

UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI

Mestrado Profissional Interdisciplinar em Ciências Humanas

Léa Cristina Vilela Sá Fortes Pedreira

**O CIBERESPAÇO COMO UM AMBIENTE DE CONSTRUÇÃO DE
SUBJETIVIDADES: ESTUDO DE CASO DAS MÍDIAS DIGITAIS DA UFVJM**

**Diamantina
2015**

Léa Cristina Vilela Sá Fortes Pedreira

**O CIBERESPAÇO COMO UM AMBIENTE DE CONSTRUÇÃO DE
SUBJETIVIDADES: ESTUDO DE CASO DAS MÍDIAS DIGITAIS DA UFVJM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Mestrado Profissional Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Área de concentração: Ciências Humanas

Orientador: Prof. Dr. Leonardo Lana de Carvalho

Diamantina
2015

Ficha Catalográfica - Sistema de Bibliotecas/UFVJM
Bibliotecária: Jullyele Hubner Costa CRB-6/2972

P371c Pedreira, Léa Cristina Vilela Sá Fortes.
2015 O ciberespaço como um ambiente de construção de
subjetividades: estudo de caso das mídias digitais da UFVJM / Léa
Cristina Vilela Sá Fortes Pedreira. – Diamantina: UFVJM, 2015.
126 p. : il.

Orientador: Prof. Dr. Leonardo Lana de Carvalho

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal dos Vales do
Jequitinhonha e Mucuri. Faculdade Interdisciplinar em
Humanidades. Mestrado Profissional - Programa de Pós-Graduação
em Ciências Humanas, 2015.

1. Cibercultura. 2. Ciberespaço. 3. Comunicação. 4. Redes
sociais. 5. Subjetividade. I. Carvalho, Leonardo Lana de. II. Título.

CDD 302.23

Elaborada com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Léa Cristina Vilela Sá Fortes Pedreira

**O CIBERESPAÇO COMO UM AMBIENTE DE CONSTRUÇÃO DE
SUBJETIVIDADES: ESTUDO DE CASO DAS MÍDIAS DIGITAIS DA
UFVJM**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Mestrado Profissional Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre.

Orientador: Leonardo Lana de Carvalho

Data de aprovação: 21/05/2015

Prof.^a Dr.^a Elayne de Moura Braga
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri

Prof.^a Dr.^a Rosária Ilgenfritz Sperotto
Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Leonardo Lana de Carvalho
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri

Diamantina, 21 de maio de 2015.

AGRADECIMENTOS

Aos incentivadores fundamentais para a execução desta pesquisa, como a Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM);

Ao apoio incondicional de minha família, especialmente, Marcelo, Rodrigo e Beatriz;

À dedicação e aos ensinamentos do meu orientador, Leonardo Lana de Carvalho, e ao seu aporte nas escolhas e decisões;

Aos meus pais, Manoel (*in memorian*) e Helena; e à minha sogra, Elby (*in memorian*);

Aos colegas da Diretoria de Comunicação Social (Dicom) e da Reitoria, pelo apoio e incentivo;

Aos amigos que, ao longo desse período de dois anos, colaboraram com incentivo, conversas e sugestões, especialmente, Lucy Oliveira, Eduardo Pelli, Marta Dias, Amanda Monteiro e Ricardo Brasil.

RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi estudar o processo de construção de subjetividades e aprendizagens que ocorre no ciberespaço disponibilizado pela Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), em seus *campi* de Diamantina (MG), para apresentar possibilidades para sua ampliação e melhoramento. Com este fim, foram investigadas as Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação (TDICs) encontradas atualmente na UFVJM (Portal, *Twitter* e Jornal *on-line*), o modo como se desenvolvem e como estão inseridas nos projetos de comunicação interna dessa instituição, além de identificar como elas contribuem na divulgação da informação e na construção do conhecimento da Universidade (docentes, discentes e técnicos administrativos). Destaca-se o modo como as pessoas constroem seus ambientes virtuais de trabalho e entretenimento, como essas tecnologias se inserem e modificam os hábitos das pessoas dessa comunidade, geram seus próprios nichos de informação e novas demandas de TDICs. Nesse sentido, após a conclusão de pontos centrais da revisão bibliográfica, foram utilizados pesquisa documental, entrevistas e questionários. Como resultado, encontrou-se, de um lado, uma diversidade de intenções no sujeito da pesquisa que sinaliza um interesse da população entrevistada mais jovem pela *Web 2.0*; enquanto do outro lado, a pesquisa constata que há uma necessidade de ampliação da infraestrutura tecnológica da Universidade para que se possa contemplar a demanda apresentada pelos questionários. A partir dos resultados, foram propostas, a curto e longo prazo, alternativas para ampliação e melhoramento do ciberespaço da Universidade no sentido de disponibilizar novas TDICs capazes de potencializar o processo de subjetivação através do ciberespaço.

Palavras-chave: Cibercultura. Ciberespaço. Comunicação. Redes Sociais. Subjetividade.

ABSTRACT

The objective of this research was to study the process of construction of subjectivities and learning what occurs in cyberspace available from the Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), in Diamantina, Minas Gerais State, to present possibilities to expand and improve cyberspace. The currently founded Digital Technologies of Information and Communication (TDICs) at UFVJM (Portal, *Twitter* and *online* Journal) was investigated in terms of how they are developed and how they are operated in internal communication projects of this institution, and how they contribute to the dissemination of information and the construction of knowledge of the internal community of UFVJM (professors, students and administrative staff). It is noteworthy the way people build their own virtual environments for work and entertainment, as these technologies are part of their lives and change their habits in this community, generate their own information niches and new demands for TDICs. In this sense, after the review of the main points of the literature, documentary research, interviews and questionnaires. As result, there were two sides found. One was a diversity of intentions of the subject researched that showed the younger population interviewed had an interest in the Web 2.0; however, the other side the research that there is necessity to amplify the technology infrastructure of the University to attend the demands presented by the questionnaires. As a result, were proposed, a short and long term, alternatives to expand and improve cyberspace of the University to provide new TDICs able to favor the process of subjectivity through cyberspace.

Keywords: Cyberculture. Cyberspace. Communication. Social Networking. Subjectivity.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Capa do primeiro Jornal da UFVJM publicado no Portal da Instituição em 2007	33
Figura 2 – Jornal da UFVJM publicado no Portal da Instituição após primeira alteração em seu projeto gráfico.....	33
Figura 3 – Jornal da UFVJM publicado no Portal da Instituição em 2011, após segunda e última alteração em seu projeto gráfico.....	34
Figura 4 – Página inicial do Portal da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri.....	35
Figura 5 – Página inicial do <i>Twitter</i> da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri.....	36
Gráfico 1 – Resultado da pergunta “Quem é você?”	51
Gráfico 2 – Resultado da pergunta “Qual a sua idade?”	52
Gráfico 3 – Resultado da pergunta sobre “Quanto tempo o sujeito faz parte da comunidade interna da UFVJM?”	53
Gráfico 4 – Resultado da pergunta “Você tem perfil em redes sociais?”	53
Gráfico 5 – Resultado da pergunta “Quais redes sociais o sujeito perfil?”.....	54
Gráfico 6 – Resultado da pergunta “Você se identifica como membro da comunidade da UFVJM em seu perfil nas redes sociais?”	55
Gráfico 7 – Resultado da pergunta sobre “Qual é a sua página inicial de acesso à internet?”	56
Gráfico 8 – Resultado da pergunta sobre “a frequência de acesso ao Portal da UFVJM?”	57
Gráfico 9 – Resultado da pergunta “O Portal da UFVJM está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leituras?”	58
Gráfico 10 – Resultado da pergunta “Você tem o hábito de postar em redes sociais (<i>Facebook, Moodle, etc.</i>) as informações publicadas no Portal da UFVJM?” ...	58
Gráfico 11 – Resultado da pergunta sobre a “frequência de acesso ao <i>Twitter</i> da UFVJM?”	59
Gráfico 12 – Resultado da pergunta sobre “Você tem o hábito de "retwitar" as informações sobre a UFVJM?”	60
Gráfico 13 – Resultado da pergunta “O <i>Twitter</i> da UFVJM está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leituras?”	60
Gráfico 14 – Resultado da pergunta “se o sujeito lê o 'Jornal da UFVJM' através do Portal da Universidade”	61

Gráfico 15 – Resultado da pergunta “O "Jornal da UFVJM" está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leituras?”	62
Gráfico 16 – Resultado da pergunta “Você acessa a Plataforma <i>Moodle</i> na UFVJM?”	62
Gráfico 17 – Resultado da pergunta sobre “se o sujeito ao utilizar o endereço de e-mail, seja ele, pessoal ou institucional, insere na sua assinatura a identificação de que é discente, docente, técnico ou que trabalha na UFVJM”	63
Gráfico 18 – Resultado da pergunta “o sujeito reencaminha e-mails com informações da UFVJM ou sobre informações que são encaminhadas através da lista interna de e-mails da Universidade?”	64
Gráfico 19 – Resultado da pergunta “Você participa de grupo em rede social voltado para o Ensino, Pesquisa e/ou Extensão?”	64
Gráfico 20 – Resultado da pergunta “A informação divulgada através das ferramentas digitais de divulgação da UFVJM (Portal, Jornal <i>on-line</i> e <i>Twitter</i>) é tratada de forma satisfatória?”	65
Gráfico 21 – Resultado da pergunta “Que tipo de ferramenta digital ou veículo de divulgação atenderia melhor à expectativa da comunidade acadêmica da UFVJM?”	66

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Valores absolutos de perfis em redes sociais mais votadas pela comunidade acadêmica da UFVJM.....	54
Tabela 2 – Valores absolutos de pessoas da comunidade acadêmica da UFVJM que se identificam como membro da comunidade da UFVJM em seu perfil nas redes sociais.....	55
Tabela 3 – Frequência com que discentes, docentes e técnicos administrativos acessam o Portal da UFVJM.....	57
Tabela 4 – Valores absolutos de pessoas da comunidade acadêmica da UFVJM que incluem o Portal da UFVJM nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leituras.....	58
Tabela 5 – Frequência com que discentes, docentes e técnicos administrativos acessam o <i>Twitter</i> da UFVJM	59
Tabela 6 – Frequência com que discentes, docentes e técnico-administrativos acessam o Jornal da UFVJM.....	61
Tabela 7 – Frequência com que discentes, docentes e técnico-administrativos inserem na sua assinatura a identificação de sua categoria ou que trabalha na UFVJM.....	63
Tabela 8 – Valores absolutos de pessoas da comunidade acadêmica da UFVJM que escolheram o tipo de ferramenta digital ou veículo de divulgação que atenderia à sua expectativa.....	66
Tabela 9 – Características da ferramenta ou veículo de comunicação desejada pela comunidade acadêmica da UFVJM	67

LISTA DE SIGLAS

ACAD Fafeid - Sistema de Gestão Acadêmica das Faculdades Federais Integradas de Diamantina

CMS - (*Content Management System*) Sistema de Gestão de Conteúdo

HTML - (*HyperText Markup Language*) Linguagem de Marcação de Hipertexto para produção de páginas na *Web*

Joomla - Sistema de Gestão de Conteúdo

Link - (Hiperligações do hipertexto) Atalho, caminho ou ligação

Moodle - (*Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment*) - software livre, de apoio à aprendizagem

MYSQL - (Linguagem de Consulta Estruturada - *Structured Query Language*) Sistema de Gerenciamento de Banco de Dados (SGBD)

Nobreak - (*Uninterruptible Power Supply*) Fonte de alimentação ininterrupta. Sistema Secundário de Alimentação de Energia Elétrica

PHP - (*Hypertext Preprocessor*) - Linguagem interpretada e livre, utilizada apenas para o desenvolvimento de aplicações presentes e atuantes no lado do servidor, capazes de gerar conteúdo dinâmico na internet

POP MG - Ponto de Presença de Internet no Estado de Minas Gerais

Wordpress - Sistema de Gerenciamento de Conteúdo para *Web*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	1
2 CIBERCULTURA, CIBERESPAÇO, SUBJETIVIDADE E COMUNICAÇÃO	4
2.1 Dos conceitos de Cibercultura e Ciberespaço	4
2.2 A Comunicação na era da sociedade em rede	10
2.3 O ciberespaço como ambiente de construção de subjetividades	15
3 CIBERESPAÇO E COMUNICAÇÃO NAS UNIVERSIDADES	19
3.1 A infraestrutura das tecnologias digitais da informação e da comunicação.....	19
3.2 Comunicação digital e Sistemas de Comunicação	23
3.3 Tecnologia digital na universidade: comunicação e conhecimento.....	26
4 CIBERCULTURA, CIBERESPAÇO E COMUNICAÇÃO NA UFVJM	30
4.1 Breve histórico da UFVJM	30
4.2 Ferramentas digitais na UFVJM.....	34
4.3 Subjetividade e múltiplas identidades nos espaços da UFVJM.....	48
5 PENETRÂNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS DESENVOLVIDAS E MANTIDAS	
PELA UFVJM.....	51
5.1 Como as mídias digitais da UFVJM atuam na formação das	
subjetividades e identidades da comunidade acadêmica	51
5.2 Análise da atuação das mídias digitais da UFVJM na comunidade acadêmica.....	68
5.3 Possibilidades de desenvolvimento do ciberespaço da UFVJM.....	74
6 CONCLUSÃO.....	76
REFERÊNCIAS.....	80
APÊNDICES	84
ANEXOS	101

1 INTRODUÇÃO

Introduzido por Pierre Lévy (1999), o conceito de ciberespaço faz referência a um oceano de informações pelo qual as pessoas navegam ao usarem a *web*. Para o autor, o ciberespaço é um ambiente de formação de novos comportamentos e hábitos que não só conduzem a pessoa a um novo modo de compreender o mundo que a circunda, mas também a direcionam para uma nova percepção de si mesma e dos outros. A cibercultura, segundo Lévy, não é somente os novos comportamentos e hábitos que emergem através do uso das Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação (TDICs), é também atitudes de engajamento e de interesse pelas tecnologias digitais e pela inovação tecnológica.

O ciberespaço é entendido como um ambiente de construção de subjetividades¹, além de um espaço de construção de culturas (SPEROTTO, 2014). Com o uso das tecnologias, as pessoas aprendem, constroem seus ambientes de aprendizagem e de interação (*sites* preferidos, comunidades virtuais, jornais virtuais, portais, *twitters*, etc.) e desenham, através da construção de um ambiente virtual personalizado, suas próprias identidades², subjetividades e aprendizagens.

A proposta deste estudo foi estudar e acompanhar o processo de construção de subjetividades e aprendizagens que ocorre no ciberespaço disponibilizado pela Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), nos *campi* de Diamantina, para servir de subsídio a um futuro plano para sua ampliação e melhoramento. Optou-se por apresentar o ciberespaço como um local privilegiado de construção de identidades no contemporâneo, além de defender que as instituições precisam superar o modo *one-way* da *Web* 1.0³ de divulgação de informações e investir em sistemas de comunicação

¹Subjetividade: A subjetividade é como um fluxo contínuo de modos de existir fabricado no entrecruzamento de instâncias sociais, técnicas, institucionais e individuais (GUATTARI, 1999). A subjetividade é pensar no sujeito não como um simples observador, mas sim um ser construtor e construído pelo contexto no qual está inserido, como fruto das interações que ele estabelece.

²Identidade: A palavra identidade evoca tanto a qualidade do que é idêntico, igual, como a noção de um conjunto de caracteres que fazem reconhecer um indivíduo como diferente dos demais. A identidade implica no reconhecimento de que um indivíduo é o próprio de quem se trata como também pertence a um todo, confundindo-se com outros, seus iguais. Ela é o ponto de referência a partir do qual surge o conceito de si e a imagem de si, de caráter mais restrito. A identidade não se apresenta sob a forma de uma entidade que rege o comportamento das pessoas, mas é o próprio comportamento, é ação, é verbo. (JACQUES, 1998).

³*Web* 1.0: é considerada uma internet estática, sendo que seus conteúdos não podem ser alterados pelos usuários (utilizadores) finais. Todo o conteúdo dos sites é somente para leitura, por isso é estático, com diversos diretórios de links. Na *web* 1.0, não existe a interatividade do usuário com a página, onde somente o *webmaster* ou o programador pode realizar alterações ou atualizações da página (http://pt.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web. Acesso em 30/01/2015).

descentralizados, incorporando oficialmente as ferramentas da *Web 2.0*⁴ e preparando-se para as inovações. A UFVJM apresenta-se, nesse contexto, como um estudo de caso.

Sobre o aspecto metodológico, foi preciso investigar quais são as TDICs encontradas atualmente na UFVJM, o modo como se desenvolvem e como são inseridas nos projetos de comunicação interna, além de identificar como elas contribuem na divulgação da informação e na construção do conhecimento da comunidade universitária (docentes, discentes e técnicos administrativos). Destacam-se o modo como as pessoas constroem seus ambientes virtuais de trabalho e entretenimento, e como essas tecnologias se inserem e modificam os hábitos das pessoas dessa comunidade e geram novas demandas de TDICs.

Realizou-se uma revisão bibliográfica com a finalidade de analisar os conceitos-chave para o desenvolvimento desta pesquisa frente à problemática delineada. Foi realizado também um estudo de caráter histórico e documental que buscou localizar as fontes e obter o material relativo ao desenvolvimento das Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação na UFVJM. Após a conclusão de pontos centrais da revisão bibliográfica, foram utilizadas entrevistas e questionários. Como resultado, chegou-se a uma descrição de como as mídias digitais institucionais colaboram na formação das aprendizagens e subjetividades da comunidade interna da UFVJM, o que proporcionou um estudo de caso da construção de subjetividades através do ciberespaço.

Esta dissertação possui quatro seções. Na primeira seção, “Cibercultura, Ciberespaço, Subjetividade e Comunicação”, faz-se a apresentação desses conceitos, tendo como principal referencial teórico os trabalhos do filósofo Pierre Lévy (1999), e uma reflexão sobre os conceitos de subjetividade e identidade, levando em consideração o ciberespaço como local de ocorrência e promoção das multi-identidades, tendo como referência os autores Bauman (2001), Hall (2004) e Giddens (2002). A segunda seção, “Ciberespaço e Comunicação nas Universidades”, mostra a infraestrutura das tecnologias digitais da informação e da comunicação, a comunicação digital, os sistemas de comunicação e a tecnologia digital na universidade; tendo como plano de fundo a história da computação, o conceito de técnica e sua transformação em tecnologia, a chegada do computador no Brasil e a interação existente

⁴*Web 2.0*: é a mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nessa nova plataforma. Uma das principais regras é a criação de aplicativos que aproveitem a inteligência humana através da participação dinâmica, colaboração e interação (O'REILLY, 2005).

entre informática, tecnologia e comunicação, observando conceitos apresentados por Lévy (1999), Fonseca (2007) e Torquato (2002). A terceira seção, “Cibercultura, Ciberespaço e Comunicação na UFVJM”, traz um breve histórico da UFVJM, as ferramentas digitais existentes na Universidade e faz uma reflexão sobre a interação entre professores, estudantes e técnicos administrativos no ciberespaço da UFVJM, em especial nas redes sociais da internet. A quarta seção, intitulada “Penetrância das mídias digitais desenvolvidas e mantidas pela UFVJM” apresenta o alcance dessas mídias, bem como o modo como atuam na formação das subjetividades e identidades da comunidade acadêmica. É nessa seção que está a análise de modo mais aproximado sobre o processo de produção de subjetividade criado nas interações que ocorrem no Portal e no *Twitter* da Universidade, ferramentas digitais classificadas como *Web 1.0* e *Web 2.0*, respectivamente. A mesma seção descreve a metodologia da pesquisa, os resultados e as análises dos resultados, tendo como desfecho uma discussão de possibilidades para o desenvolvimento do ciberespaço da UFVJM.

2 CIBERCULTURA, CIBERESPAÇO, SUBJETIVIDADE E COMUNICAÇÃO

2.1 Dos conceitos de Cibercultura e Ciberespaço

A cibercultura pode ser compreendida sob várias abordagens teóricas que vão desde as definições que privilegiam aspectos contraculturais de sua história, descrições fluidas voltadas aos aspectos sociais dos fenômenos culturais emergentes, como parte integrante da noção de tecnologias do imaginário, um subcampo emergente da comunicação, uma definição que tematiza o estudo das práticas culturais e os estilos de vida até sua relação com as tecnologias, ou ainda como uma aproximação em que o foco são as relações, os padrões, os meios e os artefatos de trocas de produção cultural *on-line*, além de estar vinculada à Indústria Cultural.

Indústria Cultural é uma expressão criada pelos teóricos da escola de Frankfurt, Theodor Adorno e Max Horkheimer. Consagrada na década de 30, as reflexões sobre esse tema surgiram a partir de uma “cultura industrializada” vista no período do Nazismo, quando toda a arte produzida era dirigida somente ao sistema (McLUHAN, 2005).

Segundo Adorno (1990) e Horkheimer (1990), a Indústria Cultural consiste em “moldar” toda a produção artística e cultural de modo que elas assumam os padrões comerciais e que possam ser facilmente reproduzidas. Ela idealiza produtos adaptados ao consumo das massas, assim como também pode determinar esse consumo através da manipulação do estado de consciência e inconsciência das pessoas. Para eles, a Indústria Cultural possui padrões que se repetem com a intenção de formar uma estética ou percepção comum voltada ao consumo.

A presença dessa Indústria Cultural, controladora das necessidades e ofertas, talvez esteja presente justamente nessa necessidade, que todo cidadão tem hoje, de se tornar um “cidadão digital”⁵, ao mesmo tempo em que as ofertas para inserção nesse meio estão chegando ao alcance de todos.

O importante é observar que, como apontou McLuhan (2005), as mudanças que estão ocorrendo com o desenvolvimento da rede mundial de computadores, a internet, e da tecnologia, como meios de comunicação, estão não só introduzindo novos hábitos, percepções e dinamizando a vida, como também transformando o transmissor, o receptor e a própria mensagem, gerando uma interdependência entre os homens, uma nova cultura.

⁵ Cidadão digital é uma expressão criada pela autora desta dissertação.

Segundo McLuhan (2005), a mudança dos grupos sociais e a formação de novas comunidades acontecem com o aumento da velocidade da informação, uma vez que, historicamente, a aceitação de um novo sistema só se dá quando há aceleração nos processos e dinamização da sociedade que, nesse momento, parece caminhar para uma reestruturação fundamentada em novos hábitos culturais.

Que tipo de cultura está se desenhando entre tantas pessoas, de tantos lugares e tão diferentes entre si? Segundo Costa (2008, p. 8), a cultura da atualidade está intimamente ligada à ideia de interatividade⁶, interconexão⁷, inter-relação⁸ entre homens, informações, imagens, sons e povos.

Essa interconexão diversificada e crescente é decorrente da enorme expansão das tecnologias digitais nas últimas décadas. “Há uma disseminação de novos hábitos entre milhões de pessoas por todo o mundo” (COSTA, 2008, p. 8). Para Costa (2008, p. 10), essas mudanças nos hábitos das pessoas não afetam somente suas vidas num contexto estritamente tecnológico, mas alcança zonas mais amplas de uma autêntica cultura digital.

A cultura digital é aquela que cresce sob o signo da interconexão entre dispositivos computacionais, da inter-relação entre os homens em escala planetária, do relacionamento cotidiano com máquinas inteligentes e da obsessão pela interatividade (COSTA, 2008, p. 81). Para o autor, a sociedade está diante de um marco na cultura ocidental deste século que é a troca de conhecimentos, informação e comunicação. “A cultura digital tem motivado as pessoas, seja pela simples necessidade de se comunicar, seja pelo desejo de se manter informado.” (COSTA, 2008, p. 83).

Atualmente, as pessoas não se satisfazem mais em compartilhar espaço físico com amigos, parentes, vizinhos e colegas de trabalho. Elas necessitam compartilhar conhecimentos, preferências, gostos pessoais e intimidade, quando o importante é saber que outras pessoas, embora anônimas, estão situadas em grupos de interesse próximos aos seus, podendo, assim, colaborar de alguma forma com elas (COSTA, 2008, p. 51).

⁶Interatividade: o que caracteriza a interatividade é a possibilidade, crescente com a evolução dos dispositivos técnicos, de transformar os envolvidos na comunicação, simultaneamente, em emissores e receptores da mensagem (LÉVY, 1999).

⁷Interconexão: para a cibercultura a conexão é sempre preferível ao isolamento, é um bem em si. Para além de uma física da comunicação, a interconexão constitui a humanidade em um contínuo sem fronteiras, (LÉVY, 1999).

⁸Inter-relação: a dinâmica de inter-relacionamentos existentes em grupos e organizações e entre indivíduos compreende a mediação pelas tecnologias e meios de comunicação, também constituída por diversas “linguagens, representações e narrativas que penetram na vida cotidiana de modo transversal” (SARTORI e SOARES, 2005).

Segundo Castells (1999), a revolução tecnológica concentrada nas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) - que possibilita a conexão mundial via redes de computadores: a internet - e o impacto dessas tecnologias na sociedade resultou na constituição de um diferente conceito de cultura, a cibercultura, caracterizada pela mudança na maneira de comunicar da sociedade e pela valorização crescente da informação que circula numa velocidade e numa quantidade até então nunca imaginadas.

Lévy (1999) afirma que, para definir a cibercultura, outro tipo de cultura característica da sociedade contemporânea, é preciso identificar o meio onde ela foi criada, no qual ela emerge e se transforma - o ciberespaço. Para ele, “a cibercultura é um neologismo que especifica o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. Já o ciberespaço, Lévy (1999) entende como um novo espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial e memória dos computadores.

O termo ciberespaço especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital (codificação digital), mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Esse novo meio tem a vocação de colocar em sinergia e propiciar a interconexão entre todos os dispositivos de criação de informação, de gravação, de comunicação e de simulação (LÉVY, 1999).

A cibercultura produzida no ciberespaço não possui um centro diretor e nem diretrizes específicas. Para Hall (2004), é na cibercultura que a cultura contemporânea é caracterizada pelo uso crescente de tecnologias digitais que estabelecem uma nova relação entre a técnica e a vida social e, ao mesmo tempo, proporciona o surgimento de novas formas de agregação social de maneira espontânea no ambiente virtual, resultando em novas práticas culturais. É, contudo, na cibercultura que todos podem estar juntos ao mesmo tempo, pois, a cada novo nó da rede de redes em expansão constante, você pode tornar-se um produtor ou um emissor de novas informações.

O ciberespaço, com suas milhares de possibilidades, apresenta aos seus usuários fenômenos considerados interessantes no que diz respeito à mobilização social na rede, através da qual, diferentes grupos sociais, religiosos, culturais e políticos debatem e expressam suas opiniões a respeito de variadas demandas da sociedade, utilizando como meio

as “mídias sociais” conhecidas também como “*sites* de redes sociais”, a exemplo, o *LikedIn*,⁹, *Facebook*¹⁰ e o *Twitter*¹¹.

Para Lévy (1999, p. 113),

a essência paradoxal da cibercultura é a universalidade e a totalização. A expansão do ciberespaço torna o mundo menos totalizável. Essa capacidade de universalização do ciberespaço tende a continuar indeterminada, uma vez que os nós que compõem essa rede têm reorganizado as conectividades globais.

Essa construção sem ordenação prévia do ciberespaço é denominada “universal sem totalidades”. Os dois conceitos surgiram juntos quando da invenção da escrita, pois a escrita não determina automaticamente o universal, mas o condiciona. Ainda segundo Lévy, universalidade é a presença (virtual) da humanidade em si mesma; totalidade é a conjunção estabilizada do sentido de uma pluralidade (discurso, situação, conjunto de acontecimentos, sistema, etc.).

Grande parte das formas culturais derivadas da escrita tem vocação para a universalidade, mas cada uma totaliza sobre um atrator diferente: as religiões universais sobre o sentido, a filosofia sobre a razão, a ciência sobre a exatidão reprodutível, os “*media*” sobre uma captação num espetáculo siderante, batizado de ‘comunicação’. Em todos os casos, a totalização ocorre sobre a identidade da significação (LÉVY, 1999, p. 117).

O desenvolvimento do ciberespaço terá um efeito tão radical para as comunidades como teve o surgimento da escrita. A escrita permitiu que uma informação fosse conhecida mesmo que seus autores estivessem distantes. Ou seja, a mensagem se distancia do contexto em que foi produzida. Essa universalização da mensagem prima apenas pela manutenção do sentido; ela não permite a criação de significados além dos já definidos pelos criadores da mensagem. Assim também é a mídia tradicional, como a *Web* 1.0, que não possui meios de interação e desconsidera os contextos individuais de interpretação (LÉVY, 1998/2015).

A interconexão mundial, que surge do ciberespaço, permite uma nova universalização que é diferente da ocorrida com o advento da escrita, pois ela abre os sentidos das interpretações. O universal sem totalidades permite o acesso à inteligência coletiva que

⁹(<https://br.linkedin.com/>Acesso em 30/01/2015).

¹⁰(www.facebook.comAcesso em 30/01/2015).

¹¹(www.twitter.comAcesso em 30/01/2015).

possibilita a interação, e o ciberespaço fornece suporte para que exista uma comunicação direta, coletiva, apoiada nessa interação.

O universal sem totalidades ocorre na fase da evolução humana denominada cibercultura. A principal função da cibercultura é estender os rizomas de significados, que são permitidos pela diversidade dos coletivos inteligentes que compõem o ciberespaço. (LÉVY, 1998/2015).

A escrita no ciberespaço nos remete aos primórdios de sua invenção, na medida em que a interconexão e o dinamismo em tempo real das memórias *on-line* tornam possível o compartilhamento do contexto e do hipertexto. No ciberespaço, todas as informações encontram-se imersas num único processo comunicacional, incluindo as próprias pessoas na sua forma de ser. “Esta interconexão generalizada, utopia mínima e motor primário do crescimento da internet, emerge como uma nova forma de universal” (LÉVY, 1999, p. 118).

