcleo de Educação a Distância - NeAD do Colégio Agrícola de Frederico Westphalen - CAFW, juntamente com o Colégio Técnico Industrial - CTISM, vinculados a UFSM e FATEC, desenvolvem parceria para expansão da educação técnica na região - 17.06.2015	0	08	0	08+0= 08
Colégio Politécnico	Curso de Fruticultura EAD do Colégio Politécnico da UFSM é referência no atendimento a comunidade - 08.08.2016	05	06	0	06+05= 11
Colégio Téc. Industrial	CTISM - Colégio Técnico Industrial da UFSM é pioneiro na implantação de cursos profissionalizantes com reconhecimento nacional - 18.02.2015	151	05	01	06+151=157

Ciências da Computação	Diagnóstico por imagem no HUSM tem melhor qualidade devido a tecnologias desenvolvidas no CT em parceria com a FATEC-Universidade/Empresa - 10.12.2015	0	4	0	04+0= 04
Editora, Gráfica e Livraria	Editora da UFSM faz 35 anos e desenvolve novas ações para promover a Grife e Livraria - 15.08.2016	19	9	3	12+19= 31
Educação	Atendimento Educacional Especializado vai além de terras brasileiras parceria entre Brasil e Cabo Verde são fomentadas em projeto da UFSM/FATEC - 01.07.2015	05	06	0	06+05= 11
Educação	Centro de Educação e Unidade de Educação Infantil Ipê Amarelo - UFSM - FATEC - Ministério de Educação - MEC juntos vislumbram novas perspectivas para o futuro das diretrizes da Educação Infantil - 11.08.2015	12	05	0	05+12= 17
Educação	V SENAFE discute o reconhecimento do outro em situações de tragédia e catástrofes - 21.09.2015	02	02	0	02+02= 04
Educação Física	FATEC privilegia alta performance em atletas que irão às Olimpíadas de 2016 e desenvolve alternativas nos casos de doenças crônicas - 06.11.2014	04	19	04	23+04= 27
Enfermagem	Projeto do CCS - UFSM busca preparar a sociedade para lidar com a problematização das drogas - 18.02.2016	01	05	01	06+01= 07
Eng. Ambiental e Sanitária	Projeto Recursos Hídricos e Saneamento Ambiental do CT/UFSM possui práticas com olhar na sustentabilidade - 27.06.2016	07	05	0	05+07= 12
Eng. Elétrica	FATEC impulsiona a corrida espacial brasileira com o primeiro nanossatéliteNanosatC-BR1 lançado de solo russo - 15.10.2014	01	16	04	20+01= 21
Eng. Elétrica	Convênio firmado entre a UFSM, a FATEC e a Companhia Russa elevam Santa Maria entre as três cidades na América do Sul que fornecerão dados para melhorar sinais do sistema Russo de posicionamento por satélites - 04.05.2015	29	09	01	10+29= 39
Eng. Elétrica	Encontro sobre transferência de tecnologia na UFSM e com apoio da FATEC discute ações de melhoria e expansão de futuros projetos - 17.08.2016	01	09	01	10+01= 11
Eng. Elétrica	Projeto desenvolvido no Programa de Pós-Graduação em Engenharia Elétrica/PPGEE da UFSM, com a colaboração da FATEC e a concessionária Eletrocar prometem inovações na distribuição de energia elétrica - 06.09.2015	23	06	0	06+23=29
Eng. Elétrica	A FATEC em parceria com o Departamento de Tecnologia e Ciência dos Alimentos, viabilizam a prestação de serviço à indústria e o reconhecimento da UFSM no Brasil diante das necessidades do setor - 28.09.2015	05	-	-	05
Eng. Elétrica	Primeiro Microcontrolador com Design 100% brasileiro desenvolvido na SM Design House - SMDH e Departamento de Eletrônica e Computação do Centro de Tecnologia - CT da UFSM - FATEC recebe reconhecimento do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação - 13.10.2015	38	39	27	66+38= 104

