

# AS FORMAS DE INTERAÇÃO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS POR MEIO DE SUA FAN PAGE

Prof<sup>a</sup> Dra. Daiana Stasiak

**Abstract:** This work specifically refers to forms of interaction present in Fan Page of the Federal University of Goiás (UFG), educational institution located in the Central-west region of Brazil. The methodology is based on the content analysis adapted to the context of the internet and works with the categories of reactive interaction and mutual cross-established by means of theoretical deduction. The study analyzes 149 posts from Fan Page, the month of April 2013, of these 81 were made by UFG while 68 performed by users. The results show that the posture of communicational University denotes its concern with the transformations of society mediated communication in which the institutions fall into new vehicles to meet the demands that arise with the technological development and aggregate new practice their routines of informational production

**Key words:** Internet, Interaction, Facebook, Communication, University;

**Resumo:** Este trabalho refere-se especificamente às formas de interação presentes na Fan Page da Universidade Federal de Goiás (UFG), instituição de ensino localizada na região Centro- Oeste do Brasil. A metodologia é baseada na análise de conteúdo adaptada ao contexto da internet e trabalha com as categorias de interação reativa, mútua e cruzada, estabelecidas por meio da dedução teórica. O trabalho analisa 149 postagens da Fan Page, do mês de abril de 2013, dessas 81 foram feitas pela UFG enquanto 68 realizadas por usuários. Os resultados demonstram que a postura comunicacional da Universidade denota sua preocupação com as transformações da sociedade midiaticizada em que as instituições inserem-se em novos veículos para suprir as demandas que surgem com o desenvolvimento tecnológico e agregam novas práticas às suas rotinas de produção informacional e diálogo com os públicos.

**Palavras-chave:** Internet, interação, Facebook, Comunicação, Universidade;



O desenvolvimento tecnológico traz o advento da internet, um meio que vai além da instrumentalidade e interfere no âmago da formação de novas condutas. Neste sentido, tanto as instituições quanto os sujeitos passam a ter mais autonomia para publicar informações e obter a visibilidade de suas ações, assim como para interagir entre eles.

Considerando essas transformações, o artigo traz um recorte de pesquisa realizada em tese de doutorado defendida pela autora. A investigação original foi realizada por meio da metodologia da triangulação, sendo composta por três estudos: Análise de conteúdo do Portal e da *Fan Page*<sup>1</sup> da UFG; Entrevista semi-estruturada com jornalistas da Assessoria de Comunicação da Universidade que atualizam os veículos digitais; Pesquisa de opinião com os públicos da UFG a respeito do reconhecimento do portal e da *Fan Page*.

Neste trabalho, especificamente, apresentamos uma parte do primeiro estudo em que realizamos a análise de conteúdo da *Fan Page* da UFG. O objetivo foi analisar os processos de interação da instituição com seus públicos por meio dessa rede social.

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/pages/Universidade-Federal-de-Goi%C3%A1s/309079942482780?fref=ts>  
Acesso em 10 set. 2013.

## A INTERAÇÃO NA INTERNET

As reflexões de Alex Primo (2007) embasam o conceito de interação mediada por computador, o autor propõe que o estudo da interação deve privilegiar o processo da interação em si, e não enfatizar apenas a máquina ou somente os seres humanos. Dessa forma considera que o ideal é valorizar os acontecimentos entre os interagente<sup>2</sup> e a qualidade da relação que emerge da ação entre eles. Neste contexto classifica a interação na internet em dois tipos: mútua e reativa.

Na interação mútua a atuação dos interagentes é dialógica e emergente, ou seja, ela vai sendo definida durante o processo de comunicação. É pela característica da reciprocidade que a interação mútua se diferencia da interação reativa. Nela os participantes reagem a partir de suas percepções e podem confirmar, rejeitar ou modificar a opinião dos demais. Essa perspectiva proporciona que o processo de comunicação modifique-se e não siga um caminho linear e pré-determinado. O desequilíbrio constante do processo comunicativo complexifica-se e as interações mútuas funcionam como uma força propulsora para novas atualizações, pois a relação vai se construindo sem uma previsibilidade. “As interações mútuas distanciam-se da lógica de causa e efeito, onde a condição antecedente A é suficiente para causar a condição consequente B, isto é, ‘se A, então B’, presente em sistemas reativos e que sublinha as perspectivas transmissionistas e a behaviorista (estímulo - resposta)” (PRIMO, 2007, p.106).