Contudo, segundo Lévy (1999, p. 120), a cibercultura dá uma nova forma a um novo tipo de universal, o universal sem totalidade. Todos estão inseridos no dilúvio da comunicação e não pode haver uma totalização, pois cada conexão suplementar acrescenta ainda mais heterogeneidade ao ciberespaço, novas fontes de informação, novas linhas de fuga, de tal modo que o sentido global torna-se menos perceptível, cada vez mais difícil de circunscrever, de fechar, de dominar. A cibercultura permite a existência da humanidade em si mesma, ao contrário da totalidade estabilizada. “Quanto mais o novo universal se concretiza ou se atualiza, menos ele é totalizável” (LÉVY, 1999, p. 120).

Para Lemos, a cibercultura deve ser entendida “como a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônica, que surgiram com as convergências das telecomunicações com a informática na década de 70” (LEMOS, 2003, p. 12). A popularização do uso do termo “cibercultura” começou entre a metade dos anos 80 e o início dos anos 90, a partir de discussões sobre obras de autores como McLuhan e das teorias cibernéticas.

Podem ser considerados exemplos de cibercultura as comunidades de aprendizagem que crescem na internet, envolvidas pela modalidade denominada Ensino a distância (EaD) (LÉVY, 1999, p.160). A necessidade do indivíduo em conhecer e aprender, com o menor custo possível, leva instituições e empresas a se reorganizarem para oferecer o ensino *on-line*. Contribuem, para esse fim, recursos, como repositórios e bibliotecas digitais, *e-books*, *blogs*, portais educativos, de informação e institucionais.

Outro exemplo de manifestação da cibercultura são os *sites* de redes sociais motivados pela necessidade do ser humano de se comunicar e de se conhecer. Para Recuero (2009), as redes sociais na internet são meios de comunicação emergentes que atuam na difusão de informações de forma global e massiva. “Quando uma rede de computadores conecta uma rede de pessoas e organizações, é uma rede social” (GARTON, HAYTHORNTHWAITE e WELLMAN, 1997, p.1).

A crescente demanda pelas redes sociais tem impulsionado sua evolução com a oferta de um processo de comunicação mais interativo, suportado por ferramentas tecnológicas que permitem o uso de imagem e som em tempo real, podendo estar conectado a uma série de diferentes informações.

As redes sociais na internet são constituídas de forma diferente das redes *off-line*, justamente por conta da mediação. As redes sociais *on-line*, por exemplo, são apresentadas através de representações dos atores sociais (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede). Ou seja, ao invés de acesso a um indivíduo, tem-se acesso a uma representação dele. Do mesmo modo, as conexões entre os indivíduos não são apenas laços sociais constituídos de relações sociais.

No meio digital, as conexões entre os atores sociais são marcadas pelas ferramentas que proporcionam a emergência dessas representações. As conexões são estabelecidas através dessas ferramentas e mantidas por elas (RECUERO, 2009).

Lévy (1999) afirma que o ciberespaço é local de mediação para a movimentação social *on-line*, onde os princípios orientadores são a interconexão, as comunidades virtuais e a inteligência coletiva. O ciberespaço aproxima os indivíduos, deixando de lado a noção de tempo e espaço que, anteriormente poderiam funcionar como obstáculos para o estabelecimento de relações sociais no mundo. A tecnologia digital funciona como força impulsionadora da criatividade humana, permitindo que a comunicação se intensifique e que suas ferramentas promovam o convívio, o contato e uma maior aproximação entre as pessoas. O ciberespaço pode ser melhor compreendido diante do esclarecimento que Lévy (1996) faz a respeito do virtual como sendo uma nova modalidade de ser, cuja compreensão é facilitada se considerarmos o processo de virtualização que nos leva a ele.

Para Lévy (1996), o virtual distingue-se do atual na medida em que, diferentemente do possível, não contém em si o real finalizado, mas sim, um complexo de possibilidades que, de acordo com as condições e os contextos, se atualizará de maneiras distintas. “O real

assemelha-se ao possível; em troca, o atual em nada se assemelha ao virtual, mas sim, responde-lhe” (Lévy, 1996, p. 17).

O ciberespaço pode ser, portanto, considerado como uma virtualização da realidade, uma migração do mundo real para um mundo de interações virtuais.

2.2 A Comunicação na era da sociedade em rede

Nos últimos 30 anos, a revolução das Tecnologias Digitais de Comunicação e Informação (TDICs) ocorreu em tão grande velocidade que impulsionou a convergência dos artefatos tecnológicos e eliminou as distâncias postas pelos meios tradicionais de comunicação. As TDICs mudam o comportamento da sociedade, que, modificada, apresenta novas demandas desenvolvendo novas TDICs. Entender como a comunicação está se comportando na era da sociedade em rede requer compreender que

[...] comunicar é compartilhar significados mediante o intercâmbio de informação. O processo de comunicação se define pela tecnologia utilizada para a comunicação, as características dos emissores e dos receptores da informação, seus códigos culturais de referência, seus protocolos de comunicação e o alcance do processo. (CASTELLS, 2009, p.87).

Para James Carey (*apud* SUBTIL, 2014), a comunicação não é um fenômeno ligado apenas à representação, mas sim, uma forma de interação e troca de significados produzidos coletivamente através da simbolização.

A comunicação é um processo simbólico onde a realidade é produzida, mantida, reparada e transformada. Ela é a base da solidariedade humana, que produz os limites sociais, fictícios ou não, que ligam os homens e tornam a vida associativa provável. (CAREY *apud* SUBTIL, 2014, p.31).

Segundo Lévy (1999), as formas de se comunicar também passaram por processos evolutivos e se diferenciaram com a chegada da internet. Surge uma forma de se comunicar mais interativa do ponto de envio de mensagem, que se pode fazer em tempo real, de muitos para muitos. A esse processo, Castells (2009, p.88) chama de autocomunicação de massa que integra as três formas de comunicação definidas por ele como: interpessoal, comunicação de massa e autocomunicação de massas, e enfatiza que na autocomunicação de massa é

impossível o controle da mensagem na questão de quantidade de receptores e transmissores da mesma.

Para o autor, essa nova forma de comunicação, a autocomunicação de massa, permite que atores sociais de todo o mundo usufruam da capacidade que as redes possuem de impulsionar seus projetos, defender interesses e reafirmar valores, atuando diretamente na produção de conhecimento.

O pedagogo Paulo Freire (*apud* MARQUES DE MELO, 1985), em suas reflexões sobre os fenômenos comunicacionais, dizia que enxergava o processo de comunicação de forma perigosa, partindo do princípio de que o transmissor seria o sujeito que transmite a mensagem; e a mensagem seria seu objeto, pessoal; numa configuração onde o meio adequar-se-ia ao receptor para ser mais eficaz à transmissão. Para Freire, em sua linguagem político-pedagógica, no processo de comunicação não deveria existir receptor que fosse só receptor; seria crucial que um receptor fosse também o produtor de uma determinada mensagem.

A sociedade em rede traz exatamente essa mudança no processo de comunicação, quando as TDICs, desde seu surgimento, tornaram-se artefatos suficientes para instaurar possibilidades de interlocução dos públicos receptores, configurando um novo tipo de comunicação sustentada por novos recursos técnicos. Castells (2006) descreve o contexto em que vivemos como uma sociedade nova que vem mudando e vivenciando uma revolução tecnológica centrada nas tecnologias da informação.

Para Castells (2006, p. 39), “essa revolução tem seu foco na remodelagem da base material da sociedade, onde as economias de todo o mundo passaram a manter uma interdependência global, numa nova forma de relação entre sociedade, Estado e economia”.

Essa nova sociedade é caracterizada como a sociedade da informação em sua realidade diversa. Ou seja, sua base é a informação, quando as atividades decisivas de todos os âmbitos estruturam-se nas tecnologias da informação que, por sua vez, organizam-se em redes em que o centro é o processamento dessa informação (CASTELLS e HIMANEN, 2002).

Atualmente, essas redes aparecem associadas aos *sites* de redes sociais na internet, entendidos neste estudo como uma forma de comunicação mediada pelo computador que permite a visibilidade e a articulação dos atores em redes sociais e a manutenção dos laços sociais estabelecidos no espaço *off-line* (RECUERO, 2009).

Com o advento da comunicação mediada pelo computador e pela internet, várias mudanças foram provocadas na sociedade e as redes sociais tornaram-se um fenômeno, pois

elas estabeleceram uma nova dinâmica de relacionamento, que envolve conexão e interação entre os atores envolvidos. Elas abrem a possibilidade de expressão e sociabilização das informações.

Cada vez mais, as pessoas se organizam não em torno do que fazem, mas com base no que são ou acreditam que são. As pessoas não se contentam em buscar a notícia, elas querem, na maioria das vezes, ser a própria notícia. A relação firmada entre os usuários da rede não se mantém somente no âmbito de compartilhamento de informações. Os usuários passam, a partir da *Web 2.0*, a compartilhar também suas vidas e elementos bem pessoais, e mesmo íntimos, de suas subjetividades.

Essas novas possibilidades de comunicação propiciam ao indivíduo uma nova compreensão de si mesmo, daquilo que ele é e daquilo que ele pensa ou deseja ser. Através desses meios, as pessoas vão se modificando lentamente e criando a sensação de pertencimento aos grupos pelo reconhecimento de identidades semelhantes, mesmo que estejam inseridas em contextos sociais e históricos distintos dos seus.

Para Costa (2008), a construção de interfaces digitais ou ambientes de navegação, a manipulação de dados e a filtragem de informações alimentaram e alimentam a ideia de interatividade, desde o surgimento da computação. Ele afirma que a busca pela interatividade não pretende oferecer apenas ambientes mais amigáveis ou facilidades na comunicação entre as pessoas, ou entre pessoas e máquinas.

Ela visa explorar fatores que influem diretamente sobre nossa atividade consciente como, por exemplo, a necessidade de escolha, a incerteza, as sugestões, o risco e a tomada de decisão diante do excesso de informações, produtos e serviços na internet. Tudo isso põe em jogo elementos subjetivos, como as crenças e as preferências de cada indivíduo. (COSTA, 2008, p.19).

No entanto, isso não significa que todas as pessoas participam da rede, mas todos estão afetados por ela de alguma forma, uma vez que as atividades básicas que configuram e controlam a vida humana em todo o planeta estão organizadas em rede: “os mercados financeiros, a produção e distribuição de bens e serviços, os meios de comunicação, a ciência, a tecnologia e a educação, em especial, a universitária”. (CASTELLS, 2009, p. 51).

Dentro desse contexto de inserção e imersão nas atividades do ciberespaço, podemos refletir também sobre a possibilidade de que o homem da atualidade esteja mais exposto do que em todas as outras épocas de sua existência. Isto porque na era da comunicação mediada

por diversas tecnologias de rede, o homem celebra seu poder de atuação, mas acaba se expondo aos regimes de vigilância previsíveis dentro das regras da internet, por exemplo.

Os *sites* de redes sociais proporcionam que atores possam construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, inclusive, na rede de computadores, as impressões que permitem a identificação de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através dessas impressões. Na internet, é possível examinar com riqueza de detalhes boa parte das trocas sociais mediadas pelo computador.

Seus gostos, seus desejos, suas memórias, toda sua vida fica gravada para todo o sempre, uma vez inseridos na rede mundial de computadores. As mídias sociais, como o *Facebook*, por exemplo, a cada “curtir” de um indivíduo vai traçando seu perfil social, cultural e mercadológico e o repassando aos parceiros, prontos para ampliar o leque de desejos do indivíduo, fornecendo a ele mais e mais daquilo que ele pode, deve e deseja consumir.

Segundo Recuero (2009, p.164), diferentemente da linguagem oral, as informações na internet tendem a permanecer gravadas no computador, o que torna possível observar um histórico de interações, as apropriações realizadas pelos atores sociais, a constituição dos grupos e sua possível ruptura.

Conhecer o funcionamento das redes sociais é fundamental para entender essa apropriação da internet como uma ferramenta de organização social e informação, o que torna possível também compreender os novos valores construídos, os fluxos de informação e as mobilizações que emergem no e do ciberespaço.

Através dos dispositivos midiáticos, os atores da sociedade da informação têm, a cada dia, mais instrumentos para conhecer e perceber as várias comunidades, grupos ou redes às quais pertencem, relacionando perfis por afinidade, informando sobre a existência de pessoas em rede e sugerindo produtos e serviços.

De acordo com Costa (2008), a construção dessa percepção de comunidade, que é diferente e, no entanto, convive com o fato de participar de uma comunidade virtual, possui sua importância ligada à necessidade crescente que as pessoas têm de se sentirem situadas no dilúvio de informações que tomou conta da nossa sociedade.

Nas últimas décadas, profissionais que trabalham em diversos segmentos de negócios, nas diferentes esferas da administração pública, em empresas privadas, nas universidades e instituições de ensino e de pesquisa de forma geral, têm utilizado cada vez

mais o correio eletrônico, os *sites* e portais de suas instituições e até mesmo os *sites* de redes sociais para se comunicarem.

Essas pessoas constituem comunidades virtuais de trabalho, de troca de informações e de conhecimento. Para Lévy (2004), o desenvolvimento das comunidades virtuais é provavelmente um dos maiores acontecimentos dos últimos anos. Elas estimulam uma nova maneira de ‘fazer sociedade’.

A grande evolução das comunidades virtuais está diretamente ligada ao esforço feito pelas pessoas durante a década de 90. É o que afirma Costa (2008), ao afirmar que essas pessoas estabeleceram laços sociais, comerciais e amorosos através de seus computadores.

Elas aprenderam a conversar nas salas de bate-papo, a discutir sobre os mais variados assuntos nos fóruns, a enviar e receber e-mails para resolver problemas, a participar de listas de discussão de grupos de notícias. A internet lhes possibilitou a invenção de novas formas de comunicação, sem grandes preocupações com a presença física ou com a situação geográfica dos interlocutores, sem precisar sequer dar importância, muitas vezes, ao gênero ou situação social daqueles com quem se conversava. (COSTA, 2008, p.74).

Rheingold (*apud* RECUERO, 2009, p. 137), um dos primeiros autores a utilizar o termo “comunidade virtual”, define que as comunidades virtuais são agregações sociais que surgem da internet, quando uma quantidade significativa de pessoas leva adiante as discussões públicas durante um tempo necessário, com suficientes sentimentos humanos, para formar redes de relações pessoais no ciberespaço.

Lévy (2004) defende que a participação em comunidades virtuais é um estímulo à formação de inteligências coletivas, às quais os indivíduos podem recorrer para trocar informações e conhecimentos. Ele acredita que o papel das comunidades é de funcionarem como filtros inteligentes que ajudam a lidar com o excesso de informação, mas igualmente como um mecanismo que abre às visões alternativas de uma cultura.

No pensamento de Lévy (2004), a inteligência coletiva é distribuída por toda parte, de maneira incessantemente valorizada, coordenada em tempo real e que resulta uma mobilização efetiva das diferentes competências. Ele propõe que a inteligência coletiva seja efetiva no ciberespaço, valorizando o que há de mais importante na humanidade, o ser humano, reconhecendo as habilidades que se distribuem nos indivíduos, a fim de coordená-las para serem usadas em prol da coletividade.

Lévy (2004) afirma que, sem valorizar o ser humano, não se pode pensar em inteligência coletiva em nossa sociedade, pois não seria outro, senão o ser humano, o centro

dessa proposta que visa interligar as subjetividades em tempo real de maneira não totalitária, valorizando cada indivíduo naquilo que é e que sabe na busca do conhecimento.

Se antes as técnicas e práticas de comunicação das informações eram baseadas no trabalho individual e o gerenciamento das mesmas ocorria em acervos tradicionais coordenados por gestores, hoje o trabalho torna-se coletivo, as informações são distribuídas e encaminhadas em fluxos, orientadas aos usuários e, muitas vezes, pelos próprios usuários. O trabalho coletivo permitiu o desenvolvimento das redes, o intercâmbio de informações e as novas formas de acesso, construção e compartilhamento de conhecimento.

A comunicação do conhecimento através da internet passou a ser o eixo central da inteligência coletiva, pois a internet é a técnica, ou seja, o instrumento que possibilita a cada indivíduo inserir seu saber em um lugar comum. O saber, por sua vez, é absorvido por todos e transformado por cada um, visando o compartilhamento do conhecimento para o maior número de pessoas ligadas em rede.

Segundo Costa (2008), entre os fenômenos de inteligência coletiva na internet destacaram-se, nos últimos anos, a *Wikipédia*, lançada em 2001, com o propósito de se tornar a maior enciclopédia virtual aberta; e o *Google*, criado em 2002, como a maior multiplataforma da internet e o maior portal de busca da rede. De acordo com Costa (2008), o *Google* é um testemunho de que a sociedade da informação vive em torno do investimento na inteligência coletiva; e o *Orkut*, lançado em 2004, no Brasil, *site* de rede social, embora tenha sido extinto em setembro de 2014, é considerado o marco do fenômeno conhecido por “redes sociais”. Para Costa (2008), o conceito trazido pelo *Orkut* mudou completamente o que se compreendia por comunidade virtual, uma vez que sua proposta era oferecer uma área para cada participante, a possibilidade para cada um criar quantas comunidades desejasse e oferecer a chance de todos participarem de qualquer outra comunidade. “O *Orkut* incentivou a propagação das redes sociais” (COSTA, 2008, p. 84).

Costa (2008, p. 84) também relata a criação da maior plataforma para publicação de vídeos, aberta a qualquer usuário de internet, o *Youtube*, criado em 2005. “O *Youtube* tornou-se um canal virtual de referência para a divulgação de tudo que se possa imaginar”. E por fim, em 2007, o *Twitter*, que se apoia na sinergia entre internet e celular para troca de mensagens via *site* se reúne a esse ciberespaço.

2.3 O Ciberespaço como ambiente de construção de subjetividades

Desde o início do desenvolvimento, a sobrevivência do homem depende de sua interação com o meio. Ao nascer, a criança depende completamente das pessoas que a cercam. A interpretação dos movimentos e das expressões emotivas da criança pelo outro permite a satisfação de suas necessidades físicas e afetivas. Enquanto a criança cresce, em contato e em trocas com o mundo, com pessoas e objetos, ela recebe estímulos que incentivam o seu desenvolvimento físico, emocional e de raciocínio.

Para Vygotsky (1989), pela interação social, a criança tem acesso aos modos de pensar e agir correntes em seu meio. É através da cultura que ela compartilha as formas de raciocínio, as diferentes linguagens (oral, artística, gestual, escrita, musical, matemática etc.), as tradições, os costumes e emoções.

A utilização de instrumentos¹² é uma característica essencialmente humana que possibilita um maior domínio do meio e o desenvolvimento de habilidades específicas para utilizá-lo. Os signos¹³ elaborados pela cultura servem como instrumentos intelectuais que exigem do homem e, ao mesmo tempo, possibilitam-lhe uma diferenciação do pensamento em relação aos outros animais. A comunicação é vista como uma forma de interação e troca de significados produzidos coletivamente através da simbolização (VYGOTSKY, 1989).

Segundo Braga & Carvalho (2012), quando o indivíduo passa a utilizar signos internos e representações mentais, ele constrói um controle interno e deixa de ser tão dependente do controle externo. As palavras são signos que substituem os objetos do mundo real e dão ao indivíduo a capacidade de operá-lo mentalmente: planejar, estabelecer relações, associar, compreender.

O ser humano, sendo um ser social por natureza, precisa se comunicar e, para isso, necessita conhecer códigos de comportamento que facilitem seu relacionamento com os demais, dando um tom amistoso às suas relações sociais. Os relacionamentos visam aproximar pessoas e são constituídos por meios e ferramentas de comunicação que são utilizados como mediadores sociais.

De acordo com Gindre (2009), a comunicação e a cultura são direitos humanos inalienáveis. Se o ser humano for privado de sua capacidade de produzir cultura e de intercambiar essa cultura, de estabelecer trocas com outros seres humanos, e criar processos comunicacionais, ele é privado da sua própria humanidade.

¹²Instrumentos: “[...] meios externos utilizados pelos indivíduos para interferir na natureza, mudando-a e, conseqüentemente, provocando mudanças nos mesmos indivíduos” (LUCCI, 2002, p.140).

¹³Signo: é um instrumento da atividade psicológica e da linguagem que atua no sistema simbólico dos grupos humanos, e que representa um salto qualitativo na evolução da espécie (VYGOTSKY, 1989).

A comunicação deve atuar como um processo no qual as pessoas interagem em vários níveis e de várias maneiras. A interação face a face é um tipo de comunicação que foi usada durante a maior parte da história da humanidade. Costumes e tradições foram transmitidos de pai para filho através das narrativas orais quando as histórias eram contadas atravessando gerações. Thompson (1998, p. 285) vê a comunicação como uma “forma de interação e a distingue em três tipos: interação face a face; interação mediada, e a quase-interação mediada tecnicamente”.

O autor classifica como interação face a face aquela que ocorre em um espaço-tempo comum e copresente; o conceito de quase-interação mediada abrange a comunicação por meio de instrumentos como livros, jornais, televisão e rádio, geralmente pela mídia de massa; e a quase-interação mediada tecnicamente compreende a utilização de um meio técnico comunicacional como o telefone. Para Thompson (1998), os meios de comunicação não só modificam a forma de se comunicar, como transformam a maneira pelas quais as pessoas se relacionam consigo e com os outros.

Essa classificação é um exemplo dos diferentes meios de comunicação existentes, uma vez que a comunicação, desde sua forma mais primitiva (face a face) até a mais incrementada na atualidade (meios tecnológicos), é a maior responsável pela produção, emissão e apreensão do conhecimento.

Para Calvino (2009), a crescente presença das tecnologias de informação e comunicação em todas as esferas da vida social, articulando e rearticulando experiências sociais e possibilitando novas formas de interação, tem sido um campo que vem se abrindo para novas formas de produção de si mesmo e novos processos de subjetivação dos atores sociais.

O ciberespaço está aproximando esses atores, modificando a noção de tempo e espaço que, anteriormente, poderiam funcionar como obstáculos para o estabelecimento de relações sociais no mundo. A mobilidade propiciada pelo ciberespaço é singular porque ela provoca outro tipo de comportamento e subjetividade no indivíduo. As tecnologias permitem que a comunicação se intensifique e que suas ferramentas promovam o convívio, o contato e uma maior aproximação entre as pessoas (LÉVY, 1999).

“Nossa sociedade se tece com a tecnologia. Nós nos subjetivamos já hibridados com a tecnologia. Poder-se-ia dizer que não há sociedade fora da tecnologia, não há sujeito fora da tecnologia” (CALVINO, 2009, p.44). Para o autor, a sociedade vive hoje entre telas que a dilui e a converte em sujeitos de outras subjetividades:

[...] os dispositivos tecnológicos e midiáticos não devem ser entendidos como elementos que, uma vez presentes no cenário contemporâneo, criariam uma subjetividade menos verdadeira ou autêntica. É preciso pensar que a subjetividade se constitui na interação com tais dispositivos, o que provoca um efeito de rede, na qual nos agenciamos com as tecnologias para nos produzir como sujeitos. (CALVINO, 2009, p.47).

Para Sperotto (2009), a subjetividade contemporânea é polifônica e está sendo constituída na convivência com determinadas condições e possibilidades de uma heterogeneidade de discursos institucionais: a família, a escola e a mídia (em suas diferentes formas: revistas, jornais, rádio, televisão e internet), que são dispositivos de “produção” e de “modelação” dessa subjetividade. As pessoas estão disponíveis para dar passagem aos fluxos informativos que as atravessam.

Elas são capturadas por imagens, sensações e pensamentos produzidos pelas conexões e afecções com instâncias afetivas, cognitivas, sensitivas e perceptivas que se tornam visíveis através das múltiplas maneiras pelas quais a pessoa se expressa: escrita, fala, gestos, olhares, expressões corporais. A essas formas que nos permitem mostrar os diferentes modos de vida que nos compõem enquanto ser humano chamo de subjetivação. (SPEROTTO, 2009, p.282).

Em sendo a subjetividade um fluxo contínuo de modos de ser, existir e viver, torna-se possível considerar que os sujeitos, as tecnologias, as instituições e os produtos culturais da sociedade produzem subjetividades que não são dadas, mas sim, produzidas por essas instâncias e administradas por uma imensidão de artefatos tecnológicos, que nos compõem constantemente.

Dessa forma, pode-se pensar que cada espaço por onde se circula e cada grupo com o qual se convive produz em cada um uma subjetividade que subsidia a construção da identidade do sujeito.

Essa experiência das interações sociais atua diretamente no desenvolvimento da identidade, que pode ser analisada entre a semelhança e a diferença, entre o que faz do indivíduo um ser singular e o que, ao mesmo tempo, o torna semelhante aos outros. Assim, é possível afirmar que o desenvolvimento da identidade é influenciado pelo meio.

Para Ciampa (1987), identidade é metamorfose, um processo de composição do eu que promove constantes mudanças pelas condições sociais e de vida nas quais o indivíduo está inserido. No processo de formação da identidade, os papéis que o indivíduo assume ao longo de sua vida fazem parte de sua construção, partindo de uma identidade pressuposta (o que o

outro ou a própria pessoa idealizava em relação ao desempenho daquele papel), a vivida e a que será vivida como projeto de vida (CIAMPA, 1987, p. 241).

Silva (2000, p.78) afirma que a identidade e a diferença não podem ser compreendidas fora dos sistemas de significação nos quais adquirem sentido, pois elas não são seres da natureza, mas da cultura e dos sistemas simbólicos que a compõem. Para compreender a identidade, deve-se sempre enxergar a posição do sujeito, quem é ele, de onde ele vem, e o que faz com que ele esteja presente num determinado contexto.

A identidade constitui-se numa série de competências desenvolvidas em interações sociais na medida em que o sujeito age. A identidade tem um caráter duplo: por um lado, ela é algo permanente e, por outro lado, ela é algo que está em constante movimento (SILVA, 2000).

“A emergência da cultura digital e seus sistemas de comunicação mediados eletronicamente transformam o modo como o sujeito era pensado até então, prometendo também alterar a forma da sociedade. Essa cultura promove o indivíduo como uma identidade instável, como um processo contínuo de formação de múltiplas identidades”. (SANTAELLA, 2004).

A cultura digital transformou a linguagem com a qual o indivíduo se comunica. Conforme afirma Vygotsky (2001), a linguagem é o instrumento psicológico para a regulação do comportamento. Com ela, a percepção muda, formam-se novas memórias e novos processos de pensamento. O pensamento é determinado pela linguagem e sua natureza conceitual ocorre devido à existência dessa linguagem que tem como funções refletir o mundo exterior, planejar e determinar o curso de uma ação. É através dela que o ser humano se constitui como sujeito.

A partir de tais considerações é que esta pesquisa pretende descrever os processos de construção de subjetividades dos sujeitos que compõem a comunidade acadêmica da UFVJM. Estudantes, técnicos administrativos e docentes que se formam e se transformam nas interações através das redes sociais *on-line* e *off-line* da Universidade. Através do reconhecimento de quem são esses sujeitos é que se torna possível trabalhar a comunicação, utilizando estratégias acertadas na disseminação e construção do conhecimento, em comunidades compostas por públicos detentores de várias identidades sociais e culturais.

3 CIBERESPAÇO E COMUNICAÇÃO NAS UNIVERSIDADES

3.1 A infraestrutura das tecnologias digitais da informação e da comunicação

Conhecer o conceito de técnica e sua transformação em tecnologia permite tentar compreender as profundas transformações em curso no mundo contemporâneo. A palavra técnica vem do grego *téchne*, que se traduz por “arte” ou “ciência”. A técnica¹⁴ é um conjunto de métodos e processos de uma arte ou de uma profissão; um conjunto de regras, normas ou protocolos utilizado como meio para se alcançar uma meta ou um objetivo.

Com a evolução da humanidade, as técnicas utilizadas pelos nossos antepassados foram sendo aperfeiçoadas e desse desenvolvimento, a partir do século XVIII, com a Revolução Industrial, o trabalho individualizado passou a ser coletivo. Novas técnicas (meios) foram surgindo, e, por conseguinte, seu avanço para o surgimento da tecnologia usa do conhecimento básico, construído a partir da evolução da ciência, para atender às demandas apresentadas por uma nova sociedade regida pelo setor econômico.

A palavra tecnologia tem origem no grego "*téchne*", que significa "técnica, arte, ofício", juntamente com o sufixo "*logia*" que significa "estudo". Por definição¹⁵, tecnologia é o estudo dos instrumentos, processos e métodos empregados nos diversos ramos industriais. A tecnologia é entendida também como um produto da ciência e da engenharia que envolve um conjunto de instrumentos, métodos e técnicas que visam à resolução de problemas. É uma aplicação prática do conhecimento científico em diversas áreas de pesquisa.

O processo de evolução da técnica para a tecnologia no setor econômico repercutiu no processo de educação. Em princípio, foram criadas escolas técnicas com a finalidade de formar técnicos em diversas áreas do setor econômico, para atender a mão de obra exigida pelo setor produtivo. As técnicas utilizadas nessas escolas pouco a pouco foram substituídas: o quadro-negro pelo branco, o giz pelo pincel, os recursos pedagógicos foram ampliados com a chegada do retroprojeto, o computador, o *data-show*, a internet entre outros.