Eng. Elétrica	Projeto de Tecnologia Inovadora PSM para Sistemas Rurais considerando a realidade de Redes Inteligentes e Geração Distribuída é a promessa para um planejamento mais assertivo das redes de distribuição considerando as tecnologias futuras - 26.11.2015	0	06	01	07+0= 07
Eng. Elétrica	Projeto de P&D desenvolvido na UFSM em parceria com a UFSC contribui para alterações na Resolução 482/2012 que trata da micro e mini-geração de energia a partir de biogás - 15.12.2015	19	08	02	10+19= 29
Eng. Elétrica	Centro de Tecnologia - UFSM tem mais um projeto que trará benefícios a sociedade - 30.12.2015	02	29	05	34+02= 36
Eng. Elétrica	Nova estratégia para priorizar a substituição de transformadores em subestações de energia elétrica no Brasil é desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Eng. Elétrica da UFSM - 13.01.2016	10	21	01	22+10= 32
Eng. Elétrica	Projeto do PPGEE desenvolve regulador de tensão e transfere tecnologia e reconhecimento a UFSM - 16.03.2016	23	06	0	06+23= 29
Eng. Florestal	A FATEC - UFSM e o Laboratório de Ecologia Florestal desenvolvem pesquisa que poderá mudar a realidade da arenização na região do Pampa Gaúcho - 02.12.2014	0	16	01	17+0= 17
Eng. Florestal	FATEC - UFSM e a Sociedade Extrativista de Tanino de Acácia - SETA, estão imbuídas de propiciar a expansão no reflorestamento - 19.10.2015	04	11	02	13+04= 17
Eng. Florestal	Projeto de Tecnologia Inovadora PSM para Sistemas Rurais considerando a realidade de Redes Inteligentes e Geração Distribuída é a promessa para um planejamento mais assertivo das redes de distribuição considerando as tecnologias futuras - 26.11.2015	0	06	0	06+0= 06
Eng. Florestal	Projeto de Monitoramento de fragmentos florestais - 01.06.2016	10	05	01	06+10= 16
Eng. Florestal	Projeto de conservação e conscientização sobre o ecossistema de floresta nativa traz novas possibilidades aos moradores e produtores da cidade de Segredo - RS e região - 04.07.2016	03	06	01	07+03= 10
Eng. Química	FATEC, UFSM e PETROBRAS assinarão Termo de Cooperação para pesquisar o petróleo da camada do pré-sal - 24.10.2014	09	11	04	15+09= 24
Eng. Química	Projeto desenvolvido no Laboratório de Processos Ambientais - LAPAM busca alternativas para eliminar dejetos através da reciclagem de resíduos poliméricos - 18.07.2016	0	08	0	08+0= 08
Eng. Química	XXIII Encontro de Química da Região Sul na UFSM em outubro de 2016 - 25.07.2016	02	06	0	06+08= 14
Eng. e Tecnologia de Alimentos	A FATEC em parceria com o Departamento de Tecnologia e Ciência dos Alimentos, viabilizam a prestação de serviço à indústria e o reconhecimento da UFSM no Brasil diante das necessidades do setor - 28.09.2015	05	-	-	05