Já na interação reativa ocorre uma ação e reação entre indivíduo e máquina na qual a máquina já possui uma proposta elaborada e as condições de troca são predeterminadas. As interações se estabelecem segundo determinam as condições iniciais, ou seja, são relações potenciais de estímulo-resposta impostas por pelo menos um dos usuários. As interações reativas “dependem de uma delimitação prévia das trocas possíveis e da disposição antecipada das alternativas viáveis” (*ibidem*, p.121). A previsibilidade, ao contrário da interatividade, é a característica principal da interação reativa e nela “a pessoa terá de adaptar-se à formatação exigida, manifestando-se dentro das condições e dos limites previstos” (*ibidem*, p.135).

Para a pesquisadora Suely Fragoso a interação social mediada pela internet introduz novos elementos na experiência espacial contemporânea e evidencia a importância do espaço como instância de mediação. A autora também destaca que os pesquisadores precisam adotar uma perspectiva centrada no sujeito, pois sem ele as próprias ideias de interação e sociabilidade deixam de fazer sentido. Os pioneiros da rede Arpanet<sup>3</sup> já consideravam que a utilização das conexões entre computadores para a interação social era mais importante do que somente a transmissão de informações. Dessa forma ressalta e amplia os sentidos do uso dos computadores em busca da relação entre as pessoas.

<sup>2</sup>Conforme Primo (2007, p.149), “receptor, usuário, utilizador e novo espectador são termos infelizes no estudo da interação, pois deixam subentendido que essas figuras estão à mercê de alguém hierarquicamente superior, que é quem pode tomar de fato as decisões”. Por essa razão, o termo interagente é utilizado, subentendendo a ação do internauta no processo interativo mútuo, isto é, aquele que não tem resultados previamente definidos e programados.

<sup>3</sup> A ARPAnet, precursora da internet, foi iniciada em 1969 com a conexão de quatro centros de pesquisa nas universidades da Califórnia/Los Angeles (UCLA), de Stanford, de Santa Barbara e de Utah (FRAGOSO, 2012, p.68).

Nas palavras de Fragoso (2012, p.80) “a interação mediada pela internet produz um novo tipo de experiência espacial, cujas peculiaridades são resultado da convergência de possibilidades técnicas específicas e da flexibilidade com que elas têm sido apropriadas”. A fala da autora nos leva a refletir sobre os sentidos que foram sendo construídos pelos sujeitos a partir da apropriação da rede para expressar opiniões sobre os produtos e serviços das instituições. Aos poucos o estabelecimento de novos modos de interação por meio da internet foi sendo consolidado de modo que hoje percebemos novas posturas, tanto organizacionais quanto dos próprios sujeitos, que são construídas e mantidas pelas possibilidades técnicas da internet que permite a produção, o acesso e a troca constante de mensagens.

Uma questão fundamental em sua pesquisa são as reflexões sobre a inseparabilidade das vivências *on-line* e *off-line*. Para Fragoso (2012) a pluralidade das experiências espaciais na vida cotidiana amplia-se nas interações sociais mediadas pela internet, por isso sugere que é preciso compreender essas duas vivências como facetas de uma única espacialidade.

Os protestos que aconteceram no Brasil no mês de junho de 2013 podem ser entendidos como exemplos da união dessas duas posturas, uma vez que as manifestações iniciaram-se nas redes sociais. Segundo o pesquisador Fábio Malini<sup>4</sup> tudo começou a partir de um evento criado no *Facebook* chamado “Terceiro grande ato contra o aumento da passagem” que teve mais de 28 mil perfis confirmados. É fato que existiram perfis de outras cidades e estados que não estariam presentes, mas a ideia da participação virtual também denotou força e aprovação ao acontecimento. O pesquisador comenta a articulação entre as posturas daqueles que foram para a rua e daqueles que são denominados por muitos como “ativistas de sofá<sup>5</sup>”. “A dinâmica do *Facebook* ilustra curiosamente a articulação rua e rede. Há aqueles que estão presente na primeira; há aqueles que estão na segunda. Os primeiros enunciam; Os segundos anunciam. Os primeiros, de dentro da mobilização, relatam. Os segundos, de dentro da rede, espalham e comovem” (MALINI, *on-line*).