Vistos como artefatos que podem propiciar a propagação da cultura nas instituições de ensino, a internet e todas as demais tecnologias lançam o desafio da universalização e da democratização da educação que abre suas portas e janelas para a convivência com diferentes valores e culturas. Lévy (1996, p.187) nomeia os artefatos computacionais de “tecnologias inteligentes”, por concebê-los como ferramentas comunicacionais e exalta sua influência na constituição de culturas e inteligências dos grupos.

¹⁴(<http://conceito.de/tecnica>Acesso em 30/01/2015)

¹⁵(<http://www.significados.com.br/tecnologia-2/>Acesso em 30/01/2015)

A inserção da tecnologia digital no universo da educação proporcionou também o advento do Ensino a Distância, que tendo o computador e a internet como mediadores nesse processo de ensino e aprendizagem, apresenta-se como um novo instrumento de universalização da educação para as camadas que não possuem maneiras de ingressar no sistema presencial de ensino.

Contudo, esse universo digital, articulador das novas formas de se “fazer” a sociedade, faz parte da História da Computação, e torna-se ponto importante de pesquisa no contexto das distintas estratégias de disseminação e apreensão do conhecimento pela humanidade. O impacto dessa digitalização na sociedade contemporânea é imenso e a dependência da humanidade em torno dela é cada vez maior.

Para Fonseca Filho (2007), a computação nasceu do desejo de se compreender a capacidade que o homem tem de resolver problemas de forma sistemática. A evolução dos conceitos em informática sempre esteve ligada à da matemática. Nas universidades, a computação nasceu dentro dos departamentos de Matemática.

Ao se estudar um pouco, percebe-se que toda essa tecnologia é fruto de um devir de séculos, uma auto-estrada de quase 2000 anos, paciente e laboriosamente pavimentada por figuras que são desconhecidas por muitos de nós, profissionais de informática, ou só superficialmente conhecidas. (FONSECA FILHO, 2003, p.8).

De acordo com Fonseca Filho (2007, p.13), a computação é um conjunto de conhecimentos formado por uma infraestrutura conceitual e um edifício tecnológico onde se materializam o hardware e o software. Essa teoria baseia-se na definição e construção de máquinas abstratas e no estudo do poder dessas máquinas na solução de problemas.

A computação tem a preocupação constante de minimizar o esforço repetitivo e tedioso do homem, produzindo o desenvolvimento de máquinas que passaram a substituir os homens em determinadas tarefas. Entre essas está o computador, que se expandiu e preencheu rapidamente os espaços modernos pelos quais circulam as pessoas. A partir do aparecimento da noção de número natural, passando pela notação aritmética e pela notação mais vinculada ao cálculo algébrico, mostra-se como apareceram regras fixas que permitiram computar com rapidez e precisão, poupando, como dizia Leibniz, o espírito e a imaginação. (FONSECA FILHO, 2007, p.13).

A Ciência da Computação é muito recente e a Segunda Guerra Mundial pode ser considerada seu marco inicial, quando efetivamente construíram-se os primeiros computadores digitais que marcaram um avanço exponencial na computação, abrindo-a em

um grande leque de tecnologias, conceitos, ideias e transformando-a em uma figura quase irreconhecível (FONSECA FILHO, 2007).

O pesquisador afirma que, a partir da década de 1930, alguns cientistas começaram a trabalhar com dispositivos de cálculo com um tipo de sistema de controle automático. Já se dispunha da tecnologia necessária e, assim, foram criados os primeiros computadores mecânicos e eletromecânicos, além de vários projetos de computadores eletrônicos futuros (FONSECA FILHO, 2007).

Segundo Lee (1995), um marco importante na história da computação ocorreu também na década de 30, quando Helmut Theodor Schreyer, engenheiro eletricista, nascido em 4 de julho de 1912, em Delitzsch (Alemanha), e morto em 12 de dezembro de 1984, no Brasil, auxiliou o colega Konrad Zuse no projeto de construção do primeiro computador constituído por componentes mecânicos e eletromecânicos.

No Brasil, na década de 50, os computadores eram raridade curiosa, quase inacessível. Assim, a computação no Brasil iniciou-se, no decorrer do mandato de Juscelino Kubitschek (1956 –1961), que possuía uma filosofia de governo baseada no desenvolvimento econômico planejado e destinada a tirar o País do atraso. O lema de Juscelino era “avançar cinquenta anos em cinco” e, para colocá-lo em prática, traçou um Plano de Metas.

Em 1960, foi inaugurado o primeiro computador da América Latina em Universidades e o primeiro do Brasil, no centro de processamento de dados da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ). Na época da inauguração, a PUC recebeu a visita do Cardeal Montini de Roma, que mais tarde tornou-se o papa Paulo VI, convidado juntamente com o então Presidente da República, Juscelino Kubitschek, para inaugurarem o computador. Assim, o Cardeal Montini inaugurou o primeiro centro de processamento de dados do País e o presidente Juscelino inaugurou o computador. O equipamento teve o mérito de mostrar aos estudantes, entre outras coisas, novas técnicas de cálculos científicos para aplicação em várias áreas de engenharia e pesquisa (HERZ, 1986).

O desenvolvimento da informática brasileira começou a se estabilizar, a partir do desenvolvimento de computadores no País, e os primeiros protótipos surgiram nas universidades nacionais como projeto de conclusão dos cursos de graduação em engenharia. Assim, com base nesses projetos, o desenvolvimento tecnológico do país alavancou.

De acordo com Fonseca Filho (2007, p.139), o século XX, do ponto de vista científico, pode ser caracterizado como um tempo em que se produziu uma aceleração tecnológica e um avanço nas comunicações sem precedentes na história da humanidade. Para ele, não há nada

comparável. Após as revoluções do ferro, da eletricidade, do petróleo, e da química, veio a revolução apoiada na eletrônica e no desenvolvimento dos computadores.

A partir dos anos 70 iniciaram-se a integração em grande escala da televisão, telecomunicação e informática, em um processo que tende a configurar redes informativas integradas, com uma *matriz de comunicação* baseada na informação digital, com grande capacidade de veicular dados, fotos, gráficos, palavras, sons, imagens, difundidos em vários meios impressos e audiovisuais. Pode-se até dizer que, em certo sentido, as mídias estão sendo suprimidas, pois tudo está se tornando eletrônico. (FONSECA FILHO, 2007, p. 139).

Para Fonseca Filho (2007, p. 139), a integração dos meios de comunicação tem gerado também uma progressiva fusão das atividades intelectuais e industriais do campo da informação. Jornalistas das redações dos grandes jornais, agências de informação e assessorias de comunicação, artistas, comunidade estudantil e pesquisadores trabalham diante de uma tela de computador. Em algumas sociedades, como a norte-americana, por exemplo, quase 50% (dados de 1955) da população economicamente ativa está dedicada a atividades industriais, comerciais, culturais, sociais e informacionais relacionadas com coleta, tratamento e disseminação da informação.

Há um aumento da eficiência informacional a cada dia, e se barateiam cada vez mais os custos tecnológicos. Não esquecendo que o computador, diferentemente das outras máquinas (que manipulam, transformam ou transportam matéria e energia) manipula, transforma e transporta um elemento muito mais limpo e menos consumidor de energia e matéria prima. Abre-se, portanto uma porta para um crescimento ilimitado da informação. A Computação ajudou a catalisar: o surgimento da Sociedade da Informação. (FONSECA FILHO, 2003, p. 139).

Se no passado o problema era o acesso e a coleta de informação, agora o problema é sua seleção e avaliação. A possibilidade de recolher, processar, difundir e recuperar informação de maneira quase instantânea implica numa certa desvalorização da notícia. A informação em doses exageradas acaba por tornar-se ruído. Para Fonseca Filho (2007, p.140), por mais informação que exista, se não houver uma capacidade de tratamento que a converta em significativa, ela se transforma em ruído: as pessoas são incapazes de assimilar e tratar tanta abundância informativa. É necessário que se enfatize, cada vez mais, a análise da informação e que se encorajem as inovações técnicas nesse campo.

3.2 Comunicação digital e Sistemas de Comunicação

Desde que o computador foi criado, as inovações e reformulações desse suporte e do sistema de processamento de dados não param de ser ampliadas a partir das criações humanas. Para Lévy (1998), o computador é uma nova ferramenta de experiência e de pensamento:

A mediação digital remodela certas atividades cognitivas fundamentais que envolvem a linguagem, a sensibilidade, o conhecimento e a imaginação inventiva. A escrita, a leitura, a escuta, o jogo e a composição musical, a visão e a elaboração das imagens, a concepção, a perícia, o ensino e o aprendizado, reestruturados por dispositivos técnicos inéditos, estão ingressando em novas configurações sociais. (LEVY, 1998, p.17).

A nova instrumentação tecnológica, segundo Lévy (1998), está presente em praticamente todos os campos das atividades humanas, compondo o que ele denomina de tecnologia intelectual. Ao longo de todos os momentos históricos, o homem foi desenvolvendo técnicas que o auxiliaram a construir seus mecanismos de atuação sobre a realidade. Em outras palavras, as técnicas são também maneiras de produzir conhecimento.

As pessoas que cresceram em um ambiente de acesso às tecnologias da comunicação digital tendem a raciocinar e a criar conhecimento de forma diferente das gerações anteriores, que cresceram expostas a um sistema midiático menos interativo. Esse é o pensamento do pesquisador Tapscott (2010), que observa uma diferença fundamental no desenvolvimento das crianças denominadas por *Baby Boomers* (nascidas entre 1946 e 1964) e a Geração Y (nascidas entre meados de 1970 e meados de 1990), no modo como se relacionaram com a mídia predominante em sua época e as diferenças cognitivas percebidas em sua forma de aprender e raciocinar.

Tapscott (2010) entende que a televisão, por usar uma linguagem que expõe conteúdo ao seu espectador, exigiu menos da capacidade criativa dessas crianças em comparação com aquelas que cresceram usando a internet. Para Tapscott (2010), há oito tendências que caracterizam o comportamento da Geração Y: liberdade, customização, investigação, integridade, colaboração, entretenimento, velocidade e inovação.

A customização é um exemplo da necessidade do indivíduo em personalizar os produtos que adquire a mensagem que envia, a linguagem que utiliza. Uma vez que ele apresenta um comportamento também customizado na rede, é reforçada a atuação do ciberespaço na construção de identidades.

Segundo Tapscott (2010), as organizações precisam estar atentas a essas tendências para entenderem como essa geração influenciará as estruturas laborais, educacionais e

políticas, hoje e no futuro. Para ele, será ineficaz buscar enquadrar os indivíduos dessa geração aos paradigmas atuais.

Propõe-se que, para estimular e obter os resultados da cultura de colaboração da Geração Y, as instituições criem um ambiente propício para tal (TAPSCOTT, 2010). Em conjunto com outros fatores, elas podem adotar ferramentas de trabalho que permitam a interatividade. O uso de *sites* de redes sociais ou a criação de redes sociais internas é um exemplo, mas outras características como acesso aos principais órgãos decisores e a formação de redes de trabalho também podem ser facilitadas.

Para Corrêa (2009), as organizações precisam considerar a “ambiência digital”:

O que chamamos de ambiência digital reflete exatamente as estruturas de comunicação complexas e autorreconfiguráveis, com potencial de geração de fluxos informativos e comunicacionais, pluridirecionais, descentralizando a verticalidade das relações sociais e de comunicação nos diferentes ambientes, sobretudo nas empresas. [...] evidencia-se o fato de que a comunicação na sociedade contemporânea e a comunicação corporativa, especificamente, recorrem cada vez mais à invisível e poderosa rede de conexões provida pelas TDICs. Nesse sentido, caminhamos para um mundo cujas ações e características físicas serão sustentadas por conexões digitais de diversas categorias (CORRÊA, 2009, p. 326).

Na concepção de Tapscott (2010) e Corrêa (2009), as organizações só têm a perder ao manterem fluxos unilaterais de comunicação interna e apenas descendentes. Existe uma atuação em rede e a rede é, hoje, uma importante forma de expressão dos interesses coletivos. Lévy (2004) contribui com essa análise, acrescentando que a base e o objetivo da inteligência coletiva são o reconhecimento e o enriquecimento mútuo das pessoas: uma inteligência distribuída por toda parte, entre todos os indivíduos, que não está restrita a poucos privilegiados. O saber está na humanidade e todos os indivíduos podem oferecer conhecimento. A inteligência coletiva só pode ocorrer a partir da mediação das tecnologias da informação e comunicação, com as quais os saberes dos indivíduos poderão interagir.

O gerenciamento e coordenação desses saberes podem ocorrer no ciberespaço, o qual não é apenas composto por tecnologias e instrumentos de infraestrutura, mas também é habitado pelos saberes e pelos indivíduos que os possuem (LÉVY, 1999). O ciberespaço permite que os indivíduos mantenham-se interligados independentemente do local geográfico em que se situam. Ele desterritorializa os saberes e funciona como suporte ao desenvolvimento da inteligência coletiva.

Introduzir o conceito de inteligência coletiva nas instituições pode ser uma viável estratégia para efetivar os processos de comunicação, pois o que reuniria os membros de uma organização não seria mais o sentimento de pertencimento ao lugar ou a ideologia, mas sim as capacidades de compartilhamento dos saberes individuais. Segundo Lévy (2004), o foco da criação do projeto de inteligência coletiva é fazer com que sejam aparentes as identidades de cada indivíduo em uma comunidade, mostrando o saber coletivo dessa comunidade.

3.3 Tecnologia digital na universidade: comunicação e conhecimento

Segundo Teixeira (1998), a universidade é na sociedade moderna uma das instituições características e indispensáveis, sem a qual não chega a existir um povo, o qual não teria uma existência autônoma, vivendo, tão somente, como um reflexo dos demais. Para o autor, quatro grandes e fundamentais instituições constroem e condicionam a vida em comunidade: a Família, o Estado, a Igreja e a Escola. Embora somente a partir da Idade Média a universidade tenha se colocado em pé de igualdade com as demais instituições, ela hoje é entendida como uma das grandes responsáveis pelo florescer da civilização ocidental.

A história de todos os países que floresceram é a história da sua cultura e a história da sua cultura é, hoje, a história das suas universidades. Sempre a humanidade viveu utilizando a experiência do passado, mas essa experiência atingiu, nos tempos modernos, tamanha complexidade intelectual que, sem a experiência das universidades, grande parte dela se teria perdido e outra grande parte nem chegaria a ser formulada. (TEIXEIRA, 1998, p. 34).

Antes das universidades, o ensino medieval se dava por meio de dois tipos de escola: a monástica e a episcopal. Ambas eram religiosas e essencialmente técnicas e, visavam formar o monge e o padre, respectivamente. Para completar o ensino teológico, havia a base preparatória por meio das chamadas “artes liberais”, herança da cultura antiga.

Segundo Janotti (1992), a escola monástica preponderou sobre a episcopal até o século XI, mas no decorrer do século XII, devido ao renascimento urbano e cultural, a escola episcopal se sobressai, por ser tipicamente urbana. No entanto, logo ela é suplantada por uma nova escola, que surge para dar conta das novas demandas e necessidades da sociedade: a universidade.

Após a Revolução Francesa, a universidade napoleônica rompe com a tradição medieval e renascentista e organiza-se subordinada ao Estado, que nomeia os professores e é

assessorado por um Conselho, com o objetivo de garantir que a doutrina acadêmica esteja imune às febres da moda, expandindo-se pelos Países Baixos e Itália. Em função das guerras napoleônicas e revolucionárias, a Alemanha realiza uma profunda mudança em suas instituições, inclusive as universitárias. É sob o impulso do Estado que a concepção de universidade, fundada sobre o princípio das pesquisas e no trabalho científico, amadurece. O marco pode ser considerado a nomeação de Humboldt¹⁶, em 1809, para assumir o Departamento de Cultos e Instrução Pública do Ministério do Interior (JANOTTI, 1992).

No Brasil, a primeira tentativa de criação de uma universidade data de 1592, feita pelos jesuítas na Bahia, mas que não foi autorizada e reconhecida pelo Papa nem pelo então rei de Portugal, D. Antônio (MORHY, 2004). Em 1808, embora o príncipe regente tenha criado o primeiro curso de Cirurgia, Anatomia e Obstetrícia, a universidade só se institucionaliza no século XX, organizando-se de fato a partir da década de 1920 (TRINDADE, 2000).

A implantação de universidades foi tardia no Brasil, em virtude da resistência do governo – desde a Colônia. Somente em 1920 é que o governo dá o nome de universidade à junção de quatro escolas superiores existentes no Rio de Janeiro, mas essa universidade só foi implantada efetivamente em 1937. A primeira universidade foi criada em São Paulo, em 1934, seguindo-se outra, no Rio de Janeiro, em 1935, que logo foi extinta (TEIXEIRA, 1998).

Segundo Fragoso Filho (1984), concretamente, as três primeiras universidades brasileiras são: Universidade do Rio de Janeiro, em 1920; Universidade Federal de Minas Gerais, em 1927; e Universidade de São Paulo, em 1934.

Na nova ordem mundial, devido ao processo de globalização, novas configurações marcam a educação em geral, as políticas educacionais, a escola e o trabalho docente. Ao se relacionar educação com comunicação, busca-se apresentar uma contextualização do cenário atual da educação superior no Brasil, com dados e informações que permitam visualizar como as organizações deverão trabalhar a cada dia em busca de melhorias e solidificação de seus relacionamentos.

As mudanças sociais que ocorrem em todo o mundo, baseadas na estrutura tecnológica e econômica que se apresenta, afetam todas as relações de trabalho nas organizações. Elas influenciam diretamente na maneira de se pensar e fazer a comunicação

¹⁶Friedrich Wilhelm Heinrich Alexander von Humboldt, o barão de Humboldt (Berlim, 14 de setembro de 1769 — Berlim, 6 de maio de 1859), conhecido como Alexander von Humboldt. Foi geógrafo, naturalista e explorador alemão. Irmão mais jovem do ministro e linguista prussiano Wilhelm von Humboldt. (http://pt.wikipedia.org/wiki/Alexander_von_Humboldt - Acessado em 14/06/2015).

organizacional. Identificar canais de comunicação adequados é uma tarefa cuidadosa e que exige um bom conhecimento do ambiente, dos seus costumes, da sua cultura e do perfil dos seus públicos. Conhecer esses públicos e saber como chegar a cada um é fundamental para se obter êxito num programa de comunicação.

A comunicação interna apresenta-se como uma estratégia essencial a ser trabalhada nas organizações (universidades, empresas públicas e privadas, associações, entidades de classe), em especial, nas instituições educacionais, visando informar e integrar os diversos públicos com os quais elas se relacionam.

Segundo Tapscott (2010), os jovens, em especial, ao interagirem com as mídias digitais, possuem seus comportamentos modificados, uma vez que, antes, as mídias de massa eram trabalhadas para captar o máximo de audiência, mas sem que essa audiência interferisse na mensagem. Hoje, com as mídias digitais, os sujeitos sociais são também atores que podem intervir na comunicação.

A perspectiva para a comunicação na atualidade é que os sujeitos superem o papel de meros consumidores de informações e assumam de fato a função de construtores de conteúdos, conhecimentos, culturas e informações através de uma infraestrutura tecnológica, preservando o princípio da comunicação fundamentado numa via de mão dupla, em que é necessário haver interação para que o processo da comunicação se concretize.

Para Torquato (2002), a comunicação é ampla, complexa, semelhante a uma teia de aranha, um emaranhado, uma rede.

Em termos de comunicação empresarial nunca se emite uma mensagem para um só fio, e muito menos se aguarda que a resposta venha da forma esperada e pelo mesmo fio pela qual a mensagem partiu. O que se faz é emitir várias mensagens, para vários fios e ir atrás das respostas por quase toda a teia. (CAHEN, 1990, p. 30).

Para Lima (2008, p. 114), “a ideia é que a comunicação seja um processo pelo qual um ambiente comum é criado e é a partir de onde os interlocutores produzem sentido.” É a perspectiva relacional, na qual o contexto é de interações.

Já as autoras Oliveira e Paula (2008) olham para a comunicação organizacional, ou melhor, para a comunicação no contexto das organizações como produtora de sentido, quando é necessário entender como esses sentidos são construídos e saber como lidar com as diversas maneiras com que eles são estabelecidos pelo relacionamento.

Do ponto de vista da comunicação, toda organização é uma complexa estrutura de relações, entrecortada por vários poderes e interesses, que se manifestam em distintos momentos e são articulados em uma dada situação, por meio de dinâmicas interativas, para ordenar e garantir os sentidos e as intencionalidades geridas pela lógica gerencial e do negócio. (OLIVEIRA e PAULA, 2008, p. 101-102).

Os processos tecnológicos são aliados na disseminação e construção do conhecimento e é preciso entendê-los como tal, para que sejam incorporados efetivamente nas novas práticas da comunicação nas organizações. Esses processos já podem ser visualizados nas universidades brasileiras, através da profissionalização dos setores de comunicação das instituições, do investimento em aquisição de tecnologias adequadas e de sua inserção nos planos de desenvolvimento institucional.

O objetivo desse fortalecimento é estabelecer e consolidar vínculos com seu público interno, acreditando que, através de uma relação interativa, tanto a instituição quanto seus públicos se informam e constroem conhecimentos de forma dialógica. As interações e comunicações estabelecidas atualmente pelas redes sociais, por exemplo, permitem que os usuários construam e reconstruam seus saberes, ressignificando informações e produzindo conhecimento de forma autônoma, responsável e colaborativa.

Adotar as possibilidades da internet, como os *sites* de redes sociais, por exemplo, (*Twitter, Facebook, Blogs, Flickr, Myspace, Youtube* etc.), para favorecer a comunicação interna, exige atenção e cuidado por parte das organizações, pois, diferentemente do uso pessoal, optar por essas mídias requer uma política especial, voltada para suas especificidades de uso e atualização (OLIVEIRA e PAULA, 2008).

A internet vem se configurando como uma tecnologia de democratização da informação e do conhecimento, permitindo a integração de pessoas e culturas espalhadas pelos mais distantes pontos do planeta, criando novos padrões de produção, circulação e consumo do saber. Quase tudo que o homem produziu culturalmente ao longo de sua existência e que, durante séculos, foi documentado em obras impressas, cujo acesso privilegiava apenas uma parcela da sociedade, hoje está disponível também nas estantes virtuais.

4 CIBERCULTURA, CIBERESPAÇO E COMUNICAÇÃO NA UFVJM

4.1 Breve histórico da UFVJM

De acordo com informações constantes da ata¹⁷ de fundação da UFVJM e também no Portal da Universidade¹⁸, a instituição foi fundada, em 30 de setembro de 1953, por Juscelino Kubitschek de Oliveira e federalizada em 17 de dezembro de 1960, como Faculdade Federal de Odontologia de Diamantina (Fafeod). Ela transformou-se em Faculdades Federais Integradas de Diamantina (Fafeid), em 4 de outubro de 2002, e foi elevada à condição de Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), através da Lei 11.173, de 6 de setembro de 2005.

Segundo informações publicadas no Portal¹⁹ da UFVJM, a Instituição, atualmente caracterizada como uma universidade *multicampi*, está constituída de cinco *campi*: o Campus I e o Campus JK localizados na cidade de Diamantina (MG), abrigando seis faculdades e 26 cursos de graduação; o Campus do Mucuri, localizado na cidade de Teófilo Otoni (MG), que abriga três faculdades com 11 cursos de graduação; o Campus de Janaúba, localizado na mesma cidade, com uma faculdade e seis cursos de graduação; e o Campus de Unai, localizado em Unai, com cinco cursos de graduação; além de oferecer quatro cursos de graduação a distância.

De acordo com a *home page*²⁰ da Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação, este setor coordena, supervisiona e dá suporte a todas as ações de pesquisa e pós-graduação no âmbito da Universidade, tendo como meta fortalecê-la, buscando ocupar uma posição de destaque entre as instituições de excelência em pesquisa em ensino de pós-graduação no Brasil. A UFVJM possui 20 programas de pós-graduação no Campus JK em Diamantina, cinco deles em nível de especialização, *lato sensu*; 16 programas *stricto sensu*, 13 em nível de mestrado e dois em nível de doutorado, além de 96 grupos de pesquisas cadastrados.

No que se refere à área de Extensão e Cultura, a UFVJM afirma em seu Portal²¹ que entende a extensão universitária como um processo educativo, cultural e científico que

¹⁷ Anexo A

¹⁸ UFVJM História Disponível em (http://www.ufvjm.edu.br/universidade/historia.html?lang=pt_BR.utf8%2C+pt_BR.UT) Acesso em 13/04/ 2014 e em 14/04/2015).

¹⁹ (www.ufvjm.edu.br) Acesso em 13/04/ 2014 e em 14/04/2015).

²⁰ (<http://www.ufvjm.edu.br/prppg-pos-graduacao.html>) Acesso em 13/04/ 2014 e em 14/04/2015).

²¹ (<http://www.ufvjm.edu.br/proexc/>) Acesso em 13/04/ 2014 e em 14/04/2015).

articula o ensino e a pesquisa e viabiliza a relação transformadora entre universidade e sociedade, contribuindo para o desenvolvimento social, econômico e cultural dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri.

Apesar da jovialidade institucional na condição de UFVJM, a instituição, segundo dados das Pró-Reitorias de Gestão de Pessoas e de Graduação, apurados em novembro de 2015, conta com aproximadamente 800 servidores entre professores e técnicos administrativos, cerca de 200 terceirizados e aproximadamente 8,7 mil alunos matriculados nos cursos de graduação e pós-graduação presenciais e a distância. A UFVJM vem desenvolvendo um importante trabalho de ensino, pesquisa e extensão, priorizando sempre a prestação de serviços às comunidades das regiões onde está inserida.

No ano de 2009, o Instituto de Desenvolvimento Gerencial (INDG) iniciou um trabalho com a comunidade acadêmica da UFVJM para auxiliá-la a definir metas de trabalho em longo prazo, bem como estabelecer sua visão²², missão e valores. Após esse trabalho, foi decidido coletivamente que a visão da UFVJM é estar entre as melhores instituições de Ensino Superior do Brasil, reconhecida e respeitada pela excelência do ensino, da pesquisa e da extensão, contribuindo para o desenvolvimento nacional, em especial dos Vales do Jequitinhonha e do Mucuri e das regiões norte e nordeste do estado de Minas Gerais. Sua missão é produzir e disseminar o conhecimento e a inovação integrando o ensino, a pesquisa e a extensão como propulsores do desenvolvimento regional e nacional. E seus valores estão pautados na ética, responsabilidade socioambiental, democracia, liberdade e solidariedade.

Após 60 anos da implantação de seu primeiro curso, Odontologia, a UFVJM, mediante seu projeto *multicampi* com vistas à interiorização do ensino, tem atendido a uma extensa comunidade de jovens aspirantes ao Ensino Superior.

De acordo com a Resolução nº 35/2009²³, do Conselho Universitário da UFVJM, foi implantada há seis anos, a Diretoria de Comunicação Social (Dicom)²⁴, funcionalmente ligada ao gabinete do reitor, para atender aos setores de toda a Universidade no que diz respeito à divulgação de suas atividades, interna e externamente, produção de material gráfico, apoio a eventos e campanhas institucionais, além de preparação e execução de solenidades.

²² Anexo B

²³ Anexo C

²⁴ UFVJM Dicom - Diretoria de Comunicação Social Disponível em (http://www.ufvjm.edu.br/dicom.html?lang=pt_BR.utf8%2C+pt_BR.UTAcesso em 13/04/ 2014).

Conforme prevê a Resolução, consolidar e ampliar a imagem da UFVJM, na qualidade de instituição de grande importância no cenário regional e nacional, assim como de seus dirigentes, professores, alunos e técnicos administrativos é um dos princípios da Dicom. Entre seus objetivos está o de aquecer as relações com o público, não apenas com os profissionais dos cursos de graduação e pós-graduação existentes, mas também com a comunidade acadêmica e a opinião pública em geral, utilizando a imprensa como mediadora e geradora de expectativas. Também otimizar e aquecer as relações desta Universidade junto a formadores de opinião, com o objetivo de transformá-la em fonte de informação segura e permanente em suas áreas de atuação, é uma das metas do setor.

Ainda de acordo com essa Resolução, são atribuições da Dicom: divulgação interna e externa de todas as atividades da Instituição, entre elas, os projetos de ensino, pesquisa e extensão e das atividades complementares, mantendo a UFVJM na mídia e a comunidade universitária bem informada; assessoria de imprensa: intermediação entre a universidade e os diversos veículos de comunicação de Diamantina, Minas Gerais e outros que se fizerem necessários, além do atendimento à demanda de jornalistas que procuram a Universidade em busca de fontes para entrevistas; planejar e executar eventos e cerimônias institucionais presididos pela equipe gestora e demais profissionais da Instituição e apoiar todos os eventos da Universidade, estejam eles ligados a qualquer uma das pró-reitorias, diretorias, assessorias ou órgãos da Reitoria; produzir o Jornal da UFVJM, o Portal da Instituição, o *Twitter* e o *Clipping* eletrônico e impresso, além de coordenar o trabalho de divulgação institucional e desenvolvimento de campanhas de publicidade dos processos seletivos de ingresso à Universidade, incluindo todas as suas etapas.

O Jornal da UFVJM, publicação bimestral da Universidade, teve sua primeira edição em agosto de 2004, quando a Instituição ainda era Faculdades Federais Integradas de Diamantina (Fafeid). De lá para cá, a Fafeid se transformou em universidade, e o jornal acompanhou as transformações tecnológicas e passou a apresentar, a partir de 2007, sua versão *on-line*²⁵, alcançando um público bem maior (FIG. 1).

²⁵(http://www.ufvjm.edu.br/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=154&Itemid=996Acesso em 13/04/ 2014).

Figura 1- Capa do primeiro Jornal da UFVJM publicado no Portal da Instituição em 2007



Fonte: (http://www.ufvjm.edu.br/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=154&Itemid=996)

Acesso em: 15/04/ 2015).