Medicina	Centro de Atendimento à Criança e Adolescente com Câncer CTCriaC - Turma do IQUE - 29.08.2016	06	12	01	13+06= 19
Medicina	Curso de Medicina da UFSM recebe incentivo da FATEC na manutenção de projeto de vivência em saúde - 22.04.2015	02	01	0	01+02= 03
Medicina Veterinária	O Laboratório de Microbiologia da UFSM/FATEC presta serviço com controle de qualidade-05.11.2014	01	10	0	10+01= 11
Medicina Veterinária	FATEC e LAPEMI-UFSM fabricam vacina terapêutica que combate a Pitiose em equinos-18.11.2014	01	-	-	01
Medicina Veterinária	A FATEC em apoio ao Curso de Medicina Veterinária da UFSM é reconhecida mundialmente pela pesquisa na área de Clínica de Grandes Animais - 27.01.2015	03	10	0	10+03= 13
Medicina Veterinária	Projetos do curso de Pós-Graduação em Medicina Veterinária - 13.07.2015	88	06	03	09+88= 97
Medicina Veterinária	O MICROVET do Departamento de Microbiologia e Parasitologia da UFSM - FATEC realiza ações de sanidade do rebanho bovino do RS garantindo qualidade e visibilidade através de resultados - 31.08.2015	06	06	0	06+06= 12
Medicina Veterinária	Projeto do CCR - UFSM desenvolve vacina diferencial para bovinos - 23.02.2016	09	05	0	05+09= 14
Medicina Veterinária	HVU-UFSM - uma parceria com a FATEC - 09.05.2016	01	10	01	10+01= 11
Medicina Veterinária	Laboratório Embryolab do CCR/UFSM prepara profissionais reconhecidos internacionalmente - 16.06.2016	12	06	01	07+12=19
Meteorologia	Grupo de Pesquisa em Meteorologia do Departamento de Física - UFSM contribui para a Previsão do Tempo / Clima e Monitoramento Ambiental - 19.05.2016	02	03	0	03+02=05
Música	Projetos de extensão do Departamento de Música, com a colaboração da FATEC, promovem a inserção da música clássica no cotidiano das pessoas - 26.05.2015	01	08	0	08+01= 09
Música	UFSM e FATEC juntas na XXXI Edição do Festival Internacional de Inverno da UFSM em Vale Vêneto - 01.08.2016	08	07	01	08+08= 16
Odontologia	Departamento de Estomatologia/UFSM/FATEC oportuniza a comunidade mais motivos para sorrir - 10.03.2015	01	12	02	14+01= 15
Zootecnia	A FATEC - UFSM em parceria com o Departamento de Zootecnia da UFSM projeta a carne bovina gaúcha com vistas à uma melhor produção e qualidade no Brasil-11.10.2015	85	08	03	11+85=96

Fonte: elaborado pela autora.

As decisões do internauta ao acessar o site ficam entre as ações de curtir e compartilhar a informação que é independente, do Facebook, isto é, o internauta poderá estar no site e não estar presente no Facebook. No site existe a possibilidade de o internauta optar por sair de um e ir para o outro, mas a possibilidade não é garantia de direcionamento, é apenas uma oferta. O registro fica marcado e sinalizado no seu perfil, na sua página do Facebook e se compartilhar o registro ficará marcado na sua linha de tempo do Facebook. No site há somente duas opções, curtir e compartilhar, diferente do Facebook, que ainda possui a opção comentar, quesito este que não está sendo explorado nesta pesquisa, justamente para promover um direcionamento mais restrito e de igualdade de exploração à investigação, não analisando o comentar, já que não está disponível no site.

No transcorrer da investigação, ao catalogar os dados e na percepção ao elencar as possibilidades com dados nas informações obtidas, percebemos as audiências nas duas ambiências site e Facebook. Os internautas que marcam presença no site, nem sempre estão presentes no Facebook e vice-versa. Como primeira observação se tem o site, local onde são postadas as matérias. Esta é a fonte original e primeira, sendo que ao final da página está a oferta de navegação na rede do Facebook - curtir e compartilhar. Durante a pesquisa observamos uma discrepância bastante significativa entre os números de curtir e compartilhar de algumas matérias. As matérias que possuem mais curtidas e compartilhamentos são de temática da editoria dos cursos de Medicina Veterinária, Agronomia, Engenharia Elétrica e Engenharia Florestal. Os números são bem distantes, os internautas que marcam presença no site não têm representatividade no Facebook. Estes dados são comprovados na leitura das duas redes, na observação dos números, e ainda, na junção das duas redes é que podemos presumir o grau de engajamento, de simpatia e de presença em rede.

Como citado ao que se refere ao Facebook, mesmo que em rede, estar na ambiência do ciberespaço, ter a conectividade, despertar nas pessoas o interesse e ter em comum o interesse por conteúdo de jornalismo científico, o consumo pela informação, não é igual, não é heterotrófico, pois existem entre si, estas redes (o site e o Facebook) tem em sua essência uma distinção na forma de organização e estruturação de cada uma.