A repercussão dos protestos e a amplitude que alcançaram em pouco tempo denotam uma grande articulação dos sujeitos. Tais repercussão e amplitude aconteceram nitidamente a partir das redes sociais, entre as principais temos *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*. Um fato interessante foram os comentários dos sujeitos sobre a parcialidade dos veículos tradicionais. Inicialmente, sobretudo a televisão, deu visibilidade somente aos atos de vandalismo e não abordou a atitude incorreta de alguns policiais. Porém, de modo instantâneo as pessoas que estavam nas ruas postaram informações diferentes daquelas transmitidas pela televisão.

Com isso se percebeu claramente a tentativa de criminalização dos movimentos feita pelos veículos tradicionais, fato que foi amplamente repudiado, além de acabar reforçando o vínculo entre as pessoas que buscavam um protesto pacífico. Os veículos tradicionais acabaram refazendo os seus discursos e passaram a acusar apenas alguns grupos como vândalos e baderneiros, sempre destacando que isso acontecia em oposição ao comportamento da maioria dos manifestantes.

---

<sup>4</sup> Matéria publicada no *blog* do Laboratório de estudos sobre imagem e cibercultura (Labic). Disponível em <http://www.labic.net/cartografia-das-controversias/a-batalha-do-vinagre-por-que-o-protestos-p-nao-teve-uma-mas-muitas-hashtags/>. Acesso em 20 jun. 2013.

<sup>5</sup> O termo faz menção ao que se convencionou chamar “ativismo de sofá”, em referência a internautas que protestavam apenas nas redes sociais. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/06/sites-permitem-que-ativistas-de-sofa-auxiliem-nas-manifestacoes.html>. Acesso em 26 jun. 2013.

Numa análise mais profunda, sob o viés dos estudos contemporâneos da comunicação, entendemos que a gramática da mídia tradicional foi modificada devido à pressão de pessoas em interação constante por meio das plataformas da internet. Esses sujeitos comuns conseguiram dar visibilidade às informações e colaboraram com a construção dos valores e da credibilidade do movimento. Nesse contexto as funções de emissor e receptor misturam-se.

## A REDE SOCIAL FACEBOOK

No contexto dos dispositivos surgidos com a internet, a rede social Facebook<sup>6</sup> foi criada no ano de 2004 por Mark Zuckerberg e mais três colegas de faculdade, inicialmente a rede tinha propósitos de publicar os perfis dos alunos de Harvard, depois foi expandida para Universidades de Boston e a de Standford. Para acessar, as pessoas precisavam de ser alunos e de possuir e-mail destas universidades. Os perfis eram privados e podiam ser visualizados somente pelos amigos. A rede foi expandida entre universidades e posteriormente colégios e tornou-se aberta para todas as pessoas somente em 2006. Seis anos depois dessa abertura e com diversos investimentos financeiros, no final do ano de 2012 o Facebook chegou a 1 bilhão de usuários<sup>7</sup>. Esses números demonstram o grande alcance social dessa rede que transformou o jeito de as pessoas compartilharem informações sobre suas vidas e também a forma como as organizações lidam com seus consumidores.

O *Facebook* funciona basicamente como um grande mural em que o perfil de cada pessoa é formado por uma “linha do tempo”<sup>8</sup> definida como uma coleção de fotos, vídeos, textos entre outros que mostram os conteúdos preferidos por cada pessoa. Neste local os usuários podem atualizar seu *status*, adicionar fotos de capa, editar suas configurações básicas, visualizar registros de atividades, adicionar eventos, compartilhar atividades em aplicativos, ver destaques do mês, entre outros (FACEBOOK, 2013).

Com relação às possibilidades da rede voltadas para a interação destacamos as opções “curtir”, “comentar” e “compartilhar”. A expressão “curtir” é proposta como um modo de conectar-se com publicações importantes e denota um sentido de opinião favorável em relação a elas. “A ação de curtir dentro de algo que você ou um amigo publica no Facebook é um modo fácil de dizer a essa pessoa que você gostou, sem deixar comentários. É como um comentário, porém o fato de você ter gostado é assinalado abaixo do item” (FACEBOOK, *on-line*).

Já a ação de “comentar” pode ser feita pelo usuário em publicações de seus amigos e páginas em geral. O *Facebook* disponibiliza um espaço logo abaixo da publicação em que o usuário pode escrever seu comentário. Recentemente foi disponibilizada a opção “editar” em que a pessoa pode reformular seu texto. “Ao editar um comentário, o usuário verá uma nota sob seu comentário exibindo o horário em que foi editado. Qualquer pessoa que vir seu

<sup>6</sup> Disponível em: [www.facebook.com.br](http://www.facebook.com.br). Acesso em 10 jul. 2013.