Figura 2 – Jornal da UFVJM publicado no Portal da Instituição após primeira alteração em seu projeto gráfico



Fonte: (http://www.ufvjm.edu.br/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=154&Itemid=996)

Acesso em: 15/04/ 2015).

Em 2011, o Jornal da UFVJM ganhou um novo projeto gráfico, beneficiando o leitor com um *layout* mais arrojado e moderno, preocupado em ser uma fonte segura e permanente das áreas de atuação da Universidade. Em agosto de 2012, a publicação foi registrada no Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) sob o número ISSN2238-8176.

Figura 3 – Jornal da UFVJM publicado no Portal da Instituição em 2011 após segunda e última alteração em seu projeto gráfico



Fonte: (http://www.ufvjm.edu.br/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=154&Itemid=996 Acesso em: 15/04/ 2015).

Outra atividade fundamental do dia a dia da Dicom é o *Clipping*, que consiste em um serviço de recorte de jornais diários, semanários e publicações especializadas impressas e *on-line* de periodicidade variada, para serem colocados à disposição do público em geral.

4.2 Ferramentas digitais na UFVJM

O Portal Institucional foi criado em 2007, sob a responsabilidade conjunta da Diretoria de Comunicação Social (Dicom) e da Diretoria de Tecnologia da Informação (DTI) da UFVJM. O Portal da Universidade é um veículo *on-line*, *Web 1.0*, de divulgação das informações institucionais, mantido e alimentado pela Dicom, em parceria com a DTI, com

vistas à descentralização da inserção de conteúdo e atualização constante das informações. O Portal da UFVJM tem como propósito criar e manter uma rede de comunicação interna da Universidade - a Intranet, para uma comunicação periódica mais efetiva, além de divulgar o Jornal da UFVJM em versão *on-line*. No Portal da Universidade, concentra-se um grande volume de informações fixas, estáticas, bem como de natureza factual.

Figura 4 – Página inicial do Portal da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri



Fonte: (http://www.ufvjm.edu.br/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=154&Itemid=996

Acesso em: 08/03/ 2015).

O *Twitter* da UFVJM foi criado em 2010 (FIG.2), sob responsabilidade da Dicom no que diz respeito à sua conferência e alimentação. O *Twitter* recebe verificação de hora em hora, além da atualização de conteúdos para manter os seguidores em constante sintonia com as informações divulgadas pela UFVJM.

O *Twitter* é um micromensageiro²⁶ no qual os usuários são convidados a responder à pergunta “*What’s happening?*” (O que está acontecendo?) em até 140 caracteres a cada atualização. Lançado em 2006, nos Estados Unidos, o *Twitter* funciona através da criação de

²⁶Disponível em <http://www.twitter.com>. Apesar de a ferramenta ser constantemente referida na literatura como “microblog”, entende-se que as apropriações conferidas pelos usuários à ferramenta fizeram com que ela se aproximasse mais de um mensageiro instantâneo (como MSN, *Google Talk*) do que propriamente da figura de um *blog*.

uma conta pelo ator, a qual lhe dá acesso a uma página em que poderá publicar suas mensagens. Cada ator pode determinar quem deseja seguir (a categoria *following*, aqueles atores de quem receberá as atualizações) e também poderá ser seguido por outros usuários (os *followers*, aqueles que vão receber suas atualizações). Por definição, as atualizações (os *tweets*) são públicas, mas os atores podem configurar suas contas para que elas se tornem de acesso privado. A página criada na ferramenta também pode ser personalizada pelo ator, por meio da escolha de avatar, cores e imagens. O ato de “seguir” usuários e permitir o intercâmbio de mensagens dá ao *Twitter* uma aparência de rede social. Mas ao contrário do *Facebook* e de outras redes do gênero, o *Twitter* não é fechado, ou seja, está disponível para qualquer pessoa no mundo que tenha acesso à internet, aproximando-se dos blogs nesse aspecto.

Figura 5 – Página inicial do *Twitter* da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri



Fonte: (http://www.ufvjm.edu.br/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=154&Itemid=996

Acesso em: 08/03/ 2015).

Na UFVJM, a partir de levantamento realizado através de entrevistas²⁷ pontuais com uma população reduzida, composta por três profissionais que vivenciaram as transformações ocorridas ao longo dos últimos sete anos nas atividades relativas à implantação das

²⁷ Apêndice A

tecnologias na Universidade e nos processos de comunicação interna, foi possível traçar um breve histórico sobre o desenvolvimento da informatização e digitalização. Foram feitas três entrevistas de caráter semiestruturado quando aos sujeitos foi demandado um testemunho sobre o histórico da implantação das tecnologias de comunicação interna da Universidade. A entrevista foi gravada em áudio, com duração máxima de 60 minutos.

O roteiro²⁸ para a entrevista envolveu aspectos que possibilitaram identificar e descrever o cenário de evolução das tecnologias digitais de informação na Universidade, bem como conhecer a capacidade tecnológica da UFVJM atualmente, suas limitações e as regras que normatizam o uso das ferramentas de tecnologia, para, assim, apresentar uma proposta de melhoria no processo de comunicação interna dentro do ciberespaço oferecido pela Instituição.

As entrevistas contemplaram os seguintes aspectos: a instalação do Pop; o primeiro site da Universidade; a criação do Portal; a implantação do Sistema Integrado de Gestão Acadêmica (Siga); o software livre de apoio à aprendizagem, "Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment", a plataforma *Moodle*; o *Twitter*; as resoluções existentes que normatizam o uso das tecnologias digitais na UFVJM; os bloqueios no uso das redes sociais dentro da Instituição; as condições técnicas existentes na Universidade hoje, e o prognóstico para a recepção de propostas de desenvolvimento de novas TDICs a serem utilizadas no seu processo de comunicação interna.

Dos entrevistados, dois são técnicos administrativos da área de Tecnologia da Informação da UFVJM, com idade entre 30 e 40 anos e estão na Instituição há nove e oito anos. O terceiro entrevistado é professor da área de informática, que está na UFVJM há aproximadamente seis anos e possui idade entre 30 e 40 anos. Através dos dados coletados nas entrevistas, foi possível construir o histórico descrito a seguir sobre o cenário da área de tecnologia da Universidade, desde 2006 até o final de 2014.

Em outubro de 2006, quando da chegada do primeiro Analista de Sistemas nas então Faculdades Federais Integradas de Diamantina (Fafeid), a Instituição possuía um *link*²⁹ de valor real fornecido pela Rede Nacional de Pesquisas (RNP) de dois megabites por segundo (MDPS), através da distribuidora da internet em Minas Gerais, o Ponto de Presença do estado

²⁸ Apêndice B

²⁹ *Link* - A palavra inglesa *link* entrou na língua portuguesa por via da internet, servindo de forma curta para designar as hiperligações do hipertexto. O seu significado é "atalho", "caminho" ou "ligação".

de Minas Gerais (POP MG). No início de 2007, o *link* aumentou de dois para quatro megabites, conquista esta prevista pelo próprio Governo Federal. A UFVJM possuía 200 computadores e a divisão do *link* entre essas máquinas já se demonstrava precária para o acesso à internet.

De acordo com os técnicos entrevistados, no decorrer dos anos, foi sendo observado que esse *link* não iria suportar a ampliação da Instituição. A partir de 2009, iniciou-se um trabalho de sensibilização, tanto por parte da Reitoria da Universidade quanto das empresas POP MG e RNP para solicitar o aumento do *link* da UFVJM. Esse trabalho foi efetuado através de relatórios e levantamento estatístico e de dados demonstrando que a Universidade estava com seu *link* saturado, em seu limite máximo de uso.

Com o trabalho da Divisão de Tecnologia da Informação, que à época não era uma diretoria, mas sim uma Divisão da Pró-Reitoria de Administração (Proad) da UFVJM, em 4 de março de 2010, a Universidade recebeu um aumento significativo do *link* para 34 megabites. Com a chegada do Programa de Apoio aos Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni) e, conseqüentemente, a vinda de novos cursos de graduação para a UFVJM, o número de acessos ao *link* aumentou “estratosfericamente” e, por consequência, a comunidade acadêmica passou a apresentar uma nova demanda por mais computadores e uma banda/*link* maior.

Atualmente, a mesma banda de cinco anos atrás, ou seja, 34 megabites, não atende mais à realidade da UFVJM, não é suficiente, é o que afirmam os três entrevistados. Por esse motivo, a Instituição teve que adotar algumas restrições e proibições como o acesso a *sites* de redes sociais como *Youtube*, *Facebook*, *Twitter* e tantos outros, com o objetivo de melhorar o uso de *sites* oficiais na rede. O uso de *sites* de redes sociais, de *streams* de vídeo e música, ou seja, *sites* que produzem arquivos com movimento ocupam grande parte dessa banda/*link*. Diante dessa realidade, em 6 de novembro de 2011, o Conselho Universitário (Consu) da UFVJM aprovou a Resolução N° 34/2009³⁰ que passou a limitar o uso da internet para permitir melhor qualidade no acesso a *sites* diretamente ligados à administração das universidades, como é o caso do *ComprasNet*³¹.

No entanto, a Universidade vem trabalhando no pleito para o aumento do *link* há algum tempo e vários ofícios, relatórios e comprovações dessa necessidade de ter o *link*

³⁰ Anexo D

³¹ Site de compras do Governo Federal: www.comprasnet.gov.br

aumentado têm sido enviados, periodicamente, para as empresas POP MG e RNP, mas ainda sem atendimento.

Em 2013, foi encaminhada ao Fórum dos Diretores de Tecnologia da Informação das Universidades uma solicitação de ampliação do *link*, pois é nesse Fórum que são agregados os pedidos para serem encaminhados à RNP, a fim de que ela faça o estudo de quem vai receber e quanto vai receber de ampliação. No segundo semestre de 2013, quando estava aberta uma janela de aumento, a UFVJM fez uma solicitação de vários *links* para as Fazendas Experimentais da Universidade em Couto de Magalhães de Minas, e em Curvelo, para o Campus JK em Diamantina, para o Campus do Mucuri em Teófilo Otoni e para os *campi* de Janaúba e Unaí.

A Universidade está aguardando o aumento dos *links* já existentes, o que pode ocorrer a qualquer momento. A operadora Oi³², responsável pela concessão do sinal de internet para Diamantina, tem pagado multas pelo atraso e descumprimento do contrato. A expectativa é de que ocorra o aumento de 34 para 100 megabites de *link*, na sede da UFVJM, em Diamantina.

Esse aumento irá melhorar significativamente o tráfego na rede, mas será importante também realizar um trabalho, dentro da Diretoria de Tecnologia da Informação (DTI), de segmentos de redes para que o resultado seja melhor e para que o acesso às redes seja liberado. Será necessário um trabalho de organização e controle dentro das redes, pois quanto mais banda a Universidade tiver, mais pessoas estarão acessando os vídeos, as redes sociais e demais *sites* na internet.

Segundo os entrevistados, a UFVJM precisa de organização e normatização na área de tecnologia, pois se cada integrante da comunidade acadêmica resolver assistir a um vídeo, por exemplo, em velocidade real, não há banda que sustente o sistema. Sendo assim, faz-se necessária a organização do uso das tecnologias. Se houver, por exemplo, uma média de 30 pessoas assistindo um vídeo, a rede ficará lotada. Por isso, é indispensável uma normatização.

A interrupção no acesso aos *sites* de redes sociais é um exemplo que interfere diretamente na produção do conhecimento dos cursos de graduação e de pós-graduação, bem como nos projetos da instituição. Mas, como ainda não existe na UFVJM uma normatização que regulamente o uso dos *sites* de redes sociais, essa ação faz-se necessária. Existe uma obrigação do setor de Tecnologia da Informação da Universidade de preparar uma política de

³² Oi: Concessionária de serviços de Telecomunicações do Brasil (www.oi.com.br/Acessado em 16/06/2015)

segurança interna para orientar os usos da rede bem como dos equipamentos ligados e softwares ligados à área.

Embora a academia seja um local onde deva prevalecer a liberdade de acesso à informação e às tecnologias, ainda se percebe uma inabilidade dos usuários, de forma geral, na utilização dessa liberdade. É preciso criar meios específicos para que a tecnologia seja utilizada de forma racional e aplicada. A demanda de trabalho hoje é muito maior do que a banda da UFVJM suporta. A maior parte do trabalho dos servidores das pró-reitorias administrativas e acadêmicas é a partir da internet e com sistemas *on-line* como, por exemplo, o Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (Sicafi), o Sistema de Gestão de Pessoas (Sigepe), entre outros. Se a instituição priorizasse o acesso aos *sites* de redes sociais em detrimento do uso desses sistemas *on-line*, a acessibilidade à internet seria inviável. É uma questão de interesse público. É necessário utilizar o bom senso e definir o que é realmente prioridade. A partir do aumento do *link*, a UFVJM poderá normatizar de forma mais livre o acesso.

Privar o servidor e o estudante de ter acesso aos *sites* de redes sociais na Universidade não é uma medida positiva, mas, no momento, é preciso, até que se aumente o tamanho do *link*. As chefias dos setores da Universidade precisam aprender a lidar com essas novas realidades e com as novas possibilidades provenientes das tecnologias. Não cabe fazer censura à internet, pois a liberdade é a grande característica da rede mundial de computadores e é o que faz dela o que ela é. Mas, é necessário adaptar-se, aprender e fazer novos arranjos profissionais com o uso da tecnologia.

Para normatizar o uso das tecnologias na UFVJM, foi necessária a criação de normas e regras de conduta na rede. A primeira resolução criada em 6 de novembro de 2009 passou a limitar o uso da internet para permitir melhor qualidade no acesso a *sites* diretamente ligados à administração das universidades, como é o caso do *ComprasNet*³³, além de regulamentar o controle patrimonial de licenças de programas de computador, a instalação de *softwares* e equipamentos computacionais e o uso de equipamentos de rede, de comunicação e de recursos de informática da UFVJM, bem como o uso de *sites* de redes sociais.

Essa resolução é a base para a criação de uma política de segurança para a Universidade, na qual devem estar previstos os limites, a organização e o esclarecimento para a comunidade acadêmica sobre o que é crime na rede; quais as consequências de se instalar

³³ Site de compras do Governo Federal: www.comprasnet.gov.br

um *software* ilegal ou pirata, disseminar *softwares* piratas, usar os meios de comunicação da Universidade para difamar seus membros etc. A resolução não é importante somente para mostrar os limites, mas também para demonstrar que é preciso ter uma organização e que o trabalho não pode ser totalmente livre.

Os entrevistados são unânimes em afirmar que a Universidade não pode abrir as portas da sua rede para que as pessoas cometam infrações e acessem *sites* de conteúdo inadequado e criminoso. Mesmo que o uso da internet seja liberado para fins específicos, a UFVJM precisa criar mecanismos para regulamentar, controlar e, se for o caso, repreender atividades que contrariem sua política de segurança. O uso da internet, em especial o uso dos *sites* de redes sociais, deve ser visto como uma atividade de apoio ao desempenho da educação.

Entendendo que as tecnologias e a internet são quase essenciais para a vida em sociedade - uma vez que participam da construção da subjetividade, identidade e conhecimento - é primordial que elas sejam inseridas nas relações sociais em todas as suas instâncias. Isso inclui também o diálogo e um planejamento para as restrições tecnológicas, políticas, éticas e institucionais.

A evolução dos artefatos tecnológicos na UFVJM nem sempre acompanhou a necessidade da Instituição. À medida que a demanda surgia, eram apresentadas propostas para atendê-la. Como exemplo, pode ser citado o histórico de criação do Portal da UFVJM. Em 2006, o *site* da UFVJM era estático, desenvolvido em *FrontPage* - um desenvolvedor de páginas, de *sites*, uma interface gráfica para *Hyper Text Markup Language*, expressão inglesa que significa "Linguagem de Marcação de Hipertexto"(HTML). Seu conteúdo era administrado pela então Assessoria de Comunicação da Universidade, hoje Dicom, que alimentava as páginas, modificando-as em HTML. Em 2007, foi iniciada a atualização do sistema para um *site* com conteúdo gerenciável por um sistema próprio desenvolvido pela DTI da UFVJM com programação em PHP -*Hypertext Preprocessor*, originalmente *Personal Home Page* - que é uma linguagem livre, utilizada inicialmente apenas para o desenvolvimento de aplicações presentes e atuantes no lado do servidor, capazes de gerar conteúdo dinâmico na internet, além do Banco de Dados MYSQL³⁴ como interface.

³⁴Nome de um sistema de gerenciamento de banco de dados (SGBD), que utiliza a linguagem SQL (Linguagem de Consulta Estruturada, oriunda do inglês Structured Query Language).

Essa evolução foi o primeiro grande avanço do *site*, hoje um Portal Institucional, porque além de ter envolvido o setor competente para tal desenvolvimento - a Divisão de Tecnologia da Informação - tirou da Assessoria de Comunicação uma sobrecarga de serviço que não era da sua competência. A partir de então, a atual Dicom passou a ser a responsável pela inserção do conteúdo e a Divisão de TI, hoje DTI, auxiliava no suporte tecnológico, embora todos tivessem conhecimento de que a tecnologia utilizada era ultrapassada para aquele trabalho.

Já no final de 2009, iniciou-se a migração das informações para um *site* novo com *layout* diferenciado e mudou-se para um sistema de gerenciamento de informação - um CMS *Joomla*³⁵, customizado e modularizado. A partir de discussões sobre a necessidade dessa migração e da participação dos profissionais da UFVJM em fóruns nacionais de TI, foram conhecidas as experiências de outras universidades e, entre elas, estava o uso do gerenciador de conteúdo *Joomla*. A migração para esse gerenciador de conteúdo foi o primeiro passo para o Portal sair de um sistema próprio de gerenciamento de conteúdo em PHP.

Em 2010, a demanda aumentou e foi necessária a descentralização da inserção de conteúdo. Até antes de 2010, o Portal era mantido com a alimentação dos *sites* centralizada na Dicom. Isso já não era mais possível. A demanda pela descentralização explodiu e tudo foi muito evolutivo e facilitado pela revolução da tecnologia e também pela percepção e habilidade das pessoas que, nesse momento, já sabiam usar um *blog* e conseguiam interagir com os *sites*.

De acordo com um dos entrevistados, esse momento foi interessante para a descentralização, pois foi quando os usuários, responsáveis por esses *sites* do Portal da UFVJM, passaram a ter condições próprias de gerir seus conteúdos, instruídos pela Dicom, para que não houvesse uma descaracterização da uniformidade do Portal. Foi nesse período que a Universidade contratou um estagiário para operar o *Joomla* e executar a construção do Portal.

Assim, foi iniciado o processo de descentralização do conteúdo de cada setor da Universidade, para que houvesse autonomia na inserção. Planejou-se e executou-se um treinamento para os usuários na própria ferramenta *Joomla* e, a partir daí, cada pró-reitoria,

³⁵O *Joomla*—nome dado a um sistema livre e de plataforma aberta, desenvolvido por uma comunidade com diversos módulos que podiam ser transformados em *sites*.

diretoria e demais setores passaram a ter autonomia para a inserção do conteúdo em seus espaços dentro do *site*.

Esse fato foi um avanço significativo para que o *site* começasse a se tornar um Portal e para a criação de uma identidade própria. O Portal ganhou um novo *layout* e estrutura e, desde então, tem-se fortalecido como um dos principais veículos de comunicação *Web 1.0* da UFVJM, conquistando características efetivas de um Portal institucional.

Uma das principais fragilidades apresentadas pela DTI no desenvolvimento do Portal, segundo os profissionais entrevistados, é a questão da segurança. Este é um fator inibidor para seu desenvolvimento e é uma situação preocupante porque, apesar de o gerenciador ser muito utilizado no mercado, apresenta falhas como qualquer sistema.

Além disso, de acordo com esses profissionais, talvez a Universidade não tenha feito a escolha certa do Banco de Dados, que não é tão robusto para uma aplicação em grande escala. Atualmente, a DTI necessita estudar a questão para evitar problemas de grande porte com o Banco de Dados do Portal.

Outra fragilidade do *Joomla* refere-se à sua atualização. Como ela não é automática, o gerenciador fica suscetível a vários ataques. A DTI apresentou um estudo e uma proposta de migração do Portal para outro gerenciador de conteúdo mais seguro e que possua atualização automática. Trata-se do *Wordpress* – nome do aplicativo “sistema de gerenciamento de conteúdo para web gratuito” que apresenta fácil navegação e acompanha a diretriz do Governo Federal em optar pelo uso de *software* livre – que será utilizado para o Portal, em substituição ao *Joomla*.

A ausência do *backup* (cópia de segurança), problema recorrente de quase todas as Instituições Federais de Ensino Superior, segundo os profissionais, também é uma fragilidade do Portal da UFVJM. Os equipamentos atuais não suportam *backup* automático. Atualmente, o *backup* do Portal é realizado manualmente pelos estagiários, que geram uma cópia das informações do Banco de Dados em periódicos, mas esse *backup* não assegura o projeto gráfico e o *layout* do Portal, que podem estar ameaçados, caso haja uma invasão. Por várias vezes, a DTI sinalizou a falta de mão de obra específica para executar essa tarefa. O investimento atual em mais máquinas próprias poderá propiciar o *backup* automático executado pela DTI.

Um dos grandes serviços do Portal da UFVJM atualmente é hospedar o Siga, sistema que deveria abarcar, entre suas várias funções, a Intranet, como canal de comunicação interna, mas que, até o momento, não teve essa função habilitada.

Em 2006, a UFVJM possuía um sistema desenvolvido por profissional contratado, denominado ACAD³⁶ Fafeid, que tinha apenas informações sobre notas e matrículas de discentes. Esse sistema foi utilizado por muito tempo, mas chegou ao seu limite, pois não atendia às demandas que a Universidade precisava. A UFVJM saiu em busca de um sistema, que realmente atendesse suas necessidades e já estivesse pronto, pois sua equipe de três analistas não conseguiria fazer um sistema tão robusto, de grande porte, para atender às suas necessidades.

No final do primeiro semestre de 2008, quando a UFVJM estava em pleno crescimento, o Sistema Integrado de Gerenciamento Administrativo (Siga) foi comprado pela Universidade como uma solução para os problemas dos setores acadêmicos. O problema acadêmico era muito sério, pois ninguém conseguia fazer as matrículas com agilidade e nem tampouco lançar as notas. Foi quando a UFVJM, com o apoio do Ministério da Educação (MEC), procurou pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), responsável pelo desenvolvimento do sistema, já financiado pelo MEC, para que pudesse adquiri-lo.

A proposta do MEC, ao financiar o Siga, era recomendá-lo às outras universidades sem que precisasse financiar outros sistemas. Ainda que o desenvolvimento desse sistema não fosse direcionado para as atividades administrativas, uma vez que muitas universidades tinham seus próprios sistemas e outras não tinham sistema algum, ele atendia à UFVJM no que dizia respeito ao módulo acadêmico que era sua maior necessidade naquele momento.

Segundo os técnicos entrevistados, a Universidade adquiriu o Siga e iniciou o módulo acadêmico mesmo sabendo que o sistema era integrado e que isso poderia incorrer em problemas futuros. O estudo para a implantação do sistema não foi muito criterioso e os profissionais que foram conhecê-lo de perto, que estiveram mais próximos dos gerenciadores, não buscaram saber o retorno apresentado pelos usuários do sistema. O objetivo inicial da aquisição do Siga era atender às questões acadêmicas, mas antes mesmo de ter sua implantação concluída, a UFVJM decidiu implantar o Siga Administrativo, incluído no pacote do sistema. A Universidade precisava resolver problemas de ordem administrativa e o sistema tinha um módulo específico para esse fim. A reduzida equipe de três analistas foi desmembrada para atender às duas demandas e o resultado, naquele momento, foi um grande erro de operação, pois os profissionais não se aprofundaram em nenhum dos dois módulos e acabaram por instalar o Sistema com deficiências.

³⁶ Nome dado ao Sistema de Gestão Acadêmico desenvolvido para a Fafeid.

O volume de informação que circula hoje na UFVJM é muito grande e os sistemas para gerenciar essas informações são extremamente necessários para que seja possível organizar a comunicação e para que as informações sejam facilmente recuperadas. Esse é o objetivo de um sistema. Mas para que se tenha eficiência e qualidade, é preciso que ele apresente rapidez, robustez e facilidade de operação.

O Sistema hoje é capaz de gerenciar processos acadêmicos e administrativos e, até o final de 2014, foram registradas mais de 130 mil requisições. O Siga acadêmico conta com 85% dos problemas resolvidos, embora a instituição já tenha acrescentado novas demandas relacionadas às diferentes formas de acesso aos seus cursos. Já o Siga administrativo apresenta mais problemas porque sua instalação começou de forma equivocada, com início no setor de almoxarifado, enquanto este deveria ser o ponto final do sistema, que começou a ser operado de trás para frente.

O Siga é um sistema bastante completo que suporta várias funções, entre elas, ferramentas de comunicação como, por exemplo, a intranet e o *newsletter*. A grande dificuldade em executar as ferramentas existentes está na compreensão das mesmas por parte do setor de TI sobre qual intranet a UFVJM deseja, uma vez que, para um analista de TI, uma intranet é um espaço onde o usuário consegue colocar todas as informações de que precisa para trabalhar. Se dentro do Siga for possível colocar os módulos de informação necessários, então ele passa a funcionar como uma intranet. Se o usuário conseguir através desse espaço fazer o relacionamento com seu gestor ou com outras pessoas, já se tem uma intranet. O que pode ocorrer, de fato, no Siga é uma limitação visual, mas ele pode servir como um arcabouço para se criar uma ferramenta nova. Ele pode funcionar como uma porta de entrada para um veículo novo de comunicação interna.

Além do Siga, o Portal da UFVJM abriga também o *Moodle*, ferramenta didática, dentro da modalidade *Web 2.0*, utilizada para o gerenciamento de conhecimento. O *Moodle* deve permitir ao usuário organizar um determinado conhecimento e compartilhá-lo de maneira sistemática com um conjunto de pessoas e muitas vezes numa distância que é superada a partir da internet. Ele funciona como uma sala de aula virtual, *on-line*. A interação no uso do *Moodle* é fundamental, pois ele só atingirá o objetivo a partir do momento em que o discente interagir satisfatoriamente com seus interlocutores.

Na UFVJM, o *link* não atende às necessidades do *Moodle*, o que o torna ineficiente e inadequado. De acordo com os entrevistados, outra dificuldade em se ter sucesso com o uso do *Moodle* é o fato de todo o sistema apresentar problemas de usabilidade, por falta de

estudos anteriores sobre o assunto. Os técnicos desenvolvem o sistema sem pensar em seus usuários.

Os usuários sabem que as ferramentas existem, mas ficam, na maioria das vezes, escondidas. É necessário procurá-las, porque elas não estão visíveis. O indicado para minimizar as falhas e, quem sabe, erradicá-las, seria disponibilizar uma equipe multidisciplinar para avaliar a usabilidade das plataformas digitais antes de implantá-las e também no decorrer de seu uso.

Como outra ferramenta *Web 2.0* inserida no Portal, a UFVJM conta com o *Twitter*, iniciado em meados de 2010 pela Dicom. O *Twitter* é alimentado automaticamente por um *plugin* instalado no *Joomla* para publicar os títulos das notícias divulgadas no Portal e disponibilizar um *link* de acesso a essas notícias. Ou seja, o usuário que segue o *Twitter* da UFVJM, se quiser aprofundar no título da notícia, poderá ter acesso a ela no próprio *Twitter*, que o direcionará para o Portal.

A tecnologia digital deve estar presente na Universidade e é preciso fazer bom uso dela. Mesmo que a UFVJM não apresente ainda plena capacidade técnica para adotá-la de modo suficiente em sua rotina diária, é preciso criar um conceito de como continuar inserindo a tecnologia na vida da UFVJM: criar uma comunidade virtual? compartilhar arquivos? promover uma maior integração? fazer tudo num mesmo ambiente? disseminar a informação dentro de um mesmo ambiente de forma integrada? Ainda não se tem a resposta, mas esse é o futuro da UFVJM.

Todo novo projeto necessita de profissionais que possam se responsabilizar por sua manutenção. Na área de tecnologia, os projetos são dinâmicos, rápidos e evolutivos. O usuário está sempre desejando um botão novo, um módulo novo, uma novidade, nem que seja em um novo clique. Infelizmente, a UFVJM não possui corpo técnico para acompanhar essa agilidade do mercado tecnológico, visto que esse é um fato comum em quase todas as universidades públicas brasileiras, apesar de, como se viu na história, as universidades estarem sempre à frente desse processo.

Para os entrevistados, seria recomendável que a Diretoria de Comunicação da UFVJM, a fim de ampliar e melhorar suas ferramentas de comunicação interna, passasse a ter uma equipe própria de profissionais de TI como outros setores da Universidade, para que pudessem administrar e manter os serviços que a Diretoria demanda sob sua própria gerência.

Eles afirmam que se pode considerar que a estrutura tecnológica atual da UFVJM não é adequada e não atende às reais necessidades da Instituição. O que há de mais recente em

tentativas de melhoria é o levantamento das condições da rede de fibra óptica realizado pela RNP, no final de 2014, quando firmou-se o compromisso de estabelecer uma ligação direta entre o *link* da UFVJM e o POP, instalado em Belo Horizonte.

A ligação seria feita pela RNP sem depender das operadoras fornecedoras do sinal de internet. A RNP propiciaria um *link* de 500 megas para a UFVJM nos *campi* de Diamantina. A ausência de uma banda de tamanho adequado é o grande entrave no desenvolvimento tecnológico da Instituição, neste momento.