Outro dado que surgiu com a análise foi que ao longo do período de coleta dos dados, houve 20 fontes de editoriais diferentes publicados, (Figura 1). Dentre as fontes de editorias, as que mais obtiveram presença, curtidas e compartilhamentos foram os cursos de Engenharia Elétrica, com (20%), seguido pelo curso de Medicina Veterinária (14%) e Agronomia (13%).



essa relação se estabelece na boa ação entre o curtir e o compartilhar o que reverte na fidelização do internauta. Com base nos índices da pesquisa, observamos que se obteve um mapa da presença, do grau de engajamento, da visibilidade percebida pelo internauta, da simpatia tanto com o site como com o Facebook da FATEC. Desta forma, partindo dessa percepção é realizada a leitura do quadro de matérias dispostas, a medição dos dados, dos resultados, sendo que os números da pesquisa estão grifados em negrito e a soma da presença no site e do Facebook resulta no percentual de engajamento. As diferenças ficam entre os índices de preferências que são bem marcadas, assim que percebemos a simpatia e tendência de cada editoria, e como consequência as matérias que têm o maior grau de busca e aceitação.

O intento da jornalista que era decifrar as matérias com mais engajamento foi de fácil percepção a partir dos dados da pesquisa. Os resultados foram bem satisfatórios, porque se percebe o grau de engajamento e a tendência de satisfação das matérias, bem como, a presença e a simpatia com os textos, sendo capaz de fazer com o que os atores sociais estejam presentes nas duas ambiências, simultaneamente, com resultados interessantes e significativos.

Como se observou, não há homogeneidade na frequência de um ator ou de outro nas redes, percebemos discrepância na presença e assiduidade às redes, existe presença, ora numa ora em outra, com as ações do curtir e compartilhar com números bem diversos e com preferências distintas e bem marcadas que se observa em relação às editorias de Agronomia, Medicina Veterinária, Engenharia Elétrica e Engenharia Florestal. Contudo, é prematuro e receoso afirmar quais os motivos dessa preferência, talvez, seja o número de matérias mais igual em todas as editorias, para que os editoriais tenham uma oferta mais democrática e a partir daí pode-se obter outras conclusões, associado a um maior número de dados coletados.

Pesquisas como esta são fundamentais para se ter sucesso na ambiência digital e, o mais importante: gerar interesse do público-alvo. O consumidor digital não utiliza as mídias sociais apenas para se comunicar, para se distrair, se divertir e jogar; ele também consome informação, produtos e serviços e principalmente, é um novo potencial editor. A informação nos tempos atuais assume uma importância sem precedentes, ela é um instrumento de consumo, por ser utilizada cada vez mais em grande quantidade, bombardeando o leitor/internauta com informações muitas vezes sem consistência, incompletas e sem fonte. Cada vez mais as informações surgem em maior fluxo, que impossibilita os leitores/internautas, de filtrar e dar conta de assimilar o que é notícia de interesse público com qualidade. É muito importante quando se encontra uma fonte segura de informações, que trazem a voz e o registro da fonte, na mais recente notícia sobre pesquisa científica, a pesquisa que privilegia o bem-estar da coletividade.

E para que a pesquisa não seja algo obsoleto e vazio, sem finalidade, ela é divulgada com o objetivo de promover a visibilidade sobre o que está sendo realizado para melhorar a vida das pessoas e da sociedade. Fazer o papel de mediador e administrador do fluxo destas informações que são

redigidas por um profissional é bastante complexo, porque ao mesmo tempo que se sabe e se tem o que escrever, este administrador deseja também conquistar o engajamento dos leitores e, desta forma, fidelizar a presença do internauta/leitor na sua rede, é algo muito precioso no âmbito da cibercultura, e é ao mesmo tempo desafiador e gratificante.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: Definition, history, and scholarship. **Journal of computermediated communication**, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/LkzJ9Y>>. Acesso em: jul. 2016.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 1999.

MICHEL, M. H. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 2009.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2010.

RECUERO, R. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

SHIRKY, C. **A Cultura da Participação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SPYER, Juliano. **Conectado: O que a Internet fez com você e o que você pode fazer com ela**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.