<sup>7</sup> Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/tec/1163808-facebook-mostra-o-raio-x-de-1-bilhao-de-usuarios.shtml>. Acesso em 19 jun. 2013.

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/help/www/467610326601639>. Acesso em 25 jun. 2013.

comentário poderá ver a nota e clicar no link “Editado” para ver o que foi alterado” (FACEBOOK, on-line).

As formas de “compartilhar” uma informação dependem da escolha de quem a pessoa quer que visualize o compartilhamento. Quando feitas na linha do tempo do usuário podem ser direcionadas a um público amplo, a um grupo de amigos ou a uma pessoa. O compartilhamento de mensagens de outro usuário é uma ação de interação reativa, mas essa pode ser entendida como uma validação ao conteúdo escolhido, pois a pessoa realiza sua publicação a partir do perfil ou da página de outro usuário.

No caso de instituições e marcas o *Facebook* oferece a possibilidade de criação de páginas conhecidas como *Fan Pages*. Por meio delas se compartilham histórias e se busca a conexão com seus públicos. A maneira de adesão às *Fan Pages* é o botão “Curtir”, de modo que as pessoas que curtem a página recebem atualizações sobre elas em seus *feeds* de notícia<sup>9</sup>. As *Fan Pages* possuem um diferencial, pois fornecem informações para ajudar os administradores a entender melhor como as pessoas estão interagindo com elas. Além disso, os administradores também podem criar aplicativos personalizados e verificar informações para acompanhar a evolução e a atividade da página. “As *Fan Pages* permitem que artistas, empresas e marcas mostrem seus trabalhos e interajam com os fãs. Essas páginas são pré-instaladas com a funcionalidade personalizada desenvolvida para cada categoria” (FACEBOOK, on-line). Nesse contexto o subtítulo a seguir apresenta a análise de conteúdo da *Fan Page* da UFG, com foco específico nos processos de interação entre a instituição e os sujeitos.

#### ANÁLISE DE CONTEÚDO: AS INTERAÇÕES NA FAN PAGE DA UFG

A Universidade Federal de Goiás ingressou no Facebook no dia 23 de fevereiro de 2012. Em sua descrição feita no item “Sobre” encontramos a frase “Página oficial da Universidade Federal de Goiás, atualizada pela Assessoria de Comunicação da UFG”. Além desta parte, a *Fan Page* é composta pelos itens “Fotos”, “Opções Curtir”, “Linha do Tempo” e “Mensagem”. As imagens de capa e perfil que compõem sua apresentação inicial podem ser trocadas. Na figura a seguir podemos visualizar uma imagem do processo seletivo como capa e a marca da UFG como foto de perfil, além do número de pessoas que curtem a página (22.134), datadas de 14 de setembro de 2013.



IMAGEM 1: PÁGINA INICIAL FAN PAGE UFG

<sup>9</sup> O *Feed* de notícias é a coluna central da página inicial de cada perfil. É uma lista em constante atualização de históricos de pessoas e páginas que cada um segue no *Facebook*. As histórias do *Feed* de notícias incluem atualizações de *status*, fotos, vídeos, *links*, atividade de aplicativos e opções “Curtir”.

Os passos metodológicos realizados dividem-se em três etapas: pré-análise, exploração do material e inferências e interpretações. A primeira diz respeito à escolha da *Fan Page* enquanto objeto de estudo, a decisão pela técnica de observação e documentação virtual (*print screen* da tela), o mês de abril de 2013 foi definido como período de análise, por ter sido o período em que o número de pessoas que curtiram a página e falaram sobre ela foi maior desde a sua fundação.

O objetivo deste recorte de estudo visou analisar as formas de interação presentes na *Fan Page*, enquanto as hipóteses foram duas: a primeira pressupôs que a *Fan Page* demanda uma interação imediata da instituição e a segunda versou sobre a reconfiguração da proposta de visibilidade, pois os usuários também criam e publicam conteúdos; assim como existe a demanda pela interação mútua devido à configuração da rede social.