De acordo com os entrevistados, a alternativa seria contratar mais de um provedor de internet, a exemplo de outras empresas. Mas, na verdade, no caso das universidades federais, quem provê internet é a RNP e, em Diamantina, a parceria é com a empresa de telefonia OI. Para que pudesse ter outro provedor, a UFVJM teria que realizar uma contratação, por meio de licitação, com justificativas cabíveis para a RNP e, até o momento, a instituição não deseja proceder dessa forma.

A UFVJM possui uma estrutura de rede interna eficiente e adequada. Seu grande problema é liberar o espaço para mais serviços agregados à rede externa. Um serviço na rede interna que necessite passar pela internet pode ser implantado, desde que haja uma divisão no acesso. A pessoa que estiver acessando, fora do campus, o Portal, o *Twitter*, o *Moodle* ou qualquer outro serviço de internet, não concorrerá com o *link* de quem está acessando a intranet, através da rede interna. O Portal, por exemplo, está hospedado no *Data Center* da UFVJM, mas o acesso a ele é dividido entre os usuários da rede interna e da rede externa à Universidade.

Para os entrevistados, a maior fragilidade atual da Instituição, com relação à internet, está no serviço de *download*. Se fosse criada uma nova ferramenta de comunicação textual dentro do Portal da Universidade, em forma de arquivo para baixar, ela poderia ser colocada na rede. Mas, se for algo como o *Moodle*, por exemplo, em que há necessidade de interação *on-line*, *download* etc, o acesso estará topado, lento e difícil. Isso não será viável enquanto não houver um aumento no *link* da UFVJM.

Além das questões com o tamanho do *link*, a Universidade apresenta dificuldade com a falta de máquinas adequadas para determinados fins. Estão sendo utilizados, como servidores, *desktops* e máquinas comuns. Além de não ser o ideal, essa estrutura também já está sobrecarregada.

Na atual conjuntura, no que diz respeito à sua capacidade técnica em promover a ampliação de sua infraestrutura tecnológica, acredita-se que a Instituição não possua corpo

técnico para assumir qualquer proposta de desenvolvimento e implantação de novas TDICs. Do ponto de vista instrumental, ou seja, no que diz respeito às ferramentas e equipamentos, a Universidade caminha para oferecer condições adequadas para novos projetos e demandas, pois está investindo em novos artefatos tecnológicos como a aquisição de *Data Center*, novos servidores de *nobreak*³⁷ e a ampliação do seu *link*. Buscando essa melhoria da infraestrutura tecnológica, foram adquiridos novos servidores que propiciarão um grande avanço no sistema de *backup*, tornando-o automatizado. Novos treinamentos estão sendo oferecidos para a equipe de TI e está sendo estudada uma reforma na estrutura energética da Universidade para um melhor desempenho dos equipamentos. Até o início do segundo semestre de 2015, pretende-se estar com uma estrutura mais eficiente e segura.

4.3 Subjetividade e múltiplas identidades nos espaços da UFVJM

A mudança ocorrida nos atuais meios de comunicação é consequência da crescente evolução das tecnologias, que, além de facilitar o fluxo das informações, tem ampliado as possibilidades técnicas das mídias para a transmissão e construção de novos conhecimentos. Esse fato fortalece a noção de organização social, de comunidade, de difusão da informação, de mobilização e de construção de identidade. Os meios digitais tornam as instituições e os sujeitos, em geral, capazes de interagir, informar e emitir juízos de valor para as comunidades nas quais estão inseridos (LÉVY, 1999).

Uma série de acontecimentos marcados pelo desenvolvimento das tecnologias digitais, pelo aperfeiçoamento da comunicação mediada por computador, pelo surgimento da internet e do ambiente virtual ou ciberespaço, tem impactado uma nova forma de estabelecimento de relações sociais por meio de redes que promovem a sociabilidade (CASTELLS, 1999).

Essa nova era, à que Castells (1999) denominou de era da informação ou era do conhecimento, possibilita a comunicação mais ágil entre os indivíduos independentemente de sua localização geográfica. Manifesta-se uma tendência de as pessoas de se reunirem em grupos sociais visando compartilhar interesses em comum. Ainda segundo Castells (1999),

³⁷ Nome dado ao sistema de alimentação secundário de energia elétrica que entra em ação, alimentando os dispositivos a ele ligados, quando há interrupção no fornecimento de energia primária.

aera da informação apresenta, como uma de suas principais características, a produção de subjetividades como elemento essencial para o estabelecimento das relações sociais.

Na visão de Sperotto (2002), a subjetividade é produzida por meio de instâncias individuais, coletivas e institucionais. Ela é algo individual e, ao mesmo tempo, coletivo, pois ela é resultado da soma dos aspectos culturais locais e globais existentes na vida das pessoas.

Segundo Guareschi (2009, p. 82), o sujeito é entendido como alguém que é constituído de relações, o que o torna um ser singular. Mas sua subjetividade é constituída pelas milhares de relações que estabelece. “A subjetividade do sujeito é como uma colcha de retalhos absolutamente singular, com recortes que somente ele é capaz de fazer, pois ninguém é capaz de construir uma colcha de retalhos igual à outra”. (GUARESCHI, 2009, p. 82).

A presente pesquisa analisou o ciberespaço da UFVJM, repleto de sujeitos singulares, que em processos constantes de interação já não correspondem mais ao sujeito transcendental clássico, de razão e de vontade, fonte de suas próprias representações e de seus atos.

Nos espaços viabilizados pela Universidade, os sistemas produtores de subjetividade produzem sujeitos que se formam, transformam, e influenciam a produção do conhecimento também nas interações através das ferramentas digitais propiciadas pelo ciberespaço. Tornou-se necessário identificar quem é esse público que compõe a comunidade da UFVJM.

Sabe-se que a tecnologia modifica as dimensões da relação do sujeito com o mundo, da percepção da realidade, da interação com o tempo e o espaço. Há algumas décadas, as formas de acesso aos processos de comunicação - como um telefonema interurbano - eram caras e demoradas, utilizadas para casos extremos e de urgência. Com a mudança nas ferramentas de telecomunicação, hoje, mais rápidas e mais econômicas, falar com pessoas em qualquer parte do mundo tornou-se um hábito comum, instantâneo e prazeroso.

Todas essas alterações atingem profundamente o indivíduo no final do século XX, quando se instaura a chamada “crise de identidade”, inserida numa conjuntura mais ampla de mudança, que desloca as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abala os quadros de referência que davam aos indivíduos uma ancoragem estável no mundo social (HALL, 2004).

Assim, passa-se a viver uma realidade diferente, na qual as barreiras espaciais, temporais e geográficas já não são tão significativas, quando as redes globais de intercâmbios conectam e desconectam indivíduos, grupos, regiões e até países sob os efeitos globalizantes provenientes da sociedade da informação (CASTELLS, 1999), da pós-modernidade e/ou modernidade tardia (HALL, 2004), ou, ainda, da alta modernidade (GIDDENS, 2002).

Para Sperotto (2009), há um movimento de constante redesenho das subjetividades em rede. É fato que as tecnologias de informação e comunicação tornaram-se objetos de interação e de aprendizagem; mas cabe ao ser humano considerar que há outro mundo possível, que emerge num campo virtual síncrono, que se entrelaça com o conteúdo assíncrono das informações antes trabalhadas nos processos de comunicação do saber.

O ciberespaço e as ferramentas de comunicação possuem particularidades a respeito dos processos de interação. A interação social, no âmbito do ciberespaço, pode se dar de forma síncrona ou assíncrona, segundo Recuero (2009). Essa diferença remonta à diferença de construção temporal causada pela mediação, atuando na expectativa de resposta de uma mensagem.

“Uma comunicação síncrona é aquela que simula uma interação em tempo real. Deste modo, os agentes envolvidos têm uma expectativa de resposta imediata ou quase imediata, estão ambos presentes (on-line, através da mediação do computador) no mesmo momento temporal” (RECUERO, 2009, p.32).

Já o *e-mail*, ou um fórum, por exemplo, têm características mais assíncronas, pois a expectativa de resposta não é imediata e espera-se que o agente leve algum tempo para responder ao que foi escrito. “Espera-se que o ator, por não estar presente no momento temporal da interação, possa respondê-la depois.” (RECUERO, 2009, p.32).

Conhecer como a comunidade acadêmica da UFVJM se expressa na internet é um ponto importante para se entender como a comunicação mediada pelo computador está modificando as formas de se relacionar, trabalhar e produzir conhecimento nessa comunidade.

Entender o funcionamento das redes sociais é essencial para conhecer também a apropriação da internet como uma ferramenta da organização social e informação contemporânea. Segundo Recuero (2009), compreender a rede social permite que se possa compreender, por exemplo, os novos valores construídos, os fluxos de informação divididos e as mobilizações que emergem no ciberespaço, os tipos de grupos que podem surgir e a difusão de informações de forma mais clara nesses grupos.

5 PENETRÂNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS DESENVOLVIDAS E MANTIDAS PELA UFVJM

5.1 Como as mídias digitais da UFVJM atuam na formação das subjetividades e identidades da comunidade acadêmica

Para avaliar a penetrância das mídias digitais desenvolvidas e mantidas pela UFVJM sob a construção da subjetividade, das aprendizagens e da identidade dos sujeitos da pesquisa, foi aplicado um questionário³⁸, enviado por e-mail aos discentes, docentes e técnicos administrativos dos *campi* da UFVJM em Diamantina. O questionário foi enviado através de formulário³⁹ *on-line* do *Google Docs*, no dia 24 de novembro de 2014, e ficou disponível para recebimento das respostas até o dia 31 de dezembro de 2014. Os resultados da aplicação do referido questionário estão expostos neste capítulo através de gráficos, tabelas e figuras desenvolvidos pela autora desta pesquisa.

Para atingir uma amostra representativa da população de discentes, docentes e técnicos administrativos dos *campi* da UFVJM em Diamantina, o questionário foi aplicado a 3% do total de 4.774 discentes, a 24,57% do total de 415 docentes e 33,11% dos 305 técnicos administrativos, todos regularmente vinculados à Universidade até o dia 24 de novembro de 2014.

Gráfico 1 – Resultado da pergunta “Quem é você?”



Fonte: Do autor

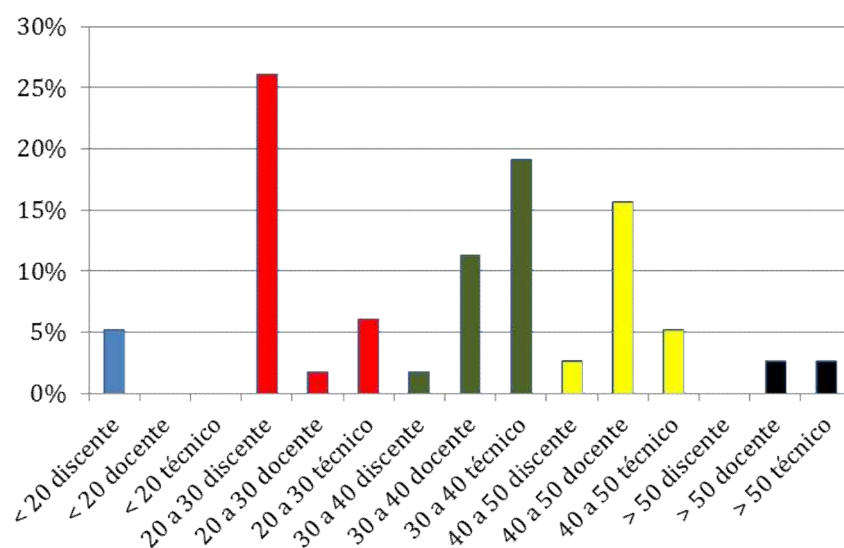
³⁸ Apêndice C

³⁹ Apêndice D

Dos 346 questionários enviados, 115 foram respondidos *on-line*⁴⁰, 40 deles por discentes, representando 35% do total, 37 por docentes, 32% do total, e 38 por técnicos administrativos, 33% do total.

Entre os entrevistados, foi possível identificar que 5,2% dos 40 discentes possuem até 20 anos de idade, 26,1% estão na faixa etária entre 20 e 30 anos, 1,7% estão na faixa etária entre 30 e 40 anos, e 2,6% possuem entre 40 e 50 anos. Dos 37 docentes que responderam ao questionário, 1,7% estão na faixa etária entre 20 e 30 anos, 11,3% estão na faixa etária entre 30 e 40 anos, 15,7% possuem entre 40 e 50 anos, e 2,6% possuem mais de 50 anos. Entre os 38 técnicos administrativos respondentes, foram encontrados 6,1% na faixa etária dos 20 aos 30 anos, 19,1% entre os 30 e 40 anos; 5,2% estão entre os 40 e 50 anos, e 2,6% possuem mais de 50 anos de idade.

Gráfico 2 - Resultado da pergunta “Qual a sua idade?”



Fonte: Do autor

Do universo de 115 pessoas que responderam ao questionário, 3% delas pertencem à comunidade acadêmica da UFVJM há seis meses, 10% estão há um ano na Instituição, 7% há dois anos, 6% estão há três anos, 63% estão vinculados à UFVJM de 3 a 10 anos, 10% estão de 10 a 20 anos, e 1% está de 20 a 30 anos.

⁴⁰ Apêndice E

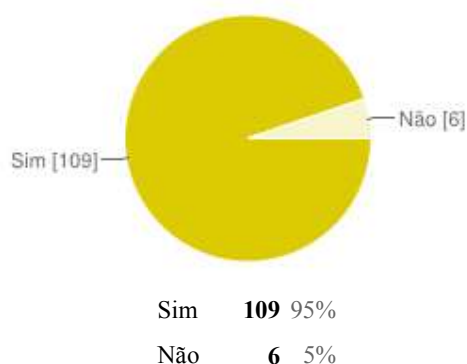
Gráfico 3 - Resultado da pergunta sobre “Quanto tempo o sujeito faz parte da comunidade interna da UFVJM?”



Fonte: Do autor

Ao serem questionados sobre o acesso diário à internet, 100% dos respondentes disseram que a acessam no seu dia a dia. Um total de 95% dos respondentes disseram que possuem perfil em redes sociais e apenas 5% disseram que não possuem.

Gráfico 4 - Resultado da pergunta “Você tem perfil em redes sociais?”⁴¹



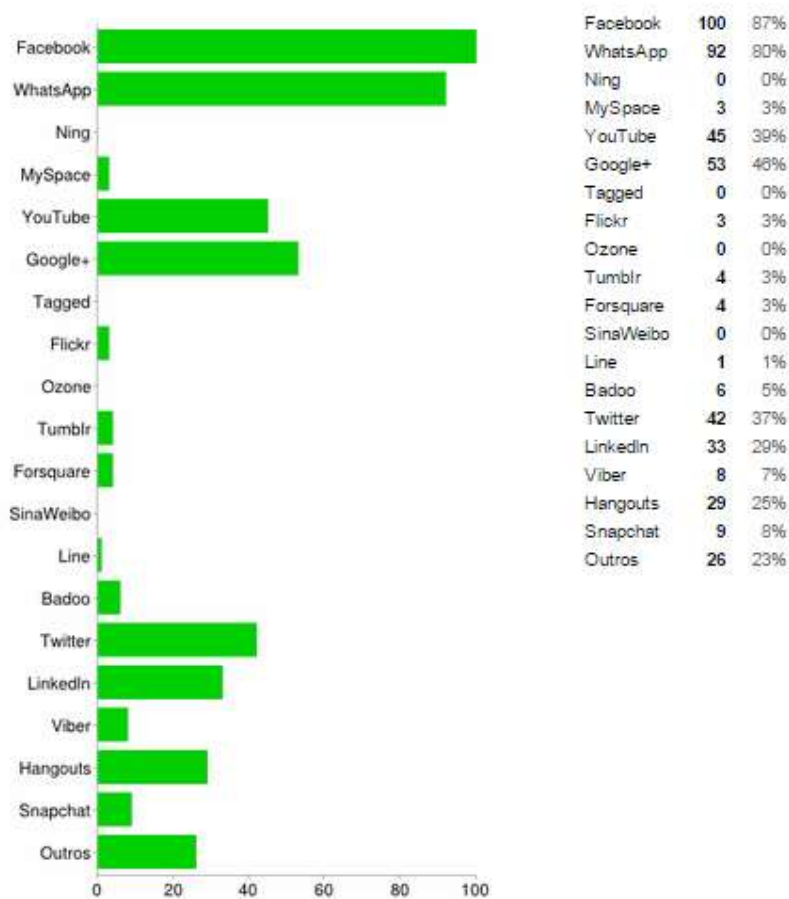
Fonte: Do autor

Os *sites* de redes sociais nos quais a comunidade acadêmica da UFVJM mais possui perfil são os seguintes: *Facebook* com 40 discentes, 29 docentes e 31 técnicos administrativos; *Google+* com 22 discentes, 14 docentes e 17 técnicos administrativos; *Twitter* com 20 discentes, 11 docentes e 11 técnicos administrativos; *WhatsApp* com 37 discentes, 28 docentes e 28 técnicos administrativos; *YouTube* com 22 discentes, 10 docentes e 13 técnicos

⁴¹Para a análise desses dados não foi possível usar o teste do Qui-Quadrado em função da frequência insuficiente para a utilização do mesmo. O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente.

administrativos. Um total de 78% dos respondentes não possui autoria em *blogs* e *sites* e 22% possuem.

Gráfico 5 - Resultado da pergunta “quais redes sociais o sujeito possui perfil?”



Fonte: Do autor

Tabela 1 - Valores absolutos de perfis em redes sociais mais votadas pela comunidade acadêmica da UFVJM

Rede Social	Discente	Docente	Técnico Administrativo
<i>Facebook</i>	41	29	31
<i>Google +</i>	22	14	17
<i>Twitter</i>	20	11	11
<i>WhatsApp</i>	37	28	28
<i>Youtube</i>	22	10	13

Médias diferiram segundo Teste Qui-Quadrado ($p < 0,05$) (2.0523, $df = 8$, $p\text{-value} = 0.009794$)

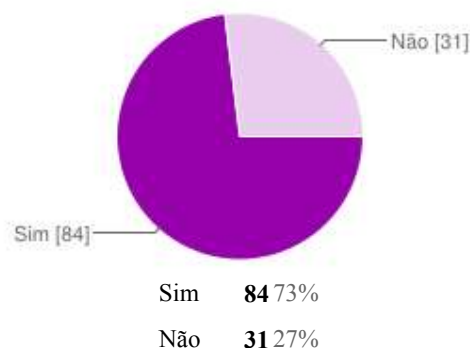
Fonte: Do autor

Nesse caso, foi aplicado o Teste Qui-Quadrado para as cinco redes sociais mais votadas pela comunidade pesquisada, pois não foi possível realizar o teste com todos porque algumas amostras possuem valor zero.

Frente a essa diferença significativa, pode-se apontar que o *Facebook* e o *WhatsApp* são as redes sociais que mais atraem os usuários. Isso por causa de suas capacidades para permitir ampla expressão e possibilidades de construção da subjetividade e de identidades. A diferença significativa no teste estatístico também aponta para uma diferença entre professores e discentes, corroborando o que a literatura afirma sobre o fato de que as novas gerações estão mais ligadas aos recursos da *web 2.0*, tendo como palavra de ordem a conectividade.

Dos 115 respondentes, 73% disseram que se identificam como membros da comunidade da UFVJM em seu perfil nas redes sociais e 27% disseram que não se identificam.

Gráfico 6 - Resultado da pergunta “Você se identifica como membro da comunidade da UFVJM em seu perfil nas redes sociais?”



Fonte: Do autor

Tabela 2 - Valores absolutos de pessoas da comunidade acadêmica da UFVJM que se identificam como membro da comunidade da UFVJM em seu perfil nas redes sociais

Respostas	Discente	Docente	Técnico Administrativo
Sim	4	29	31
Não	37	23	25

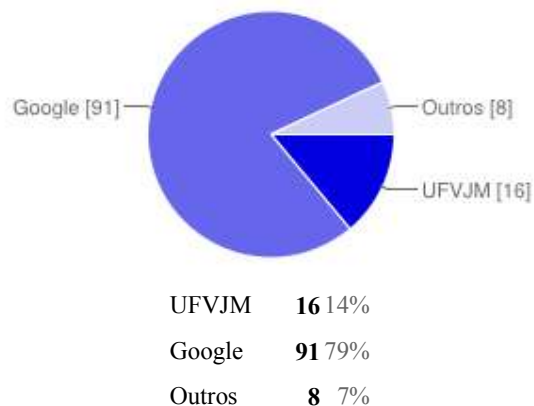
Médias diferiram segundo Teste Qui-Quadrado ($p < 0,05$) (9.4495, $df = 2$, $p\text{-value} = 0.008873$)

Fonte: Do autor

Pode-se concluir que a identidade institucional no corpo docente e técnico-administrativo é mais forte do que nos discentes.

Ao serem questionados sobre qual a página principal de acesso à internet que adotam, 14% afirmaram que possuem o Portal da UFVJM, 79% possuem a página do *Google* e 7% possuem outras páginas.

Gráfico 7 - Resultado da pergunta sobre “qual é a sua página inicial de acesso à internet?”⁴²



Fonte: Do autor

Com relação ao acesso ao Portal da UFVJM, 49% responderam que o acessam diariamente, 11% o acessam duas ou mais vezes por dia, 20% o acessam uma vez por semana e 20% disseram que, às vezes, o acessam.

⁴²O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente para o cálculo do valor de *p*.

Gráfico 8 - Resultado da pergunta sobre “a frequência de acesso ao Portal da UFVJM?”⁴³



Fonte: Do autor

Tabela 3: Frequência com que discentes, docentes e técnicos administrativos acessam o Portal da UFVJM

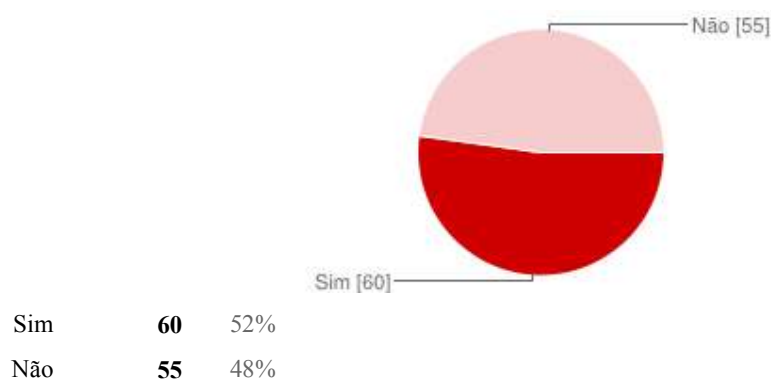
Respostas	Discente	Docente	Técnico Administrativo
Diariamente	16	15	25
Duas ou mais vezes por dia	3	5	5
Uma vez por semana	9	10	4
Às vezes	13	7	3
Nunca	0	0	0
Total	41	37	37

Fonte: Do autor

Quanto aos indicadores da penetrância do Portal da UFVJM, a pesquisa revela que ele está incluso entre os *sites* favoritos de 52% dos respondentes e não incluso em 48%.

⁴³O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente para o cálculo do valor de *p*.

Gráfico 9 - Resultado da pergunta “O Portal da UFVJM está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leituras?”



Fonte: Do autor

Tabela 4 - Valores absolutos de pessoas da comunidade acadêmica da UFVJM que incluem o Portal da UFVJM nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leituras

Respostas	Discente	Docente	Técnico Administrativo
Sim	23	19	19
Não	18	18	19

Médias diferiram segundo Teste Qui-Quadrado ($p < 0,05$) (0.3273, $df = 2$, $p\text{-value} = 0.849$)

Fonte: Do autor

Gráfico 10 - Resultado da pergunta “Você tem o hábito de postar em redes sociais (*Facebook, Moodle, etc.*) as informações publicadas no Portal da UFVJM?”⁴⁴

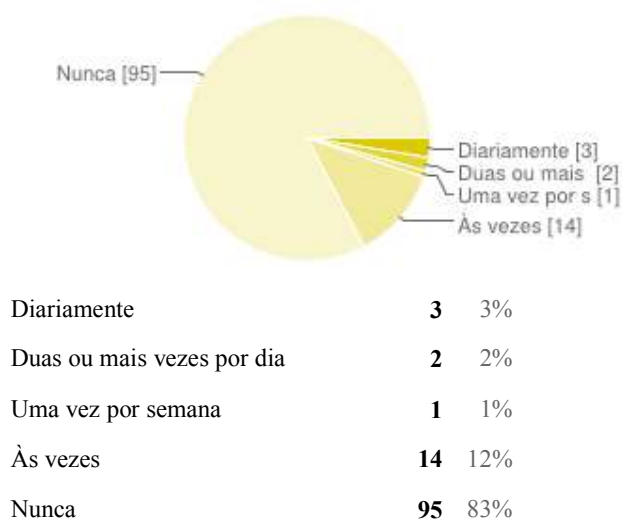


Fonte: Do autor

⁴⁴O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente.

Embora seja uma das únicas mídias digitais 2.0 da UFVJM, o *Twitter* é muito pouco acessado pela comunidade acadêmica. Um total de 83% dos respondentes nunca acessa o *Twitter* da UFVJM; 12% disseram que, às vezes, o acessam; 1% o acessa uma vez por semana, 2% o acessam duas ou mais vezes por dia, e 3% o acessam diariamente.

Gráfico 11 - Resultado da pergunta sobre a “frequência de acesso ao *Twitter* da UFVJM?”⁴⁵



Fonte: Do autor

Diante do baixo acesso ao *Twitter* da UFVJM pela comunidade acadêmica, foi possível identificar que 85% das pessoas entrevistadas nunca "retwittaram" as informações sobre a UFVJM. Um total de 14% “retwittam”, às vezes, e apenas 1% “retwittam” as informações uma vez por semana.

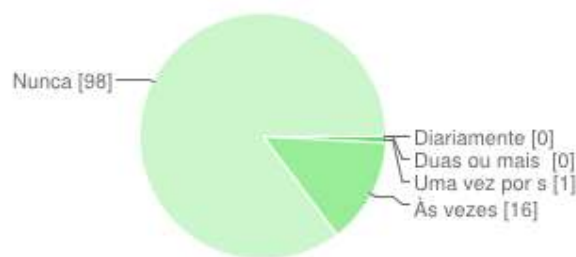
Tabela 5: Frequência com que discentes, docentes e técnicos administrativos acessam o *Twitter* da UFVJM

Respostas	Discente	Docente	Técnico Administrativo
Diariamente	1	2	0
Duas ou mais vezes por dia	0	1	1
Uma vez por semana	1	0	0
Às vezes	5	3	6
Nunca	33	31	31
Total	40	37	38

Fonte: Do autor

⁴⁵O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente.

Gráfico 12 - Resultado da pergunta sobre a “Você tem o hábito de “retwitar” as informações sobre a UFVJM?”⁴⁶

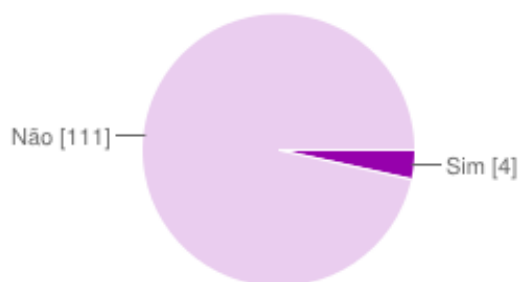


Diariamente	0	0%
Duas ou mais vezes por dia	0	0%
Uma vez por semana	1	1%
Às vezes	16	14%
Nunca	98	85%

Fonte: Do autor

O *Twitter* da UFVJM não está incluso nos *sites* de Favoritos ou em lista de leituras de 97% dos respondentes do questionário. Somente 3% da comunidade acadêmica o colocam entre os seus *sites* favoritos.

Gráfico 13 - Resultado da pergunta sobre a “O *Twitter* da UFVJM está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leituras?”⁴⁷



Sim	4	3%
Não	111	97%

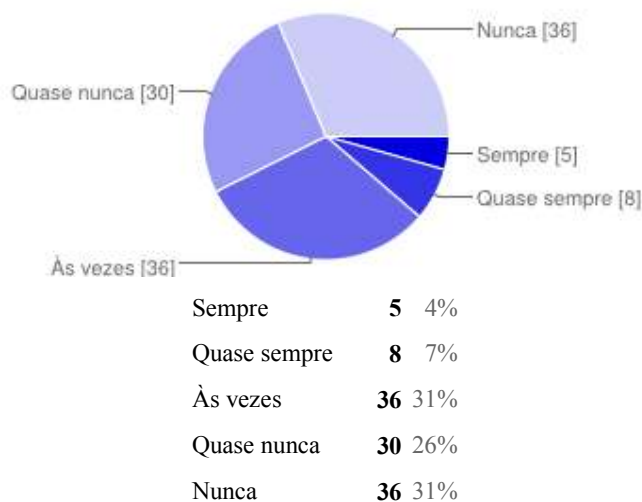
Fonte: Do autor

⁴⁶O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente.

⁴⁷O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente.

Uma das mídias *on-line* da UFVJM é o Jornal da instituição que é publicado impresso e também no Portal. De acordo com as respostas dos questionários, 4% afirmam que lêem sempre o "Jornal da UFVJM" através do Portal; 7% o leem quase sempre através do Portal; 31% afirmam que o leem, às vezes; 26% quase nunca o leem, e 31% nunca leem o "Jornal da UFVJM" através do Portal. O "Jornal da UFVJM" não está incluso nos *sites* de favoritos de 93% dos respondentes da pesquisa. E está assim incluso somente para 7% dos respondentes.

Gráfico 14 - Resultado da pergunta “se o sujeito lê o "Jornal da UFVJM" através do Portal da Universidade?”



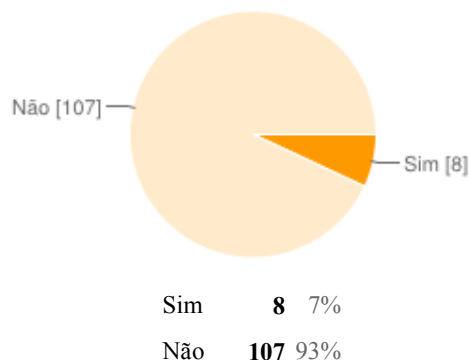
Fonte: Do autor

Tabela 6: Frequência com que discentes, docentes e técnicos administrativos acessam o Jornal da UFVJM

Respostas	Discente	Docente	Técnico Administrativo
Sempre	2	2	1
Quase sempre	2	1	5
Às vezes	10	9	17
Quase nunca	11	14	5
Nunca	15	11	10
Total	40	37	38

Fonte: Do autor

Gráfico 15 - Resultado da pergunta “O “Jornal da UFVJM” está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leitura?”⁴⁸



Fonte: Do autor

Outro serviço de *Web 2.0* oferecido pela UFVJM no Portal é a plataforma *Moodle*, que é sempre acessada por 14% das pessoas pesquisadas. Um total de 10% dos 115 respondentes disseram que a acessam quase sempre; 19% acessam-na às vezes; 19% quase nunca a acessam e 38% dos respondentes nunca a acessam.

Gráfico 16 - Resultado da pergunta “Você acessa a Plataforma *Moodle* na UFVJM?”⁴⁹



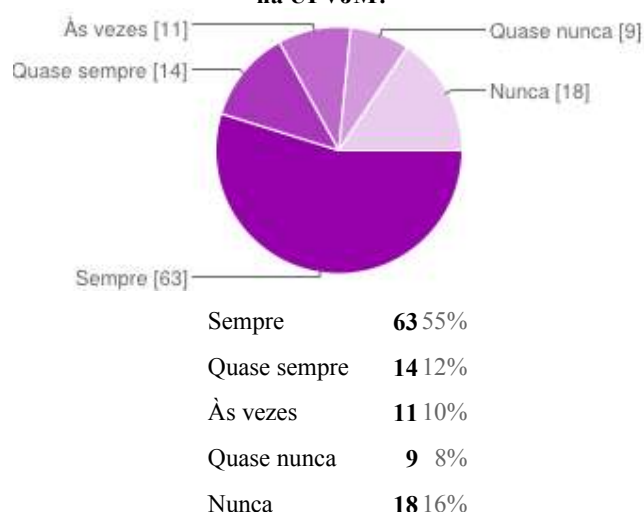
Fonte: Do autor

⁴⁸O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente.

⁴⁹O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente.

Com relação à utilização do endereço de *e-mail*, a pesquisa procurou levantar se o membro da comunidade acadêmica da UFVJM, ao utilizá-lo, seja ele pessoal ou institucional, insere na sua assinatura a identificação se é discente, docente, técnico administrativo ou que trabalha na Universidade. O resultado mostrou que 55% dos pesquisados inserem a categoria à qual pertencem na sua assinatura; 16% nunca inserem; 12% inserem quase sempre; 10%, às vezes, inserem, e 8% quase nunca inserem a categoria à qual pertencem na sua assinatura de *e-mail*.

Gráfico 17 - Resultado da pergunta sobre “se o sujeito ao utilizar o endereço de e-mail, seja ele pessoal ou institucional, insere na sua assinatura a identificação de que é discente, docente, técnico ou que trabalha na UFVJM?”⁵⁰



Fonte: Do autor

Tabela 7: Frequência com que discentes, docentes e técnicos administrativos inserem na sua assinatura a identificação de sua categoria ou que trabalha na UFVJM

Respostas	Discente	Docente	Técnico Administrativo
Sempre	24	18	21
Quase sempre	2	4	8
Às vezes	0	5	5
Quase nunca	4	4	1
Nunca	10	6	3
Total	40	37	38

Fonte: Do autor

⁵⁰O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente.

A pesquisa mostrou também que 6% dos respondentes reencaminham *e-mails* com informações da UFVJM ou sobre informações que são encaminhadas através da lista interna de *e-mails* da Universidade; 11% quase sempre reencaminham; 38%, às vezes, adotam essa prática; 21% quase nunca reencaminham os *e-mails*, e 23% nunca o fazem.

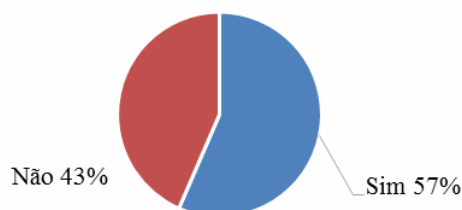
Gráfico 18 - Resultado da pergunta sobre “o sujeito reencaminha *e-mails* com informações da UFVJM ou sobre informações que são encaminhadas através da lista interna de e-mails da Universidade?”⁵¹



Fonte: Do autor

A fim de obter informações sobre como a comunidade acadêmica utiliza a internet em suas atividades de aprendizagem, a pesquisa indicou que 57% dos respondentes participam de grupo em rede social voltado para as áreas de Ensino, Pesquisa e/ou Extensão, e 43% não participam.

Gráfico 19: “Você participa de grupo em rede social voltado para Ensino, Pesquisa e/ou Extensão?”



Fonte: Do autor

⁵¹O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente.

Arquivar, em pastas do próprio computador, o conteúdo veiculado no Portal, no *Twitter* ou no Jornal da UFVJM na versão *on-line* é hábito de apenas 1% da população pesquisada, que afirma fazer isso sempre; 3% disseram que arquivam quase sempre; 18%, às vezes, arquivam; 13% quase nunca arquivam esses conteúdos, e 65% nunca arquivaram.

Mesmo que um grande contingente da população pesquisada não possua o hábito de arquivar o conteúdo veiculado nas mídias da UFVJM, conforme resposta citada no parágrafo acima, 16% dessa mesma população afirma que as ferramentas digitais de divulgação da UFVJM (Portal, Jornal *on-line* e *Twitter*) sempre transmitem informações úteis, importantes ou interessantes. Um total de 37% afirmam que quase sempre essas ferramentas transmitem essas informações; 42% afirmam que às vezes; 2% afirmam que quase nunca transmitem, e 4% afirmam que elas nunca transmitem informações úteis, importantes ou interessantes.

Sobre a forma de tratamento da informação divulgada através dessas ferramentas, 11% disseram que a informação é tratada de forma satisfatória; 38% afirmaram que quase sempre ela é tratada de forma satisfatória; 43% relataram que às vezes; 3% disseram que quase nunca, e 3% disseram que a informação divulgada através dessas ferramentas nunca é tratada de forma satisfatória.

Gráfico 20 - Resultado da pergunta “A informação divulgada através das ferramentas digitais de divulgação da UFVJM (Portal, Jornal *online* e *Twitter*) é tratada de forma satisfatória?”⁵²

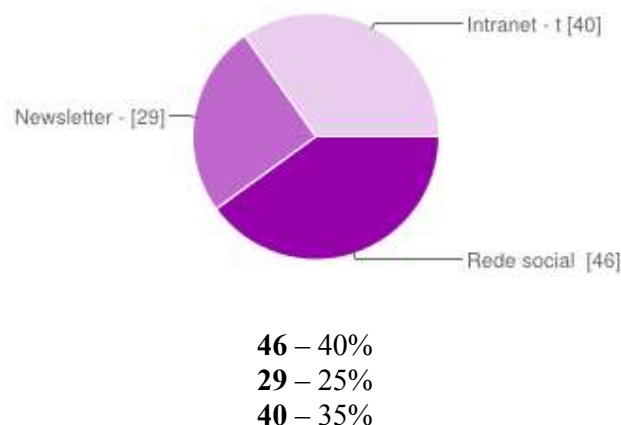


Fonte: Do autor

⁵²O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente.

A fim de identificar que tipo de ferramenta digital ou veículo de divulgação atenderia melhor à expectativa da comunidade acadêmica da UFVJM, foi inserida a pergunta no questionário e o resultado apontou que 40% da população gostaria que a Instituição tivesse um perfil oficial em rede social; 34,78% gostariam de uma intranet, e 25,21% gostariam de um *newsletter*.

Gráfico 21 - Resultado da pergunta “Que tipo de ferramenta digital ou veículo de divulgação atenderia melhor à expectativa da comunidade acadêmica da UFVJM?”



Fonte: Do autor

Aplicado o teste Qui-Quadrado nessa análise, concluiu-se que: Intranet = com nove discentes, 17 docentes e 14 técnicos administrativos; *Newsletter* = com cinco discentes, 13 docentes e 11 técnicos administrativos; Rede Social = 27 discentes, sete docentes e 13 técnicos administrativos.

Tabela 8 - Valores absolutos de pessoas da comunidade acadêmica da UFVJM que escolheram o tipo de ferramenta digital ou veículo de divulgação que atenderia à sua expectativa

Ferramentas ou Veículos de Comunicação	Discente	Docente	Técnico Administrativo
Intranet	9	17	14
Newsletter	5	13	11
Rede Social	26	7	13

Médias diferiram segundo Teste Qui-Quadrado ($p < 0,05$) (18.9134, $df = 4$, $p\text{-value} = 0.0008173$)

Fonte: Do autor

A conclusão dessa análise revela que a ferramenta digital ou veículo de divulgação que atenderia à expectativa do usuário pesquisado tem dependência com sua condição de

docente, discente ou técnico administrativo. E, nesse caso, é possível observar, claramente, que a preferência dos discentes é pelas redes sociais e, a dos professores e técnicos administrativos é pela intranet.

Ao serem questionados sobre quais características essa ferramenta ou veículo deveria ter, os respondentes dividiram-se da seguinte forma: 80% optaram pelo fluxo de informação semanal; 10% escolheram o fluxo de informação quinzenal; 38% preferiram o fluxo de informação restrita à comunidade interna; 40% marcaram o fluxo de informação aberto à comunidade externa; 51% afirmam que preferem um ambiente livre para proposição e discussão; 50% desejam um ambiente para circulação de informações e de interação dos membros da comunidade interna da UFVJM; 39% querem um ambiente para circulação de informações e de interação dos membros da UFVJM com temas propostos a qualquer momento pelos participantes; 37% desejam um ambiente aberto para problematizações com temas propostos a qualquer momento por membros da UFVJM e 31% pretendem um ambiente aberto para problematizações com temas propostos a qualquer momento por membros da UFVJM e externos.

Tabela 9 - Características da ferramenta ou veículo de comunicação desejada pela comunidade acadêmica da UFVJM⁵³

Características	N	(%)
Fluxo de informação semanal	92	80%
Fluxo de informação quinzenal	11	10%
Fluxo de informação restrita à comunidade interna	44	38%
Fluxo de informação aberto à comunidade externa	46	40%
Ambiente livre para proposição e discussão	59	51%
Ambiente para circulação de informações e de interação dos membros da comunidade interna da UFVJM	57	50%
Ambiente para circulação de informações e de interação dos membros da UFVJM com temas propostos a qualquer momento pelos participantes	45	39%
Ambiente aberto para problematizações com temas propostos a qualquer momento por membros da UFVJM	43	37%
Ambiente aberto para problematizações com temas propostos a qualquer momento por membros da UFVJM e externos	36	31%

Fonte: Do autor

⁵³O teste retornou inconsistência no aplicativo R, o que inviabilizou a aplicação do Qui-Quadrado, demonstrando que a amostra não foi suficiente.

Para a análise desses dados não foi possível usar o teste do Quadrado em função da frequência insuficiente para cálculo do valor de p .

5.2 Análise da atuação das mídias digitais da UFVJM na comunidade acadêmica

O homem da atualidade tem se formado e se informado através dos processos de interação proporcionados pelos artefatos resultantes do desenvolvimento acelerado das tecnologias digitais que propõem a convergência de vários veículos de comunicação como a TV, o cinema, o rádio, o audiovisual, o vídeo, os *smartphones*, os simuladores visuais, as telas interativas, o hipertexto e a internet. Vive-se num mundo de imagens e sons que penetram o universo mental das pessoas durante grande parte do dia. Esses dispositivos tecnológicos moldam a consciência e, muitas vezes, o modo inconsciente de agir do homem. Isso ocorre ao mesmo tempo em que as tecnologias digitais tornam-se um importante valor cultural da sociedade, impulsionando o desenvolvimento de novas tecnologias da informação e da comunicação.

A explosão de informações, a possibilidade de acesso à comunicação mundial pelo ciberespaço constitui exemplos de que, a cada momento, o mundo contemporâneo apresenta uma nova tecnologia que leva os sujeitos, a se sentirem interessados ou na obrigação de compreender. O sujeito passa a viver uma realidade de infinitas possibilidades, inserido no ciberespaço, onde ele pode construir e reconstruir um mundo, ainda que virtual, à sua maneira.

O ciberespaço possibilita novas formas de interação, dando uma nova dimensão à relação do sujeito com o tempo e o espaço. A internet abre uma janela para que o sujeito olhe para o mundo e se descubra a si mesmo e aos outros, proporcionando uma ampliação dos seus horizontes, uma redução das distâncias e uma busca constante pelo conhecimento. Ela facilita a globalização das culturas e permite o acesso à informação rompendo barreiras, ultrapassando fronteiras, onde quer que esteja. A rede representa, sem dúvida, um modo de produção subjetiva contemporâneo, um lugar, mesmo que virtual, de produção de valores, costumes, hábitos, linguagens e culturas.

Confirmando a tese de que a internet propicia e facilita a interconexão das culturas, a presente pesquisa abordou o universo de três categorias que compõem a comunidade acadêmica da UFVJM: docentes, discentes e técnicos administrativos.

Do total de 115 pessoas que responderam à pesquisa, foi possível identificar que a categoria discente, embora tenha sido a maior em números absolutos, equiparou-se em porcentagem com os docentes e técnicos administrativos. De modo geral, os sujeitos demonstraram certa falta de pertencimento, principalmente os estudantes, com relação às ações que, mesmo sendo executadas em nível de pesquisa científica, podem ser revertidas em melhorias para a comunidade acadêmica da UFVJM. É como se atestassem: “ser membro da Universidade, mas não fazer parte dela e por isso não se sentir tão comprometido em responder às pesquisas ou, então, não precisar, emitir sua opinião em prol de algo que não sente como seu”.

A jovialidade institucional da UFVJM também foi constatada em três momentos da pesquisa. O primeiro momento revela-se nos resultados que indicam a que faixas etárias pertencem os integrantes da sua comunidade acadêmica. O maior contingente de respondentes da pesquisa composto por 26,1% dos discentes possui entre 20 e 30 anos; 15,7% dos docentes possuem entre 40 e 50 anos e 19,1% dos técnicos administrativos possuem entre 30 e 40 anos. Esses resultados são compatíveis com o segundo momento, que revela a jovialidade da instituição, quando 40% dos pesquisados desejam que ela tenha um perfil em rede social, confirmando a penetrância desse tipo de mídia entre a população jovem na atualidade. E o terceiro momento revelador dessa jovialidade é o resultado indicador de que 63% dos pesquisados pertencem à comunidade da UFVJM há, no máximo, 10 anos, e a Instituição, na condição de Universidade, completará 10 anos de existência no final de 2015.

Os resultados desta pesquisa revelam que a internet é acessada por toda a comunidade da UFVJM pesquisada, demonstrando que ela é considerada um veículo de comunicação aberto, descentralizado e de fácil acesso. Seu uso na comunidade acadêmica é maciço. As pessoas comunicam-se, trocam informações, dados e pesquisas através da rede eletrônica, na qual se encontra disponível um elenco incontável de informações sobre vários temas, pesquisas, ações de apoio ao ensino e estratégias de divulgação, que vão, desde a institucional, na qual a instituição mostra o que faz, até a particular, na qual professores ou estudantes criam suas *homepages* para publicarem o que produzem de mais significativo.

Na rede também desenvolvem-se formas novas de comunicação. Prova disso é que 5% do total de pessoas pesquisadas na UFVJM possuem perfil em rede social. O dado revela que a possibilidade de divulgar páginas pessoais e de grupos na internet provoca uma grande motivação pela busca de visibilidade e responsabilidade não só para instituições, mas também para os sujeitos em suas variadas facetas identitárias de professores, técnicos administrativos e

estudantes. Esse é mais um exemplo de que a internet é uma tecnologia que proporciona uma exposição da intimidade dos sujeitos e traz à tona a satisfação do desejo do indivíduo, que parece estar, neste momento, numa busca incessante por uma visibilidade pública de suas identidades, de seus papéis profissionais e pessoais.

Entre os sites de redes sociais escolhidos pela comunidade pesquisada, destaca-se o *Facebook*, no qual 87% dos respondentes possuem perfil. Diante desse resultado, é possível inferir que a escolha pelo *Facebook* está diretamente relacionada ao fato de ele ser um site no qual o sujeito pode criar sua conta, inserir seu nome, adicionar uma foto no perfil, conectar-se a uma rede de contatos, compartilhar conteúdo e experimentar novas formas de interpretação do contexto social e das identidades dentro do universo da cultura digital. Sua complexidade subjetiva é melhor representada nesse ambiente das redes sociais. Supõe-se que haja, nesse processo, uma nova maneira do sujeito interagir com seus contatos e seus respectivos conteúdos, de acordo com seus gostos, ideologias, preferências culturais, doutrinas, ideais e filosofias de vida.

A falta de apropriação de uma identidade que remeta o sujeito, em primeira instância, à instituição na qual trabalha ou estuda faz com que ele tenha preferência por sites de busca como página principal de acesso à internet, e não, o Portal de identificação da sua “segunda casa” - seu local de trabalho ou de estudo - onde passa a maior parte das suas 24 horas diárias e onde estão as pessoas com quem mais convive no dia a dia. Confirmando essa reflexão, o resultado da pesquisa aponta que 79% dos respondentes possuem o site de busca do *Google* como página inicial de acesso à internet, o que pode ser visto também como mais um testemunho de que o sujeito da atualidade possui interesse por maiores possibilidades de se encontrar em vários universos, nesse caso, propiciados pelo site de busca *Google*.

Embora a mídia tradicional apresente um sistema de comunicação de mão única, como é o caso do Jornal da UFVJM impresso, a comunicação, no seu processo real, fundamenta-se na troca ativa entre os lados integrantes do processo e desses lados com a própria mensagem e seu meio de transmissão e recepção. Nesse sentido, a mídia virtual - que se aproxima do processo de comunicação interativo, exemplificadas aqui através do Jornal da UFVJM, na versão *on-line*, e do Portal da UFVJM - ainda é pouco explorada pela comunidade acadêmica.

Apenas 49% dos pesquisados acessam o Portal da Universidade diariamente, e apenas 4% da comunidade lê o Jornal, sempre que é publicado *on-line*. Um total de 93% dos respondentes não possuem o Jornal entre seus sites de Favoritos ou em sua lista de leitura. Dessa forma, pode-se ponderar que as mídias digitais de característica 1.0 não possuem alto

impacto na produção de subjetividades nessa comunidade, uma vez que não são apropriadas pela sua maioria.

E para confirmar a fluidez encontrada na identidade desse sujeito integrante da comunidade acadêmica da UFVJM, foi constatado que 52% desta comunidade possui o Portal da Universidade incluso entre seus *sites* de Favoritos ou em sua lista de leituras. Ou seja, o sujeito parece estar confuso. Ele realmente não se identifica com a mídia Portal? Ou se identifica, mas não assume? Como membro da Instituição possui a página em seu ambiente pessoal, mas não usufrui com plenitude das informações por ela veiculadas. O sujeito está fragmentado. Pode-se pensar também que o sujeito, ao se identificar como membro da Instituição, incorpora em seu ambiente virtual pessoal o Portal, mas através dele não consegue interagir com os outros nem de modo síncrono nem de modo assíncrono, fazendo, assim, com que perca boa parte do interesse por essa mídia?

Os resultados também levam a perceber que a relação existente entre a comunidade acadêmica e o uso das mídias digitais *Web 2.0* da UFVJM, como o *Twitter*, por exemplo, ainda é muito tímido, já que 83% dos respondentes da pesquisa nunca acessam o *Twitter* da Universidade. A distância é tão explícita que 85% dos pesquisados nunca retwittaram uma informação que tenha sido publicada nessa mídia, e 97% da comunidade não possui esse *site* de rede social da UFVJM incluso nos seus *sites* de Favoritos ou em sua lista de leituras. No entanto, esses dados revelam uma ambiguidade nas preferências dos respondentes, uma vez que 42% deles afirmaram ter perfis no *Twitter*, e apenas 3% deles acessam o *Twitter* da UFVJM.

Conforme visto, os processos de aprendizagem ocorrem, primeiramente, no plano objetivo e, posteriormente, através da mediação e das interações, eles são subjetivados. Segundo Vygotsky (1989), esses processos de aprendizagem mediados, ao serem internalizados, passam a orientar as ações dos sujeitos, pois acabam alterando seus esquemas cognitivos. O resultado da pesquisa quanto ao uso da Plataforma de Aprendizagem *Moodle* pela comunidade acadêmica da UFVJM revela que 38% desta comunidade nunca acessa o *Moodle* e apenas 14% o acessam. Esses dados revelam que aspectos significativos da cibercultura estão sendo perdidos no ciberespaço da Universidade, uma vez que a interação promovida por um ambiente virtual de aprendizagem como o *Moodle* tende a oferecer condições oportunas para a análise de conteúdos, construção e internalização de conhecimentos. As manifestações na Plataforma, através dos fóruns, podem revelar as

histórias que perpassam o que está implícito nas relações virtuais, os conflitos manifestados e as formas como os sujeitos estão transitando no ambiente virtual de aprendizagem.

É interessante pensar em como modificar o *Moodle*, para atingir mais sujeitos, colocando-o em comparação com o *Facebook*, que tem grande penetrância na comunidade acadêmica da UFVJM. Um diferencial importante é que o *Facebook* é um ambiente virtual construído pelo sujeito, que representa bem seus vários papéis sociais e suas múltiplas identidades. Em contraponto, o *Moodle* oferece somente um ambiente reduzido a poucas relações sociais limitando os sujeitos a seus papéis, sejam eles de professor, aluno ou técnico administrativo.

É possível observar também, através da pesquisa, que, na maioria das vezes, as pessoas numa organização optam por um veículo de comunicação interna, mas desconhecem suas características, suas funções e seus objetivos. Como exemplo, vale citar o resultado do questionário no qual 40% dos pesquisados desejam que a instituição tenha um perfil em rede social, mas 80% desse mesmo grupo opta por um veículo que apresente fluxo de informação semanal, ou seja, desconhecem uma das principais características que definem uma rede social: a oferta da informação em tempo real e de forma instantânea.

Pode-se pensar que o motivo de tal incoerência esteja centrado na natureza da informação, e não, na sua periodicidade como foi apontado pela pesquisa. A expectativa dos pesquisados pode estar relacionada à oferta de abertura para discussão de temas que não estejam sendo oferecidos no processo atual de comunicação interna da Universidade.

Essa interpretação é respaldada quando se encontram 51% dos pesquisados interessados em um ambiente livre para proposição e discussão de informações e 31% desejando um ambiente aberto para problematizações com temas propostos a qualquer momento por membros da UFVJM e, também, da comunidade externa. Mas quando questionados se eles próprios postam em seus perfis de redes sociais e blogs, tendo em vista que 78% afirmam ter esses perfis, um total de 49% afirmam nunca terem utilizado as informações publicadas no Portal da UFVJM para divulgá-las nas redes sociais.

Esses dados indicam falta de penetrância do Portal da UFVJM no ambiente virtual pessoal dos sujeitos, o que faz acreditar que a referida mídia parece não estar contribuindo tanto para a construção de subjetividades pelo fato, talvez, de privilegiar somente uma ou poucas identidades dos sujeitos e ainda não permitir fácil interação.

Os resultados permitem observar que a comunidade acadêmica da UFVJM ainda está vivendo um processo de identificação, apropriação e pertencimento referente à Instituição. Ela

ainda não tem clareza sobre qual é sua identidade e seu lugar nesse ciberespaço oferecido pela Universidade, uma vez que esse ciberespaço ainda não oferece tantos meios para interação e manifestação dos sujeitos. A pesquisa mostra que 55% das pessoas pesquisadas inserem a categoria de discente, docente ou técnico administrativo à qual pertencem na sua assinatura de e-mail, seja ele pessoal ou institucional. A comunidade acadêmica da UFVJM está num processo de transição de identidades. Ora, ela é, em sua maioria, fiel à identidade UFVJM, quando 73% do total de pesquisados dizem que se identificam como membro da comunidade dessa Universidade em seus perfis nas redes sociais. Ora, ela não sabe se pode, de fato, fazer uso das informações e das mídias digitais hoje ofertadas no ciberespaço da UFVJM.

Comprovando essa afirmação, vale ressaltar os seguintes resultados: apenas 6% da população pesquisada reencaminha *e-mails* com informações da UFVJM ou sobre informações que são encaminhadas através da lista interna de *e-mails* da Universidade; apenas 1% dessa população tem o hábito de arquivar, em pastas do seu computador, o conteúdo veiculado no Portal, no *Twitter* ou no Jornal *on-line*; 16% da população pesquisada afirma que as ferramentas digitais de divulgação da UFVJM (Portal, Jornal *on-line* e *Twitter*) sempre transmitem informações úteis, importantes ou interessantes; e 11% dessa comunidade acadêmica acredita que a informação divulgada através dessas ferramentas é sempre tratada de forma satisfatória.

É possível dizer que o Portal parece cumprir seu papel de informar objetivamente os assuntos da UFVJM, mas a ausência de um ambiente 2.0, acessível também a partir do Portal, para interação e discussão sobre temas diversos, parece ser um fator de impedimento para um processo de comunicação interna mais eficiente e satisfatório para seus públicos.

Durante a realização desta pesquisa, foi possível conhecer os recursos que possibilitam o desenvolvimento dos processos de construção de identidades e de subjetividades no ciberespaço e também foi possível observar como as relações de interação são permeadas pelo contexto social, pela pertença, pelo afeto, pela identificação, pela exposição e pela credibilidade. Os resultados encontrados retratam o perfil de uma comunidade acadêmica que ainda está se formando e se informando no ciberespaço ofertado; uma comunidade fluida, confusa e que ainda não se consolidou no seu processo de identificação com a Instituição que, por sua vez, ainda não apresenta uma infraestrutura tecnológica que suporte esse processo de forma plena; uma comunidade que, embora não hesite em assinar o nome da UFVJM na sua identificação, ainda não internalizou efetivamente a informação produzida e divulgada na e pela Universidade.

5.3 Possibilidades de desenvolvimento do ciberespaço da UFVJM

O sucesso de todo e qualquer ato comunicativo, seja ele no processo de comunicação interpessoal, seja no processo de comunicação coletiva, reside, preliminarmente, no conhecimento dos próprios ingredientes que integram o ato de comunicar. Entende-se por processos de comunicação os processos de informação, de compreensão e de reflexão, capazes de realizar mudanças no sistema contínuo de relacionamento entre os atores sociais de uma organização, uma instituição, uma rede. Todos esses processos utilizam meios adequados para prover o diálogo ou interação e as Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação são consideradas meios facilitadores eficientes para a concretização desses processos de comunicação, se utilizadas de maneira adequada.

A internet é, sem dúvida, o meio de comunicação mais utilizado na atualidade. É importante ressaltar que existe uma multiplicidade de saberes que circulam na rede pelos diversos canais midiáticos, e essa diversidade e difusão do saber, fora do ambiente tradicional de formação, é um dos desafios mais fortes que o mundo da comunicação apresenta à sociedade. A tecnologia não cria a relação social, mas ela proporciona a interação, a interconexão nos processos de comunicação.

Conforme mostra a pesquisa, a comunidade acadêmica da UFVJM deseja que exista no ciberespaço da Universidade um veículo de comunicação com características que se aproximam de uma rede social, posteriormente de uma intranet e de um *newsletter*. Diante da atual condição tecnológica da instituição, que aguarda a ampliação da capacidade da sua banda de acesso à internet, a fim que possa ser aberto, em maior escala, o acesso aos *sites* de redes sociais, propõe-se, em curto prazo, a criação de um *newsletter*, de periodicidade semanal, com linha editorial adequada – em termos de pauta, linguagem e disposição gráfica – ao objetivo da publicação, e que se tenha em mente que um veículo não pode dar conta de promover a comunicação efetiva com públicos que tenham um variado conjunto de expectativas.

É possível pensar que essa proposta não atenda efetivamente aos anseios da comunidade pesquisada, mas diante de um cenário de infraestrutura tecnológica desfavorável e uma fluidez explícita nos resultados da pesquisa, acredita-se ser essa proposta a mais pertinente, no momento, uma vez que uma das principais vantagens da *newsletter* é sua capacidade de noticiar rapidamente e em tempo real as informações de uma instituição. Nas organizações, os *newsletters* funcionam como canal de comunicação entre os diversos

públicos que a compõem. Seu caráter breve e a constância com que é produzida e veiculada ajudam no gerenciamento das informações de um ambiente organizacional.

Um *newsletter* deve ter *layout* prático, predomínio de texto em relação à imagem, tamanho de, no máximo, quatro páginas, ciclo de vida momentâneo, periodicidade semanal, quinzenal ou mensal, dependendo da necessidade da organização na qual está inserida, conteúdo editorial voltado para notícias de última hora, universo temático reduzido, um público leitor diversificado e prezar pela cobertura da atualidade, em tempo real. Segundo Santos (1995), conhecendo essas características, o sujeito terá uma melhor compreensão dos objetivos e benefícios dessa ferramenta de comunicação.