A segunda etapa envolve a exploração do material em que estabelecemos os textos publicados na *Fan Page*, as curtidas e os compartilhamentos como unidades de análise e a definição das categorias a serem exploradas, conforme demonstram os parágrafos a seguir.

A análise de conteúdo é proposta por Bardin (1977) como um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Esse conjunto visa a obter a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção das mensagens. Neste sentido, a expressão “interação” foi o tema principal e, seguindo uma abordagem dedutiva a categoria principal da análise denomina-se “Tipos de interação” e deriva do conceito de interação (PRIMO, 2007).

Seguindo a lógica da categorização prévia (BARDIN, 1977) inicialmente foram criadas duas unidades de análise para compor a categoria “Tipos de interação”, sendo os conteúdos divididos segundo suas possibilidades de interação “mútua” ou “reativa” (PRIMO, 2007). A análise exploratória demonstrou trocas de mensagens entre os usuários a partir das postagens da *Fan Page*, este tipo poderia envolver ou não a fala da UFG. Neste sentido criamos mais uma unidade que denominamos como “interação cruzada”. Dessa forma as ações “curtir” e “compartilhar” fazem parte da categoria reativa enquanto o ato de “comentar” faz parte da interação mútua e da interação cruzada.

A análise exploratória demonstrou um total de 149 mensagens publicadas no mês de abril de 2013. Dessas, 81 foram feitas pela UFG enquanto 68 realizadas por usuários. Conforme Recuero (2009), medir apenas a popularidade pautada na audiência e voltada para medidas quantitativas, relacionadas ao número de visualizações de perfil e curtidas, pode não considerar características essenciais como as relações e o capital social que envolvem os usuários. Assim, o estudo tem uma perspectiva qualitativa, pois considera os conteúdos publicados, tanto pela instituição quanto pelos sujeitos, em busca de inferências que ajudem a compreender os processos de interação da instituição na internet.

Por fim, as inferências e interpretações trazem reflexões a partir das teorias da mediação, considerando também a subjetividade e experiência do pesquisador; buscam compreender os conteúdos que tornam a instituição visível e as formas como interage com seus públicos por meio de sua *Fan Page*.

A seguir apresentamos o recorte da análise da *Fan Page* da UFG que englobou cada uma das etapas descritas.

## A INTERAÇÃO REATIVA

Conforme Primo (2007) as diferenças entre a interação reativa e a mútua giram em torno dos atores envolvidos no processo. Enquanto na reativa temos a interação homem-máquina em que a interface possui respostas pré-programadas e funciona como uma reação ao movimento humano, na interação mútua podemos dizer que os sujeitos estão nas duas extremidades do processo e realizam um diálogo mediado pela interface tecnológica.

Dessa forma, a interação reativa parte sempre dos sujeitos que agem “curtindo” ou “compartilhando” uma postagem. Na *Fan Page* elas ocorrem tanto nas postagens feitas pela instituição quanto naquelas feitas pelos usuários. No caso das postagens dos usuários, de um total de 68, seis delas tiveram apenas interação reativa. Entre os assuntos das mensagens encontramos: Divulgação de seminário, pedido de ajuda para gato doente, foto de *show* do cantor Alceu Valença, que juntos somaram 13 curtidas e foram compartilhados por 5 pessoas. Já nas postagens da UFG, 38 delas obtiveram “curtidas” e “compartilhamento” e movimentaram também o perfil daqueles que realizaram essa interação com o conteúdo.

Dentre os assuntos temos divulgação de exposições, seminários, lançamento de livros, aula inaugural, notícias institucionais e projeto música no campus. Apesar de ser reativa, entendemos que o fato do usuário curtir uma mensagem exposta pela instituição em sua *Fan Page* tem muita relevância, já que ela concorre com os assuntos postados pelos amigos dos usuários em sua linha do tempo.

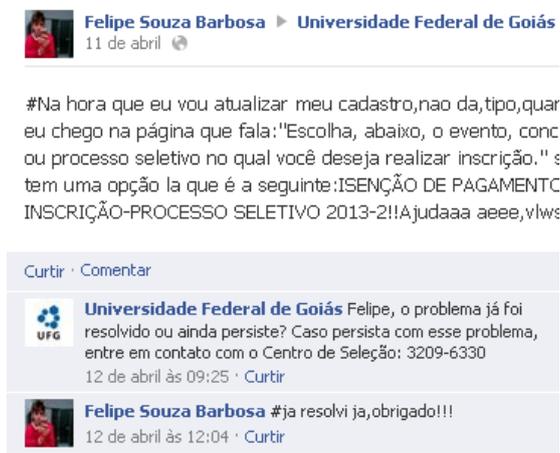
Além disso, o ato de curtir uma publicação tem a ver com um sistema de recomendação, pois denota a aprovação da mensagem e por vezes, pode gerar a interação mútua. No caso do compartilhamento o valor agregado é ainda maior porque o sujeito utiliza a página da UFG como fonte e publica o mesmo conteúdo em sua própria linha do tempo.