Em longo prazo, seria possível pensar, planejar ou arquitetar a utilização dos sites de redes sociais para a construção de um espaço institucional de comunicação para a comunidade acadêmica da UFVJM, visando propiciar uma ampla manifestação da subjetividade dos membros da Instituição, proporcionando-lhes um amplo exercício de seus diversos papéis e identidades. Esse espaço, possivelmente, atenderia à expectativa da comunidade pesquisada e confirmaria a afirmativa de que as tecnologias digitais tornaram-se um importante valor cultural da sociedade, impulsionando o desenvolvimento da comunicação.

CONCLUSÃO

A pesquisa apresentada partiu do princípio de que há uma interferência do uso do ciberespaço, das mídias digitais e das tecnologias digitais de comunicação na construção do conhecimento e na construção da subjetividade do indivíduo. Para confirmar esse princípio, foi escolhido como objeto de estudo o caso das mídias digitais utilizadas no ciberespaço disponível para a comunidade acadêmica da UFVJM, composta por docentes, discentes e técnicos administrativos.

Como conceito introduzido por Pierre Lévy (1999), o ciberespaço faz referência a um oceano de informações pelo qual as pessoas navegam ao usarem a *web*. O ciberespaço é um ambiente de formação de novos comportamentos e hábitos que não só conduzem a pessoa a um novo modo de compreender o mundo que a circunda, mas também a direcionam para uma nova percepção de si mesma e dos outros. O ciberespaço é entendido como um ambiente de construção de subjetividades, além de um espaço de construção de culturas (SPEROTTO, 2014). Com o uso das tecnologias, as pessoas aprendem, constroem seus ambientes de aprendizagem e de interação (*sites* preferidos, comunidades virtuais, jornais virtuais, portais, *twitters* etc.) e desenham, através da construção de um ambiente virtual personalizado, suas próprias identidades, aprendizagens e subjetividades.

A proposta desta pesquisa foi estudar e acompanhar o processo de construção de subjetividades e aprendizagens que ocorre no ciberespaço disponibilizado pela UFVJM, nos *campi* de Diamantina, para propor um plano para sua ampliação e melhoramento. Optou-se por apresentar o ciberespaço como um local privilegiado de construção de identidades no contemporâneo, além de defender que as instituições precisam superar o modo *one-way* da *Web* 1.0 de divulgação de informações e investir em sistemas de comunicação descentralizados, incorporando oficialmente as ferramentas da *Web* 2.0 e preparando-se para as inovações.

Para tanto, foram investigadas as Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação (TDICs) encontradas atualmente na UFVJM (Portal, *Twitter* e Jornal *on-line*), o modo como se desenvolvem e como estão inseridas nos projetos de comunicação interna dessa instituição, além de identificar como elas contribuem na divulgação da informação e na construção do conhecimento da comunidade interna da UFVJM (docentes, discentes e técnicos administrativos).

A pesquisa foi realizada através de revisão bibliográfica com a finalidade de analisar a consistência das informações e dados apresentados pelos autores estudados frente à problemática delineada. Os termos orientadores desta pesquisa foram comunicação, cibercultura, ciberespaço, cultura digital, Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação, sociedade em rede, identidade e subjetividade.

Foi realizado também um estudo de caráter histórico que buscou localizar as fontes e obter o material relativo ao desenvolvimento das Tecnologias Digitais da Informação e da Comunicação na UFVJM. Foram realizadas entrevistas e pesquisa documental. Busca-se aqui evidenciar as conquistas alcançadas com o estudo, defendendo o ciberespaço como um local privilegiado de construção de subjetividades e de identidades e, nessa linha, uma análise de possibilidades e intenções de desenvolvimento das TDICs na UFVJM como produto da dissertação.

A proposta foi estudar duas vertentes da comunicação, que acontecem no dia a dia do ensino superior: uma ligada a levantar informações sobre quem são esses estudantes, com quem os professores se “põem em comum”, “compartilham suas ideias” e “interagem”, e a outra seria saber como esses mesmos estudantes buscam implementar o conhecimento adquirido, “interagindo”, nesse caso, com a mídia internet em suas facetas de inter e multidisciplinaridade.

A metodologia teve um caráter qualitativo e quantitativo. As entrevistas foram pontuais e visaram uma população reduzida caracterizada pelos profissionais que vivenciaram as transformações ocorridas, ao longo dos últimos sete anos, nas atividades relativas à comunicação interna na UFVJM. Foram feitas três entrevistas, de caráter semiestruturado, em que aos sujeitos foi demandado um testemunho sobre o histórico da implantação das tecnologias de comunicação interna da Universidade. As entrevistas foram gravadas em áudio, e cada uma teve a duração máxima de 60 minutos.

O roteiro para a entrevista envolveu aspectos que possibilitaram traçar o cenário de evolução das tecnologias digitais de informação aplicadas à comunicação interna na universidade, bem como conhecer a capacidade tecnológica da UFVJM, atualmente, suas limitações e as regras que normatizam o uso das ferramentas de tecnologia, para, assim, apresentar uma proposta de melhoria no processo de comunicação interna dentro do ciberespaço oferecido pela Universidade.

O outro instrumento de coleta de dados foi um questionário autoaplicável na internet, enviado por *e-mail*, criado no *Google Docs*, para os docentes, técnicos administrativos e

discentes dos *campi* da UFVJM em Diamantina, que necessitaram de, no máximo, 10 minutos para respondê-lo.

Para atingir uma amostra representativa da população, foram entrevistados, pelo menos, 3% do seu total. Conforme a Resolução 196/6 do Conselho Nacional de Saúde (CNS), de 10 de outubro de 1996, esta pesquisa foi submetida à apreciação do Comitê de Ética em Pesquisa⁵⁴ com da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, e aprovada em 7 de agosto de 2014.

A coleta de dados para a pesquisa foi dividida em três etapas: o Preâmbulo, coma proposta de realizar uma pesquisa bibliográfica e documental, quando foram consulta dos documentos institucionais como atas, regimentos e resoluções aprovados e arquivados pelo Conselho Universitário da UFVJM além de informações publicadas no Portal da Universidade; ainda nessa etapa, foi proposto conhecer como a comunidade interna (docente, discente e técnico administrativo) utiliza as ferramentas digitais disponíveis no ciberespaço da UFVJM; o Mapeamento dos hábitos, cujo objetivo foi mapear as manifestações dos públicos com relação ao uso das ferramentas digitais e da internet, no ambiente de trabalho, e identificar o que eles desejam como instrumento que poderá contribuir para um melhor fluxo da informação dentro da Universidade e como essa informação os auxiliará nos processos de aprendizagem e construção do conhecimento; e as Perspectivas para novos trabalhos na UFVJM, a fim de apresentar possibilidades de desenvolvimento do ciberespaço da UFVJM com a criação de ferramentas digitais de comunicação interna, que contribuam para a melhoria desse ciberespaço.

Durante a realização desta pesquisa, foi possível conhecer como se desenvolvem os processos de construção de identidades e de subjetividades no ciberespaço e também observar como as relações de interação são permeadas pelo contexto social, pela pertença, pelo afeto, pela identificação, pela exposição e pela credibilidade. Os resultados encontrados retratam o perfil de uma comunidade acadêmica que ainda está se formando e se informando no ciberespaço ofertado; uma comunidade fluida, confusa e que ainda não se consolidou no seu processo de identificação com a Instituição; uma comunidade que, embora não hesite em assinar o nome da UFVJM na sua identificação, ainda não internalizou, efetivamente, a informação produzida e divulgada na e pela Universidade.

⁵⁴ Apêndice F

Pelo ponto de vista da Instituição, é importante atender às expectativas dos sujeitos demonstradas na pesquisa. Como perspectiva para próximos trabalhos, objetiva-se a elaboração de um plano de desenvolvimento do ciberespaço da UFVJM. Tem-se como proposta a criação de uma ferramenta digital que estará disponível no ciberespaço da UFVJM, mas com características de produção e veiculação compatíveis com a atual oferta de infraestrutura tecnológica da Instituição. Para tanto, está sendo proposta a criação de um *newsletter*, de periodicidade semanal, com linha editorial adequada – em termos de pauta, linguagem e disposição gráfica – ao objetivo da publicação.

Em longo prazo, seria possível pensar, planejar ou arquitetar a utilização dos sites de redes sociais para a construção de um espaço institucional de comunicação para a comunidade acadêmica da UFVJM, visando propiciar uma ampla manifestação da subjetividade dos membros da Instituição, proporcionando-lhes um amplo exercício de seus diversos papéis e identidades. Esse espaço, possivelmente, atenderia à expectativa da comunidade pesquisada e confirmaria a afirmativa de que as tecnologias digitais tornaram-se um importante valor cultural da sociedade, impulsionando a proliferação da comunicação.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T.W.; HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, p.159-204, 1990.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001. 258p.
- BRAGA, E.M.; CARVALHO, L.L. Representação, signo e conceito na teoria de Vygotsky: impacto sobre o conceito de metacognição. In: Lopes, E.J. (org.). **Temas em ciências cognitivas e representação mental**. Porto Alegre: SINOPSYS, p.205-216, 2012.
- CAHEN, R. **Tudo que seus gurus não lhe contaram sobre comunicação empresarial**. São Paulo: Best Seller, 1990.
- CALVINO, M. Mesa de abertura. In: Conselho Federal de Psicologia (org.). **Mídia e psicologia: produção de subjetividade e coletividade**. 2ª.ed. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, p.39-48, 2009.
- CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e terra, 1999.
- _____. **A Sociedade em Rede** (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1). São Paulo: Paz e Terra, 9ª edição, Trad. Ronei de Venancio Majer, 2006.
- _____. **Comunicación y Poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- CASTELLS, M.; HIMANEN, P. **La sociedad de la información y el estado de lbienestar: el modelo finlandés**. Madrid: Alianza editorial, 2002.
- CIAMPA, A. C. **A estória do Severino e a história da Severina: um ensaio de psicologia social**. São Paulo, Brasiliense, 1987.
- CORRÊA, E.S. Comunicação digital e novas mídias institucionais. In: KUNSCH, M. (org.). **Comunicação organizacional**. v.1.São Paulo: Saraiva,p.317-335, 2009.
- COSTA, R.**A cultura digital**. 3ªed. São Paulo: Publifolha, 2008.
- FONSECA FILHO, C. **História da computação: o caminho do pensamento e da tecnologia**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007. 205p. <http://www.pucrs.br/orgaos/edipucrs/>
- FRAGOSO FILHO, C. **Universidade e sociedade**. Campina Grande: Edições Grafset, 1984.
- GARTON, HAYTHORNTHWAITE, WELLMAN, **Studying Online Social Networks**. Journal of Computer Mediated Communication, n.3 Vol1, 1997.
- GIDDENS, A. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar: 2002b.

GINDRE, G. A tecnologia das mídias: a relação dos sujeitos com os meios tecnológicos de comunicação. In: Conselho Federal de Psicologia (org.). **Mídia e psicologia**: produção de subjetividade e coletividade. 2ªed. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, p.51-58, 2009. 392p.

GUARESCHI, P. A produção dos sujeitos: a tensão entre cidadania e alienação. In: Conselho Federal de Psicologia (org.). **Mídia e psicologia**: produção de subjetividade e coletividade. 2ªed. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, p.81-87, 2009. 392p.

GUATTARI, F. Da produção de subjetividade. In: PARENTE, A. (org.). **Imagem Máquina**: aera das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: 34, 1999.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9ªed. Rio de Janeiro:DP&A, 2004.

HERZ, G. Del Castilho. **O esquecido na informática brasileira**. Folha de São Paulo, 19 de fevereiro de 1986.

JACQUES, M.G.C. Identidade. In: M.N. Strey et al. **Psicologia social contemporânea**. p.159-167, Petrópolis: Vozes, 1998.

JANOTTI, A.**Origens da universidade**: a singularidade do caso português.SãoPaulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1992.

LEE, J.A.N. **Computer Pioneers**. Washington: IEEE Computer Society Press, 1995. 816p.

LEMOS, A.; CUNHA, P.**Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência** – o futuro do pensamento na era da informática. São Paulo: 34, 1993.

LÉVY, P. Palestra. In: **Festival Usina de Arte e Cultura**. Porto Alegre: 1994.

LÉVY, P.**O que é o Virtual?** São Paulo: 34, 1996.

_____. **A máquina universo**. Porto Alegre: ArtMed, 2015. (Original publicado em 1998)

_____. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: 34, 1999.

_____.**Inteligência Coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço.Tradução do francês de Felino Martínez Álvarez. Whashington DC. Organización Panamericana de La Salud. 2004.

LÉVY, P. O universal sem totalidade, essência da cybercultura. **Caosmose**.1998. Disponível em: <http://www.caosmose.net/pierrelevy/ouniversalsem.html>. Acesso em 24/01/2015.

LIMA, F. Possíveis contribuições do paradigma relacional para o estudo da comunicação no contexto organizacional. In: OLIVEIRA, I.L.; SOARES, A.T.N. (org.) **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2008.

LUCCI, M.A. **A importância da interação na individualização:** uma visão da abordagem sócio-interacionista de Vygotsky. Revista de Ciência da Educação, v.6, p.137-147, 2002.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 2005.

MARQUES DE MELO, J. **Para uma Leitura Crítica da Comunicação.** São Paulo: Edições Paulinas, 1985.p.123

MORHY, L. Brasil: universidade e educação superior. In MORHY, L.(org.). **Universidade no mundo:** universidade em questão.v.2, Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

OLIVEIRA, I. de L., e PAULA, C. F. C. de. **Comunicação no contexto das organizações:** produtora ou ordenadora de sentidos? In: Oliveira, I. de L. e Soares, A. T. N. (org.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações.** São Caetano do Sul, SP: Difusão Editora, 2008.

O'REILLY, T. **What is web 2.0:** design patterns and business models for the next generation of software. O'Reilly Publishing, 2005. Disponível em: <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>; Acesso em: 27 de jan.de 2015.

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

RHEINGOLD, H. **La comunidad virtual:** una sociedad sin fronteras. Barcelona: Gedisa Editorial, 1995.

SANTAELLA L. **Corpo e Comunicação. Sintoma da Cultura.** São Paulo, Paulus, 2004.

SANTOS, J. M. **Imprensa empresarial da informação à comunicação.** Lisboa: Edições ASA. 1995.

SARTORI, A.S.; SOARES, M.S.P. **Concepção dialógica e as NTICs:** a educomunicação e os ecossistemas comunicativos. V Colóquio Internacional Paulo Freire. Recife, setembro 2005.

HALL, S.; SILVA.T.T.; WOODWARD, K. **Identidade e diferença:** a perspectiva dos estudos culturais. 4ª ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

SPEROTTO, R. **Das artes de viver e das possíveis hibridações de subjetividades.** 2002. 440f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul Porto Alegre, Porto Alegre, 2002.

SPEROTTO, R. Educação para a mídia. In: Conselho Federal de Psicologia (org.). **Mídia e psicologia:** produção de subjetividade e coletividade. 2ªed. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, p.279-303, 2009. 392p.

SPEROTTO, R. **Os jogos eletrônicos:** dispositivos de construção de subjetividade e de aprendizagens no contemporâneo. Disponível em:< <http://www.comunidadesvirtuais.pro.br/seminario4/trab/rosariasperotto.pdf>>. Acesso em: 07 de setembro de 2014.

SPEROTTO, R. **As TICs constituindo novos modos de aprendizagens no contemporâneo.** Disponível em http://www.portalanpedsul.com.br/admin/uploads/2010/Educacao,_Comunicacao_e_Tecnologias/Trabalho/12_55_25_AS__TICS_CONSTITUINDO_NOVOS_MODOS_DE_APRENDIZAGENS__NO__CONTEMPORANEO.PDF. Acesso em 25/01/2015.

SUBTIL,F. **Intercom- RBCC.** São Paulo, v.37, n.I, p.19-44, jan./jun.2014.

TAPSCOTT, D. **A Hora da Geração Digital.** Rio de Janeiro: Agir Negócios. 2010.

TEIXEIRA, A. **Educação e universidade.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1998.

THOMPSON, E. P. **Costumes em Comum:** estudos sobre a cultura popular tradicional. São Paulo: Companhia das Letras. 1998.

TORQUATO, G. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

TRINDADE, H. Universidade, ciência e estado.In:TRINDADE, H. (org.).**Universidade em ruínas:** na república dos professores. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, Rio de Janeiro: CIPEDES, p.9-23, 2000.

UFVJM História Disponível em: <http://www.ufvjm.edu.br/universidade/historia.html?lang=pt_BR.utf8%2C+pt_BR.UT> Acesso em: 13 de abr. 2014.

UFVJM Dicom - Diretoria de Comunicação Social Disponível em: <http://www.ufvjm.edu.br/dicom.html?lang=pt_BR.utf8%2C+pt_BR.UT> Acesso em: 13 de abr. 2014.

WIENER, Norbert. **Cibernética e sociedade:** o uso humano de seres humanos. São Paulo: Cultrix, 1984.

VIGOTSKY, L.S. **A Formação Social da Mente.** 3ªed. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

_____.**Pensamento e linguagem.** São Paulo:Martins Fontes, 2001.

Apêndice A



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e
Mucuri
Comitê de Ética em Pesquisa



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Você está convidado a participar de uma pesquisa intitulada: **“O ciberespaço como um ambiente de construção de subjetividades e de aprendizagens no contemporâneo: um estudo de caso das mídias digitais da UFVJM”**, coordenada pelo Professor/Orientador, Dr. Leonardo Lana de Carvalho, com a participação da mestrand, Léa Cristina Vilela Sá Fortes Pedreira, pesquisadora.

A sua participação não é obrigatória. A qualquer momento você pode desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com o coordenador, com a pesquisadora e com a UFVJM.

O objetivo desta pesquisa é **compreender o processo de construção de subjetividades, formação de identidades e aprendizagens que ocorre no ciberespaço disponibilizado pela Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM) a fim de propor um plano de ampliação e melhoramentos deste ciberespaço**. Se aceitar o convite, sua participação nesta pesquisa consistirá em responder a entrevista gravada em áudio, com duração máxima de 60 minutos, com a finalidade de retratar um histórico de construção institucional das mídias internas da UFVJM.

O motivo pelo qual você está sendo convidado a conceder essa entrevista é para que eu possa fundamentar um capítulo da dissertação, no qual tentarei traçar o cenário de evolução das Tecnologias Digitais de Informação aplicadas à comunicação interna na Universidade. Como você é uma das pessoas que trabalhou e trabalha diretamente na construção desse processo, gostaria de entrevistá-lo para levantar o histórico da implantação da tecnologia na UFVJM.

As informações fornecidas por você contribuirão para um maior esclarecimento e compreensão sobre o processo de construção de subjetividades, formação de identidades e aprendizagens que ocorrem no ciberespaço disponibilizado pela UFVJM a fim de propor um plano de ampliação e melhoramentos deste ciberespaço em favor do processo da Comunicação Interna da Universidade, através de um protocolo para o desenvolvimento das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação (TDICs) na UFVJM.

Elas serão confidenciais e asseguramos o sigilo sobre sua participação. Esta pesquisa não apresenta riscos à sua integridade física, pois não será realizado nenhum tipo de procedimento invasivo e nem procedimento de avaliação ou tratamento. Caso ocorra qualquer tipo de problema

você poderá procurar pelo pesquisador, por telefone ou carta. O risco relacionado com sua participação será de gerar constrangimento no momento de conceder à entrevista que poderá ser considerado como invasão de privacidade. No intuito de minimizar esse risco, a entrevista será em local apropriado para que cada participante tenha privacidade ao respondê-la.

A sua participação será voluntária, não havendo remuneração para tal. Não há previsão de despesas por parte dos pesquisadores. Entretanto, qualquer gasto financeiro que porventura ocorra será ressarcido pelo responsável pela pesquisa. Não está prevista indenização pela participação na pesquisa, mas se a qualquer momento houver algum dano a você, comprovadamente decorrente desta pesquisa, terá direito à indenização.

Você receberá uma cópia deste termo onde constam o telefone e o endereço do pesquisador principal, podendo tirar suas dúvidas sobre o projeto e sobre sua participação agora ou em qualquer momento.

Léa Cristina Vilela Sá Fortes Pedreira - Pesquisadora
Endereço: Rua Zulmiro Ramos Almeida, 40
Centro - Diamantina/MG
CEP 39100-000– CEP: 39.100-000
Telefone: (38) 3531-4151 e 99547751

Agradecemos a sua participação, atenção e valiosa colaboração.

Declaro que entendi os objetivos, a forma de minha participação, riscos e benefícios da mesma e aceito o convite para participar. Autorizo a publicação dos resultados da pesquisa, a qual garante o anonimato e o sigilo referente à minha participação.

Nome do sujeito da pesquisa: _____

Assinatura do sujeito da pesquisa: _____

Informações – Comitê de Ética em Pesquisa da UFVJM
Rodovia MGT 367 - Km 583 - nº 5000 - Alto da Jacuba –
Diamantina/MG CEP39100000
Tel.: (38)3532-1240 –
Coordenadora: Profª. Thaís Peixoto Gaiad Machado
Email: cep.secretaria@ufvjm.edu.br e/ou cep@ufvjm.edu.br

Apêndice B

Roteiro para entrevista

Entrevistadora: Léa Sá Fortes (mestranda no MPICH – UFVJM)

Entrevistados:

Abordagem: Estou cursando o Mestrado Profissional Interdisciplinar em Ciências Humanas (MPICH) da UFVJM e para o meu trabalho de pesquisa, gostaria de fazer uma entrevista com você para fundamentar um capítulo da dissertação, no qual tentarei traçar o cenário de evolução das Tecnologias Digitais de Informação aplicadas à comunicação interna na Universidade. Como você é uma das pessoas que trabalharam e trabalham diretamente na construção desse processo, gostaria de entrevistá-lo para levantar o histórico da implantação da tecnologia na UFVJM, incluindo:

- a instalação do Pop (data, capacidade, evolução, qual é a situação atual);
- o primeiro site (data, gerenciador de conteúdo utilizado, capacidade, arquivos, evolução, o portal de hoje, gerenciador utilizado, banco de dados, backup);
- a criação do Portal, suas páginas próprias (*home pages*) e a autorização para a criação dessas *home pages* para os cursos e disciplinas dentro do Portal (data, gerenciador permitido, domínios, segurança, limitação, evolução);
- a implantação do SIGA (data, aquisição, do que ele é capaz, melhorias trazidas por ele, o status atual e o que ainda poderá agregar de positivo);
- o *Moodle* (data, sua implantação, sua funcionalidade, números sobre seu uso, capacidade e onde ainda vai chegar);
- o *Twitter* (data de início, manutenção, quem alimenta);
- os vários perfis existentes em redes sociais que utilizam o nome da UFVJM de maneira extra-oficial;
- as resoluções existentes que normatizam o uso das tecnologias digitais na UFVJM;
- os bloqueios no uso das redes sociais dentro da UFVJM.
- as condições técnicas existentes na Universidade hoje, e o prognóstico para receberem propostas de desenvolvimento de novas TDICs a serem utilizadas no seu processo de comunicação interna.

Apêndice C



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e
Mucuri
Comitê de Ética em Pesquisa



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Ao ter recebido email contendo o link para acessar e responder o questionário construído no Google Docs você está convidado a participar de uma pesquisa intitulada: **“O ciberespaço como um ambiente de construção de subjetividades e de aprendizagens no contemporâneo: um estudo de caso das mídias digitais da UFVJM”**, coordenada pelo Professor/Orientador, Dr. Leonardo Lana de Carvalho, com a participação da mestrand, Léa Cristina Vilela Sá Fortes Pedreira, pesquisadora.

A sua participação não é obrigatória. A qualquer momento você pode desistir de participar e retirar seu consentimento. Sua recusa não trará nenhum prejuízo em sua relação com o coordenador, com a pesquisadora e com a UFVJM.

O objetivo desta pesquisa é **compreender o processo de construção de subjetividades, formação de identidades e aprendizagens que ocorre no ciberespaço disponibilizado pela Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM) a fim de propor um plano de ampliação e melhoramentos deste ciberespaço**. Se aceitar o convite, sua participação nesta pesquisa consistirá em responder ao questionário enviado por email no Google Docs, ao qual você irá despende no máximo 10 minutos para respondê-lo, onde as questões (de 04 a 26) permitem avaliar a personificação dos espaços virtuais e a penetrância de mídias da UFVJM nos ambientes virtuais de trabalho de cada um dos seus sujeitos (docente, discente e técnico administrativo).

O motivo pelo qual você está sendo convidado a responder a esse questionário, uma vez que é professor, técnico administrativo e discente da UFVJM nos *campi* de Diamantina, é que suas informações subsidiarão a pesquisa em favor do processo de Comunicação Interna da Universidade, através da construção de um protocolo para o desenvolvimento das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação (TDICs) na UFVJM.

As informações serão confidenciais e asseguramos o sigilo sobre sua participação. Como não haverá identificação no questionário, o seu nome será preservado quando os dados forem divulgados (eventos científicos, periódicos, etc). Esta pesquisa não apresenta riscos à sua integridade física, pois não será realizado nenhum tipo de procedimento invasivo e nem procedimento de avaliação ou tratamento. Caso ocorra qualquer tipo de problema você poderá procurar pelo pesquisador, por telefone ou carta. O risco relacionado com sua participação será de gerar constrangimento ao receber um email com a demanda de resposta de questionário, no momento de responder o questionário que

poderá ser considerado como invasão de privacidade. No intuito de minimizar esse risco, o questionário está sendo enviado por e-mail através de um link para acesso ao formulário elaborado no Google Docs.

A sua participação será voluntária, não havendo remuneração para tal. Não há previsão de despesas por parte dos pesquisadores. Entretanto, qualquer gasto financeiro que porventura ocorra será ressarcido pelo responsável pela pesquisa. Não está prevista indenização pela participação na pesquisa, mas se a qualquer momento houver algum dano a você, comprovadamente decorrente desta pesquisa, terá direito à indenização.

Você receberá uma cópia deste termo onde constam o telefone e o endereço do pesquisador principal, podendo tirar suas dúvidas sobre o projeto e sobre sua participação agora ou em qualquer momento.

Léa Cristina Vilela Sá Fortes Pedreira - Pesquisadora

Endereço: Rua Zulmiro Ramos Almeida, 40

Centro - Diamantina/MG

CEP 39100-000 – CEP: 39.100-000

Telefone: (38) 3531-4151 e 9954-7751

Agradecemos a sua participação, atenção e valiosa colaboração.

Declaro que entendi os objetivos, a forma de minha participação, riscos e benefícios da mesma e aceito o convite para participar. Autorizo a publicação dos resultados da pesquisa, a qual garante o anonimato e o sigilo referente à minha participação.

Nome do sujeito da pesquisa: _____

Assinatura do sujeito da pesquisa: _____

Informações – Comitê de Ética em Pesquisa da UFVJM

Rodovia MGT 367 - Km 583 - nº 5000 - Alto da Jacuba –

Diamantina/MG CEP39100000

Tel.: (38)3532-1240

Coordenadora: Profª. Thaís Peixoto Gaiad Machado

Email: cep.secretaria@ufvjm.edu.br e/ou cep@ufvjm.edu.br

Apêndice D

16/01/2015

Pesquisa: Ciberespaço e Subjetividade

Pesquisa: Ciberespaço e Subjetividade

Olá! Meu nome é Léa Sá Fortes. Estou realizando a pesquisa intitulada "O ciberespaço como um ambiente de construção de subjetividades: um estudo de caso das mídias digitais da UFVJM". O motivo pelo qual você está sendo convidado a responder a esse questionário, uma vez que é professor, técnico administrativo ou discente da UFVJM nos campi de Diamantina, é que suas informações subsidiarão a pesquisa em favor do processo de Comunicação Interna da Universidade, através da construção de um protocolo para o desenvolvimento das Tecnologias Digitais de Informação e de Comunicação (TDICs) na UFVJM. Sua participação nesta pesquisa consistirá em responder ao questionário no qual, questões (de 04 a 26) permitem avaliar a personificação dos espaços virtuais e a penetração de mídias da UFVJM nos ambientes virtuais de trabalho de cada um dos participantes. Preciso de um pouco do seu tempo para responder as perguntas. A participação na pesquisa é voluntária, contudo, a sua colaboração é muito importante. Ao responder o questionário através do acesso ao link e enviá-lo, você está declarando estar de acordo com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, que segue anexo a esta mensagem. Vamos começar?