## A INTERAÇÃO MÚTUA

Das 68 postagens feitas pelos usuários, em 41 delas ocorreram processos de interação mútua entre os sujeitos e a instituição. Os assuntos referem-se, sobretudo, a dúvidas sobre processo seletivo, inscrições, matrículas e cursos da Universidade. Nessas publicações destaca-se a linguagem utilizada pelos usuários, em sua maioria informal e com abreviações. Alguns questionamentos são diretos, como temos em: “Quando faço a inscrição dá 404 *not found*” (Y.S) ou “cadê o cronograma e o anexo III do concurso pra administrativo” (C.F). Outros fazem uma introdução e parecem menos agressivos, como vemos em “Gostaria de saber se tem cursinho pré-vestibular esse ano? Quero muito fazer.” (K.V) e também em “olá, gostaria de saber as obras literárias que serão cobradas para o vestibular do final do ano” (S.A).

Com relação à instituição, vemos, por vezes, uma linguagem mais informal e aproximativa como nas falas dirigidas: “Vitor, tem segunda chamada sim” (UFG) ou “Bárbara, em qual campus você vai estudar? Você vai entrar no segundo semestre?” (UFG). Num exemplo de interação cruzada, a UFG dirige-se a todos de maneira simples: “Pessoal, vejam a notícia postada: o edital foi revogado. Novo edital será publicado hoje, sexta-feira, 26 de abril” (UFG). A seguir o exemplo de uma interação mútua em que o usuário questiona a UFG sobre

um erro que está acontecendo no momento em que tenta fazer sua inscrição no processo seletivo.



**IMAGEM 2:** INTERAÇÃO MÚTUA ENTRE USUÁRIO E INSTITUIÇÃO

O grande número de interações mútuas a partir da fala dos usuários demonstra a preocupação da Universidade em manter as respostas atualizadas e seguir as regras das redes sociais, pois a inserção na rede significa também uma responsabilidade em mantê-la. Algumas publicações dos usuários solicitam que a UFG responda com expressões como, “Por favor, aguardo resposta”(D.E).

Um fato interessante acontece em uma publicação feita pela usuária K.P. Durante o mês de abril ela publicou quatro mensagens direcionadas à instituição. No início do mês ela fez o pedido sobre o horário de atendimento do telefone do Centro de Seleção e foi respondida no mesmo dia pela UFG. No dia 13 de abril (sábado) ela realizou o seguinte questionamento: “Aqueles que solicitaram a Isenção de Taxa de pagamento deve efetuar a inscrição após o resultado da inscrição seja ela deferida ou indeferida?. Ou a qualquer momento pode se realizar?” (sic).

No comentário dessa postagem houve uma interação cruzada de outro usuário que postou a seguinte mensagem: “Melhor ligar no CS, ou vai demorar para ser respondida aqui. 3209-6330, acho q é esse o nº, procure o edital tbm” (sic) (A.M). Esta fala denota a falta de confiança da pessoa que entrou na conversa para tentar ajudar, ela demonstrar que o sujeito não reconhece a Fan Page enquanto um veículo interativo. Dois dias depois, no dia 15 de abril K.P retornou à página e fez uma postagem em um tom que pode ser considerado mais agressivo, quando questionou: “Eii vocês podem responder minha pergunta que eu fiz anteriormente?” (sic) (K.P). Nessa a pessoa obteve uma resposta da UFG em linguagem coloquial pedindo que olhasse a postagem do dia 13, conforme apresenta a figura a seguir.



**IMAGEM 3:** POSTAGEM DE USUÁRIA COBRANDO RESPOSTA DA UFG

Como a atualização é feita pela equipe da Assessoria de Comunicação (Ascom), que trabalha somente em horário comercial, acreditamos que neste caso o motivo da demora em responder às solicitações possa ter sido o final de semana, como encontramos em um post datado de novembro de 2012: "Pessoal, atendemos pelo facebook em dias úteis das 8 às 17 horas, que é o horário de funcionamento da Ascom. Eventualmente podemos ter problemas para responder no dia por conta da redução da equipe (por diversos motivos), mas todas as perguntas serão respondidas" (UFG).

De modo geral, as interações da UFG a partir dos questionamentos dos usuários foram coerentes e feitas no mesmo dia, alguns no dia seguinte e poucas após dois dias. A média de postagens recebidas pela UFG ficou em torno de 2,5 por dia. Em dias de publicação de editais e resultados chegaram a sete o número de dúvidas dos usuários.

Já nas postagens da UFG, das 81 apenas 10 delas tiveram interação mútua, iniciadas por usuários que expuseram suas dúvidas nos comentários sobre as postagens. Nesses casos os assuntos de referência são semelhantes aos das postagens dos usuários e referem-se a editais e datas do processo seletivo, lista de convocados, vagas remanescentes, bolsa alimentação, edital de estágio, edital para técnico-administrativo e programa jovens talentos.

A seguir o exemplo de uma interação mútua em que a usuária questiona a UFG sobre os cursos disponíveis a partir de um post sobre vagas remanescentes.



IMAGEM 4: EXEMPLO DE INTERAÇÃO MÚTUA

Entre as interações mútuas, algumas também podem ser consideradas como cruzadas, pois mesclam a conversa entre a universidade e os usuários; isso ocorre geralmente quando o post tem um grande número de interações, nesses casos o máximo de respostas da UFG na mesma publicação foram quatro. Isso aconteceu em apenas duas postagens, o que demonstra que as explicações também podem ter sido dadas pelos próprios usuários dentro do processo de interação.

Em sete postagens a UFG retornou e interagiu por duas vezes na mesma publicação, isso denota o zelo pela informação aos públicos. Os casos mais interessantes foram dois pedidos de informação sobre um edital que não havia sido lançado: na primeira interação a UFG respondeu que o edital somente estava previsto e cerca de dois dias depois ela retornou à publicação para avisar àqueles usuários sobre a abertura do edital em questão.

### A INTERAÇÃO CRUZADA

Assim como os usuários podem interagir com a Universidade, eles também podem conversar entre si, pois as falas são públicas dentro da página e o comentário de um pode interferir nas colocações de outro sujeito, por isso consideramos a concepção de uma "interação cruzada". Nela os usuários mencionam outras pessoas e/ou conversam entre si sobre um assunto que diz respeito à instituição; em alguns momentos a Universidade está inserida na conversa, noutros não.

No caso das interações cruzadas que foram feitas nas publicações dos usuários encontramos sete eventos, em que as pessoas conversaram a partir de questões feitas à

Universidade. Quatro delas foram relativas ao resultado do processo seletivo de vagas remanescentes. Nessas postagens a UFG não se manifestou e os usuários acabaram conversando entre si sobre os cursos escolhidos.

Outra postagem com interação cruzada refere-se a uma pergunta sobre o curso de medicina, que foi respondida por outro usuário. Por sua vez, uma postagem divulgando o prêmio recebido por uma estudante da UFG nas Olimpíadas Universitárias gerou nove comentários. Por fim, a outra interação cruzada foi relativa a uma menção bem humorada à UFG feita no perfil de P.S que obteve cinco comentários.

No caso das publicações feitas pela UFG, consideramos que em 23 delas os usuários conversaram entre si sem a participação da UFG. Grande parte dessas conversas englobam menções a outros perfis, isso significa que ao ver a postagem a pessoa realizou uma indicação. Outros conteúdos que compõem as interações cruzadas são: Dúvidas sobre a temática da postagem, felicitações, agradecimentos, críticas, ironias, esclarecimentos e pedidos de ajuda.

Nas interações cruzadas o diálogo é estabelecido entre as pessoas, pois elas possuem as mesmas questões e acabam complementando suas falas a partir da leitura dos comentários dos outros usuários. Conforme podemos visualizar no recorte da postagem sobre os resultados do “Programa Jovens Talentos” feita pela UFG no dia 30 de abril de 2013 na qual as pessoas interagiram entre si.



IMAGEM 5: EXEMPLO DE INTERAÇÃO CRUZADA

## CONCLUSÃO: INFERÊNCIAS SOBRE OS TIPOS DE INTERAÇÃO

O processo de midiaticização social (SODRÉ, 2002; FAUSTO NETO, 2006) prevê a descentralização das práticas de comunicação a partir do acesso de pessoas comuns e instituições de todos os campos sociais aos veículos de comunicação. O que vemos no Facebook enquanto rede social é um retrato desse conceito, pois a *Fan Page* é um espaço de visibilidade tanto para a UFG enquanto instituição do campo da educação, quanto para os sujeitos comuns que utilizam seu perfil para dirigir seus questionamentos a uma instituição que faz parte de sua rotina.

Diante da dimensão estratégica entendemos que a comunicação midiaticizada é um processo que se realiza por intermédio da combinação e articulação entre a visibilidade de informações e a construção de fluxos relacionais feitos a partir da interação entre as partes,

dessa forma consideramos a rede social como um espaço comunicacional. A análise da Fan Page demonstrou que das 149 publicações apenas 16 delas não passaram por processos de interação, sejam elas reativa, mútua ou cruzada. Assim confirmamos nossa hipótese de que a página é mais voltada para a interação do que apenas para a visibilidade das informações, bem como o veículo demanda uma interação imediata da instituição, comprovada nas respostas rápidas da Universidade às postagens dos usuários.

Acreditamos que ao construir uma *Fan Page* a instituição posicionou-se enquanto um ator social e adequou-se ao contexto da complexidade das relações *on-line*. A rede social é um veículo diferente em que a visibilidade torna-se vulnerável devido aos espaços de interação, por isso ela é também um risco. A realidade encontrada na *Fan Page* é coerente com o paradigma da interação comunicacional dialógica (OLIVEIRA; PAULA, 2007), que propõe que as organizações devem se relacionar de forma intencional e estruturada com a sociedade, assim como prestar contas da sua atuação e reconhecer o papel e a ação dos atores sociais.

No caso da UFG, os processos de interação reativa estiveram mais presentes nas publicações feitas pela instituição, estas receberam curtidas e foram compartilhadas por muitas pessoas e por isso tiveram um viés também de visibilidade. Já as postagens dos usuários foram compostas por indagações à Universidade que respondeu grande parte das dúvidas configurando um processo de interação mútua. Por fim, a interação cruzada demonstra também uma característica da rede social que é a busca pela recomendação de outras pessoas. Em muitas postagens foram estabelecidas trocas intensas entre os próprios usuários, a maioria feita a partir de uma publicação da UFG que demonstra o interesse de todos pelo mesmo assunto.

Curvello (2009) argumenta que na sociedade complexa não é possível reduzir a multidimensionalidade do ambiente institucional, que hoje sofre profundas transformações. A análise da Fan Page demonstra que esse veículo passa a ser mais um espaço institucional no qual todos argumentam, dialogam e relacionam-se com um ou vários interlocutores que compõem o seu circuito. Essa proposta é relevante porque reflete sobre a questão da autonomia, tanto de publicação de informações quanto de troca entre os atores sociais e a própria instituição, uma característica coerente com as possibilidades advindas com a expansão da internet e o cenário da mediação social.

## REFERÊNCIAS

- Sodré, M. (2002). *Antropológica do Espelho. Por uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Fausto Neto, A. (2006). *Midiatização, prática social-prática de sentido*. Seminário sobre midiatização, Rede Prosul, Anais... São Leopoldo: Unisinos.
- Bardin, L (1977). *Análise de conteúdo*. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa – Portugal: Edições 70 LDA.
- Fragoso, S; Recuero, R; Amaral, A. (2012) *Métodos de pesquisa para a internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Primo, A. (2007). *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina.
- Fragoso, S. (2012). *Mediações espaciais da sociabilidade on-line*. In: OLIVEIRA, I. L; MARCHIORI, M. (Orgs). *Redes Sociais, Comunicação, Organizações*. São Caetano do Sul: Editora Difusão.
- Recuero, R. (2009). *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Oliveira, I. L.; Paula, M. A. (2007). *O que é comunicação estratégica nas organizações?*São Paulo: Paulus.
- Curvello J. J. A. (2009) *Os estudos de Comunicação Organizacional e as novas abordagens sistêmicas*. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32. Anais... Curitiba, PR.
- STASIAK, DAIANA - A. *Professora da Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Brasil. E-mail: [daiastasiak@gmail.com](mailto:daiastasiak@gmail.com)*