*Obrigatório

1. 1- Quem é você? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ discente
☐ docente
☐ técnico-administrativo

2. 2- Qual a sua idade? *

3. 3- Há quanto tempo você faz parte da comunidade interna da UFVJM? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ 6 meses
☐ 1 ano
☐ 2 anos
☐ 3 anos
☐ de 3 a 10 anos
☐ de 10 a 20 anos
☐ de 20 a 30 anos
☐ de 30 a 40 anos

4. 4- Você acessa a internet no seu dia-a-dia? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

5. 5- Você tem perfil em redes sociais? **Marcar apenas uma oval.*☐ Sim☐ Não**6. 6- Se sim, quais? ****Marque todas que se aplicam.*☐ Facebook☐ WhatsApp☐ Ning☐ MySpace☐ YouTube☐ Google+☐ Tagged☐ Flickr☐ Ozone☐ Tumblr☐ Forsquare☐ SinaWeibo☐ Line☐ Badoo☐ Twitter☐ LinkedIn☐ Viber☐ Hangouts☐ Snapchat☐ Outros**7. 7- Você se identifica como membro da comunidade da UFVJM em seu perfil nas redes sociais? ****Marcar apenas uma oval.*☐ Sim☐ Não**8. 8- Quando você acessa a internet, qual página inicial que aparece? ****Marcar apenas uma oval.*☐ UFVJM☐ Google☐ Outro: _____

9. 9- Com que frequência você acessa o Portal da UFVJM? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Diariamente
☐ Duas ou mais vezes por dia
☐ Uma vez por semana
☐ Às vezes
☐ Nunca

10. 10- O Portal da UFVJM está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leituras? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Sim
☐ Não

11. 11- Com que frequência você acessa o Twitter da UFVJM? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Diariamente
☐ Duas ou mais vezes por dia
☐ Uma vez por semana
☐ Às vezes
☐ Nunca

12. 12- Você tem o hábito de "retweetar" as informações sobre a UFVJM? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Diariamente
☐ Duas ou mais vezes por dia
☐ Uma vez por semana
☐ Às vezes
☐ Nunca

13. 13- O Twitter da UFVJM está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leituras? **Marcar apenas uma oval.*

- ☐ Sim
☐ Não

14. 14- Você lê o "Jornal da UFVJM" através do Portal da Universidade? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sempre
☐ Quase sempre
☐ Às vezes
☐ Quase nunca
☐ Nunca

15. 15- O "Jornal da UFVJM" está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leitura? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

16. 16- Você acessa a Plataforma Moodle na UFVJM? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sempre
☐ Quase sempre
☐ Às vezes
☐ Quase nunca
☐ Nunca

17. 17- Você tem autoria em blogs e sites? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

18. 18- Você tem o hábito de postar em redes sociais (Facebook, Moodle, etc) as informações publicadas no Portal da UFVJM? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sempre
☐ Quase sempre
☐ Às vezes
☐ Quase nunca
☐ Nunca

19. **19- Ao utilizar o endereço de e-mail, seja ele, pessoal ou institucional, você insere na sua assinatura a identificação que é discente, docente, técnico ou que trabalha na UFVJM? ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sempre
☐ Quase sempre
☐ Às vezes
☐ Quase nunca
☐ Nunca

20. **20- Você reencaminha e-mails com informações da UFVJM ou sobre informações que são encaminhadas através da lista interna de e-mails da Universidade? ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sempre
☐ Quase sempre
☐ Às vezes
☐ Quase nunca
☐ Nunca

21. **21- Você participa de grupo em rede social voltado para Ensino, Pesquisa e/ou Extensão? ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
☐ Não

22. **22- Você tem o hábito de arquivar em pastas do seu computador, o conteúdo veiculado no Portal, no Twitter ou no Jornal da UFVJM? ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sempre
☐ Quase sempre
☐ Às vezes
☐ Quase nunca
☐ Nunca

23. **23- As ferramentas digitais de divulgação da UFVJM (Portal, Jornal online e Twitter) transmitem informações úteis, importantes ou interessantes para você? ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sempre
☐ Quase sempre
☐ Às vezes
☐ Quase nunca
☐ Nunca

24. **24- A informação divulgada através dessas ferramentas é tratada de forma satisfatória? ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sempre
- ☐ Quase sempre
- ☐ Às vezes
- ☐ Quase nunca
- ☐ Nunca

25. **25- Que tipo de ferramenta digital ou veículo de divulgação atenderia sua expectativa? ***

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Rede social - é uma estrutura social virtual composta por pessoas e/ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objetivos comuns na internet.
- ☐ Newsletter - é um boletim informativo que possibilita um canal direto de comunicação com públicos de interesse. A newsletter é ágil, barata e eficaz. É um tipo de distribuição regular a assinantes e que aborda geralmente um determinado tema. Generalizam-se cada vez mais os boletins informativos distribuídos como mensagem eletrônica que o usuário pode receber via internet após efetuar um cadastramento em algum site.
- ☐ Intranet - tem o objetivo de unir uma organização. Nesse caso, a universidade, professores, estudantes e técnicos administrativos em torno de uma comunidade integrada, permitindo que eles colaborem entre si de forma a transformar a experiência de educar e ser educado em algo instigante e envolvente. O objetivo desse ambiente é oferecer instrumentos para que a comunidade acadêmica possa interagir eletronicamente, de forma a complementar a interação física que já existe no dia-a-dia de suas atividades.

26. **26- Quais características você gostaria que essa ferramenta ou veículo tivesse? ***

Marque todas que se aplicam.

- ☐ Fluxo de informação semanal
- ☐ Fluxo de informação quinzenal
- ☐ Fluxo de informação restrita à comunidade interna
- ☐ Fluxo de informação aberto à comunidade externa
- ☐ Ambiente livre para proposição e discussão
- ☐ Ambiente para circulação de informações e de interação dos membros da comunidade interna da UFVJM
- ☐ Ambiente para circulação de informações e de interação dos membros da UFVJM com temas propostos a qualquer momento pelos participantes
- ☐ Ambiente aberto para problematizações com temas propostos a qualquer momento por membros da UFVJM
- ☐ Ambiente aberto para problematizações com temas propostos a qualquer momento por membros da UFVJM e externos

Apêndice E

16/01/2015

Pesquisa: Ciberespaço e Subjetividade - Formulários Google

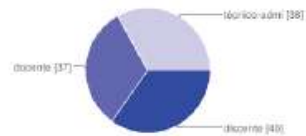
[Ver o Formulário](#)
[Editar Formulário](#)

115 respostas

[Visualizar todas as respostas](#) [Publicar análise](#)

Resumo

1- Quem é você?



discente	40	35%
docente	37	32%
técnico-administrativo	38	33%

2- Qual a sua idade?

35
36
33
34
39
37
38
43
42
41
40
22
23
24
25
26
27
28
29
30
32
27 anos
31
19
18
21
20
42 anos
41 anos
29 anos
49
45
44
47
46
19 anos
51
52
54
50

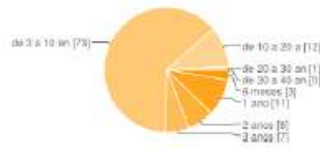
3- Há quanto tempo você faz parte da comunidade interna da UFVJM?

https://docs.google.com/forms/d/1MGQEliOkCeXG1Y_lzTJKSV5mHgTIEj8GbyjC3mNjLfo/viewanalytics

1/8

16/01/2015

Pesquisa: Ciberespaço e Subjetividade - Formulários Google



6 meses	3	3%
1 ano	11	10%
2 anos	8	7%
3 anos	7	6%
de 3 a 10 anos	73	63%
de 10 a 20 anos	12	10%
de 20 a 30 anos	1	1%
de 30 a 40 anos	0	0%

4- Você acessa a internet no seu dia-a-dia?



Sim	115	100%
Não	0	0%

5- Você tem perfil em redes sociais?



Sim	108	95%
Não	6	5%

6- Se sim, quais?



Facebook	100	87%
WhatsApp	92	80%
Ning	0	0%
MySpace	3	3%
YouTube	46	39%
Google+	63	46%
Tagged	0	0%
Flickr	3	3%
Ozone	0	0%
Tumblr	4	3%
Forsquare	4	3%
SinaWeibo	0	0%
Line	1	1%
Badoo	8	5%
Twitter	42	37%
LinkedIn	33	29%
Viber	8	7%
Hangouts	29	25%
Snapchat	8	8%
Outros	26	23%

7- Você se identifica como membro da comunidade da UFVJM em seu perfil nas redes sociais?

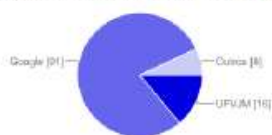


Sim	84	73%
Não	31	27%

https://docs.google.com/forms/d/1MGQEiOkCeXG1Y_zTJKSV5mHgTIEj8GbyjC3mNjLfo/viewanalytics

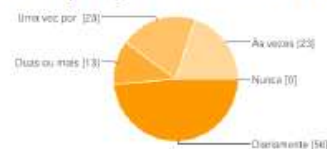
2/8

8- Quando você acessa a internet, qual página inicial que aparece?



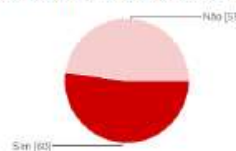
UFVJM	116	14%
Google	91	79%
Outros	8	7%

9- Com que frequência você acessa o Portal da UFVJM?



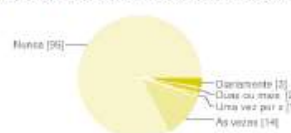
Diariamente	56	49%
Duas ou mais vezes por dia	13	11%
Uma vez por semana	23	20%
Às vezes	23	20%
Nunca	0	0%

10- O Portal da UFVJM está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leituras?



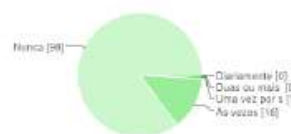
Sim	60	52%
Não	55	48%

11- Com que frequência você acessa o Twitter da UFVJM?



Diariamente	2	3%
Duas ou mais vezes por dia	2	2%
Uma vez por semana	1	1%
Às vezes	14	12%
Nunca	96	83%

12- Você tem o hábito de "retweetar" as informações sobre a UFVJM?



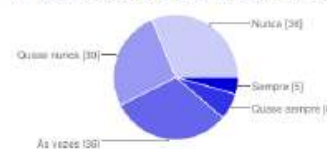
Diariamente	0	0%
Duas ou mais vezes por dia	0	0%
Uma vez por semana	1	1%
Às vezes	16	14%
Nunca	88	85%

13- O Twitter da UFVJM está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leituras?



Sim	4	3%
Não	111	97%

14- Você lê o "Jornal da UFVJM" através do Portal da Universidade?



Sempre	6	4%
Quase sempre	8	7%
Às vezes	38	31%
Quase nunca	80	26%
Nunca	36	31%

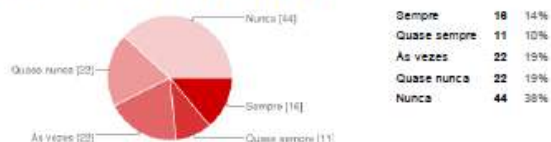
15- O "Jornal da UFVJM" está incluso nos seus sites de Favoritos ou em sua lista de leitura?

18/01/2015

Pesquisa: Ciberespaço e Subjetividade - Formulários Google



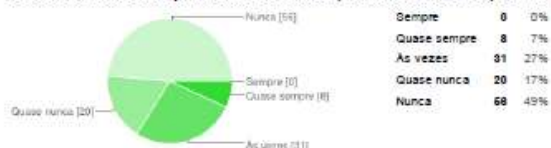
16- Você acessa a Plataforma Moodle na UFVJM?



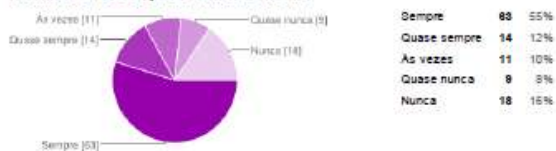
17- Você tem autoria em blogs e sites?



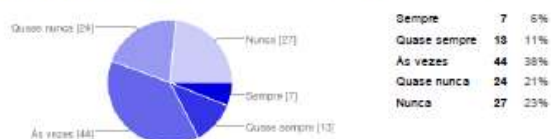
18- Você tem o hábito de postar em redes sociais (Facebook, Moodle, etc) as informações publicadas no Portal da UFVJM?



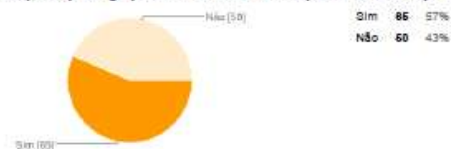
19- Ao utilizar o endereço de e-mail, seja ele, pessoal ou institucional, você insere na sua assinatura a identificação que é discente, docente, técnico ou que trabalha na UFVJM?



20- Você reencaminha e-mails com informações da UFVJM ou sobre informações que são encaminhadas através da lista interna de e-mails da Universidade?



21- Você participa de grupo em rede social voltado para Ensino, Pesquisa e/ou Extensão?



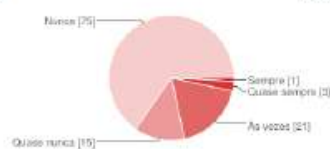
22- Você tem o hábito de arquivar em pastas do seu computador, o conteúdo veiculado no Portal, no Twitter ou no Jornal da UFVJM?

https://docs.google.com/forms/d/1MGQEiOkCeXG1Y_IzTJKSV5mHgTIEj8GbyjC3mNjLfo/viewanalytics

4/6

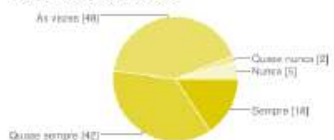
18/01/2015

Pesquisa: Ciberespaço e Subjetividade - Formulários Google



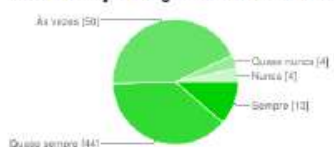
Sempre	1	1%
Quase sempre	3	3%
Às vezes	21	18%
Quase nunca	15	13%
Nunca	76	65%

23- As ferramentas digitais de divulgação da UFVJM (Portal, Jornal online e Twitter) transmitem informações úteis, importantes ou interessantes para você?



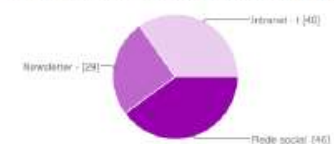
Sempre	18	16%
Quase sempre	42	37%
Às vezes	48	42%
Quase nunca	2	2%
Nunca	6	4%

24- A informação divulgada através dessas ferramentas é tratada de forma satisfatória?



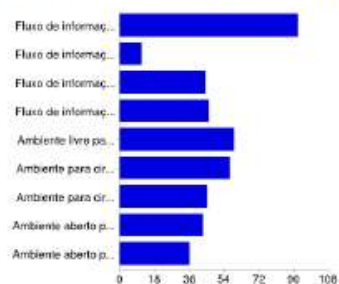
Sempre	13	11%
Quase sempre	44	38%
Às vezes	50	43%
Quase nunca	4	3%
Nunca	4	3%

25- Que tipo de ferramenta digital ou veículo de divulgação atenderia sua expectativa?



Rede social - é uma estrutura social virtual composta por pessoas e/ou organizações, conectadas por um ou vários tipos de relações, que partilham valores e objetivos com Newsletter - é um boletim informativo que possibilita um canal direto de comunicação com públicos de interesse. A newsletter é ágil, barata e eficaz. É um tipo de distribuição Intranet - tem o objetivo de unir uma organização. Nesse caso, a universidade, professores, estudantes e técnicos administrativos em torno de uma comunidade integrada, p

26- Quais características você gostaria que essa ferramenta ou veículo tivesse?



Fluxo de informação semanal	82	80%
Fluxo de informação quinzenal	11	10%
Fluxo de informação restrita à comunidade interna	44	38%
Fluxo de informação aberto à comunidade externa	46	40%
Ambiente livre para proposição e discussão	68	51%
Ambiente para circulação de informações e de interação dos membros da comunidade interna da UFVJM	67	50%
Ambiente para circulação de informações e de interação dos membros da UFVJM com temas propostos a qualquer momento pelos participantes	46	39%
Ambiente aberto para problematizações com temas propostos a qualquer momento por membros da UFVJM	43	37%
Ambiente aberto para problematizações com temas propostos a qualquer momento por membros da UFVJM e externos	38	31%

https://docs.google.com/forms/d/1MGQEiOkCeXG1Y_IzTJKSV5mHgTIEj8GbyjC3mNjLfo/viewanalytics

5/8

Apêndice F

Léa Cristina Vilela Sá Fortes Pedreira - Pesquisador | V2.21

Cadastros |

Sua sessão expira em: 39min 31

Você está em: Pesquisador > Gerir Pesquisa

Projeto de Pesquisa:

<u>Tipo</u>	<u>Número</u>	<u>Título da</u>	<u>Pesquisador</u>	<u>Versão</u>	<u>Última</u>	<u>Situação</u>	<u>Gestão da</u>
	<u>CAAE</u>	<u>Pesquisa</u>	<u>Responsável</u>		<u>Modificação</u>		<u>Pesquisa</u>
P	31769814.6.0 000.5108	O ciberespaço como um ambiente de construção de subjetividades e de aprendizagens no conte(...)	Léa Cristina Vilela Sá Fortes Pedreira	3	19/11/2014	Aprovado	

Anexo A



UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI

FUNDADA EM 1953, PELA LEI ESTADUAL N.º 990, DE 30/09/1953 - D.O ESTADO DE MG - 01/10/1953

AUTORIZADA PELO DECRETO N.º 35.375, DE 13/04/1954

RECONHECIDA PELO DECRETO FEDERAL N.º 40.574, DE 18/12/1956

FEDERALIZADA PELA LEI N.º 3.846, DE 17.12.1960 – DOU DE 19/12/1960

TRANSFORMADA EM AUTARQUIA PELO DECRETO FEDERAL N.º 70.686, DE 07/06/1972
DOU DE 08/06/1972

FACULDADES FEDERAIS INTEGRADAS DE DIAMANTINA – FAFEID
LEI N.º 10.487, DE 04/07/2002 – DOU DE 05/07/2002

UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DOS JEQUITINHONHA E MUCURI - UFVJM
LEI Nº 11.173, de 06.09.2005 – DOU DE 08/09/2005

Anexo B

Visão, Missão, Valores e Estatuto

Visão

Estar entre as melhores Instituições de Ensino Superior do Brasil, reconhecida e respeitada pela excelência do ensino, da pesquisa e da extensão, contribuindo para o desenvolvimento nacional, em especial dos Vales do Jequitinhonha e do Mucuri.

Missão

Produzir e disseminar o conhecimento e a inovação integrando o ensino, a pesquisa e a extensão como propulsores do desenvolvimento regional e nacional.

Valores

Ética, responsabilidade socioambiental, democracia, liberdade e solidariedade.

Estatuto

Faça o download do [Estatuto da UFVJM](#)

Última atualização em Ter, 29 de Junho de 2010 11:16

Fonte: http://www.ufvjm.edu.br/universidade/institucional.html?lang=pt_BR.utf8%2C+pt_BR.UT acesso em 15/04/2015

Anexo C



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI
Conselho Universitário - CONSU



RESOLUÇÃO Nº. 35 - CONSU, DE 06 DE NOVEMBRO DE 2009.

Aprova o Regimento Interno da Diretoria de Comunicação Social da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM.

O Conselho Universitário da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri, no uso de suas atribuições estatutárias, em reunião ordinária realizada no dia 06/11/2009,

RESOLVE:

Art. 1º Instituir, nos termos da presente Resolução, o Regimento Interno da Diretoria de Comunicação Social (Dicom) da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri.

§ 1º A Diretoria de Comunicação Social constitui um órgão executivo, vinculado diretamente à Reitoria da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri.

§ 2º A Diretoria de Comunicação Social apresentará sua previsão orçamentária à Pró-Reitoria de Planejamento e Orçamento, em cada ano corrente, para o ano subsequente.

DAS FINALIDADES

Art. 2º São finalidades da Diretoria de Comunicação Social:

- I. Divulgar a UFVJM, promovendo sua imagem e fortalecendo sua inserção na sociedade;
- II. Consolidar e ampliar a imagem da UFVJM enquanto instituição de grande importância no cenário regional e nacional, assim como de seus dirigentes, professores, alunos e técnicos administrativos;
- III. Elaborar, propor, implantar e coordenar a execução de uma política de informação e comunicação para a UFVJM;

- IV. Estreitar as relações com o público, não apenas com os profissionais dos cursos de graduação e de pós-graduação existentes, mas também com a comunidade acadêmica e a opinião pública em geral, utilizando a imprensa e a mídia como mediadoras e geradoras de expectativas;
- V. Otimizar e aproximar as relações da Universidade junto a formadores de opinião, com o objetivo de transformá-la em fonte de informação segura e permanente em suas áreas de atuação.

DAS COMPETÊNCIAS

Art. 3º Compete à Diretoria de Comunicação Social:

- I. Desenvolver estratégias para fortalecer e divulgar a imagem institucional da Universidade e de suas unidades;
- II. Monitorar o mercado, estudando suas tendências, oportunidades e ameaças, gerando informações para subsidiar e otimizar a administração universitária;
- III. Orientar o desenvolvimento e apoiar a captação de recursos para os projetos institucionais de divulgação da UFVJM;
- IV. Desenvolver planos de Comunicação para a implantação de projetos institucionais;
- V. Planejar e produzir eventos solicitados pela Administração Superior.

§ 1º Deve atender a setores de toda a Universidade que solicitam divulgação de suas atividades, interna e externamente, realizar assessoria de imprensa, produzir e apoiar material gráfico para eventos e campanhas institucionais, organizar eventos e executar cerimoniais, além de ser a responsável pela produção das publicações impressas e *on-line* de informações gerais sobre a UFVJM.

§ 2º A Diretoria de Comunicação Social, visando maximizar o exercício de suas competências buscará o apoio e o desenvolvimento de trabalhos conjuntos com as Pró-Reitorias Acadêmicas, com as Assessorias da Reitoria e com as Diretorias de Relações Internacionais e de Tecnologia da Informação da UFVJM.

DA DIRETORIA

Art. 4º O Diretor de Comunicação Social será designado pelo reitor respeitando a capacidade técnica do profissional que deve possuir formação em Jornalismo, Relações Públicas, Publicidade e Propaganda, Rádio e TV ou formação correlata.

Art. 5º São atribuições do Diretor de Comunicação Social:

- I. Planejar, coordenar, administrar e decidir sobre todas as ações estratégicas de comunicação da UFVJM e gerenciar todo o trabalho das áreas desta Diretoria;
- II. Assessorar a Reitoria nas questões inerentes à fixação de políticas e diretrizes, nos assuntos de competência da Diretoria;
- III. Submeter ao Reitor os planos, programas e relatórios da Diretoria;
- IV. Promover a integração operacional entre os setores da Diretoria e outros órgãos e entidades vinculadas à Reitoria;
- V. Representar a Diretoria nos assuntos relativos à sua área de competência;
- VI. Dar apoio às participações do Reitor e do Vice-Reitor na imprensa;
- VII. Coordenar, participar e representar a UFVJM em negociações com a imprensa. Participar da negociação e acompanhar a execução de parcerias com a mídia que sejam de interesse da UFVJM;
- VIII. Elaborar estudos com vistas à identificação das oportunidades da UFVJM se destacar na mídia local, regional, estadual, nacional e internacional.
- IX. Acompanhar o cenário da divulgação da ciência e da tecnologia, particularmente nas áreas prioritárias de atuação da UFVJM;
- X. Gerenciar os recursos financeiros destinados à Diretoria;
- XI. Participar das demais atividades inerentes à Diretoria.

DA ORGANIZAÇÃO

Art. 6º A Diretoria de Comunicação Social será constituída por:

- I. Secretaria
- II. Divisão de Publicações Impressas e *On-line*
- III. Assessoria de Imprensa
- IV. Divisão de Eventos e Cerimonial
- V. Divisão de Produção Gráfica

Reitoria - Rua da Glória - n.º 187 - Centro - CEP: 39100-000 - Diamantina - MG - Brasil / PABX: (38) 3532-6000
Campus JK - Rodovia MG-367 - km 583, n.º 5000 - Alto de Jacuba - Diamantina - MG-Brasil / PABX: (38) 3532-1200
Campus Avançado do Mucuri - Rua do Cruzeiro - n.º 1 - Jardim São Paulo - CEP: 39803-371 - Teófilo Otoni - MG - Brasil

-
- VI. Rádio Universitária/Educativa
 - VII. TV Universitária/Educativa
 - VIII. Central de Informações
 - IX. Comunicação Institucional

§ 1º Será constituído um Conselho Editorial com representantes da comunidade acadêmica, composta por servidores docentes, técnico-administrativos e discentes, para a orientação da programação da Rádio e TV Universitárias/Educativas, vinculadas à UFVJM. O Conselho terá função similar ao Conselho Editorial de um jornal ou de uma revista, a fim de acompanhar o trabalho dos profissionais da área de Comunicação Social.

I – Secretaria

A Secretaria será composta por um secretário ou secretária e pessoal de apoio, que executarão as atribuições designadas pelo Diretor.

II – Divisão de Publicações Impressas e *On-line*

São atribuições da Divisão:

- I. Publicar jornais, boletins, revistas, cartazes, *folders*, folhetos, manuais, anais, dando suporte no processo de criação, produção, edição e veiculação das mesmas, seja por via impressa ou eletrônica;
- II. Coordenar e manter o Portal da UFVJM com descentralização da inserção de conteúdo e atualização constante das informações, bem como de seus derivados como a intranet, as *newsletters* e demais publicações, a fim de manter as comunidades interna e externa bem informadas sobre as notícias da instituição.

III - Assessoria de Imprensa

São atribuições da Assessoria:

- I. Gerenciar o contato entre a UFVJM e os diversos veículos de comunicação de Diamantina, de Minas Gerais, do país e do mundo para a divulgação de notícias e o atendimento a jornalistas que procuram a instituição em busca de determinada fonte de informação, para entrevista, ou para saber mais detalhes sobre alguma iniciativa, algum projeto ou evento, divulgados pela Diretoria de Comunicação Social da UFVJM ou por qualquer outro setor.
- II. Realizar o *clipping* diário, que consiste em um serviço de levantamento e armazenamento das principais notícias publicadas na imprensa diária, em semanários e

publicações especializadas de periodicidade variada, para serem colocados à disposição do público interno através de mural ou de boletim *on-line*.

- III. Dar suporte à Comissão Permanente para o Processo Seletivo (Copese) na cobertura do vestibular pela imprensa, incluindo todas as reclassificações, e também aos processos de transferência, reingresso e reopção de curso.

IV – Divisão de Eventos e Cerimonial

São atribuições da Divisão:

- I. Manter atualizada a mala direta de autoridades internas e externas;
- II. Expedir convites, redigir convites ou pautas de cerimônias e apresentar cerimônias;
- III. Recepcionar o público e autoridades em eventos da UFVJM;
- IV. Orientar as comissões de formandos sobre as cerimônias de formatura;
- V. Realizar a Colação de Grau oficial da UFVJM;
- VI. Planejar e produzir eventos solicitados pela Reitoria.

V – Divisão de Criação e Produção Gráfica

São atribuições da Divisão:

- I. Idealizar e criar parte do trabalho gráfico produzido pela Universidade;
- II. Atender aos setores da UFVJM que desejem divulgar seu evento por meio peças gráficas diversas como convites, *folders* e cartazes;
- III. Zelar pela identidade visual da Universidade, através da qualidade do padrão gráfico e do uso apropriado da logomarca da instituição em todas as peças;
- IV. Apoiar os processos de impressão do material.

VI – Rádio Universitária/Educativa

São atribuições da Rádio:

- I. Produzir, editar e apresentar programas jornalísticos e de utilidade pública;
- II. Divulgar atividades da UFVJM e estimular a participação da comunidade interna na difusão da produção acadêmica, de extensão e científica;
- III. Produzir, editar e apresentar programas culturais e de entretenimento;
- IV. Administrar o intercâmbio com a Rede IFES para a permuta de programas com outras rádios universitárias, bem como sua veiculação na internet.

VII – TV Universitária/Educativa

São atribuições da TV:

- I. Produzir, editar e apresentar programas jornalísticos e os de entretenimento e utilidade pública e vídeos institucionais;
- II. Divulgar atividades da UFVJM e estimular a participação da comunidade interna na difusão da produção acadêmica, de extensão e científica;
- III. Administrar o intercâmbio com a Rede IFES para a permuta de programas com outras TVs universitárias, bem como sua veiculação na internet.

VIII - Central de Informações

São atribuições do setor:

- I. Alimentar, periodicamente, com informações atualizadas, a Central de Informações sobre a UFVJM, através das parcerias estabelecidas com os outros setores da Universidade.

IX – Comunicação Institucional

São atribuições do setor:

- I. Criar e desenvolver projetos e ações promocionais que reforcem a imagem da UFVJM junto aos professores, alunos, técnicos administrativos e sociedade em geral.

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 7º Esta resolução entra em vigor na data da sua aprovação, revogadas as disposições em contrário.

Diamantina, 06 de novembro de 2009.

Prof. Pedro Ângelo Almeida Abreu
Presidente do CONSU/UFVJM

Anexo D



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI
Conselho Universitário - CONSU



ANEXO RESOLUÇÃO Nº. 34 - CONSU, DE 06 DE NOVEMBRO DE 2009.

NORMAS INTERNAS QUE REGULAMENTAM O CONTROLE PATRIMONIAL DE LICENÇAS DE PROGRAMAS DE COMPUTADOR E A INSTALAÇÃO DE SOFTWARE EM EQUIPAMENTOS COMPUTACIONAIS; USO DE EQUIPAMENTOS; REDE DE COMUNICAÇÃO E DE RECURSOS DE INFORMÁTICA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DOS VALES DO JEQUITINHONHA E MUCURI – UFVJM

DOS EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA

Art. 1º Ao utilizar os equipamentos computacionais da UFVJM, os usuários observarão as seguintes regras:

I - Zelar pela integridade dos equipamentos;

II - Buscar capacitação para utilização dos equipamentos, quando for o caso;

III - Solicitar reparo para correção de defeitos ou mau funcionamento a Divisão de Tecnologia da Informação – DTI, exceto nos setores que possuem Técnico em Tecnologia da Informação para efetuar reparo.

Art. 2º A fim de assegurar que os equipamentos de informática da UFVJM sejam utilizados para o desenvolvimento das atividades administrativas, de ensino, de pesquisa e de extensão, os usuários observarão as seguintes prescrições:

I – Terá prioridade de acesso aos equipamentos de informática da Universidade a comunidade acadêmica, ou seja, os alunos regularmente matriculados, os servidores docentes e técnicos administrativos, os empregados terceirizados, os bolsistas, os estagiários e os colaboradores eventuais, no estrito exercício de suas funções na UFVJM;

II – Somente será permitido o acesso aos equipamentos de informática às pessoas que não constam do Inciso I após autorização da chefia imediata do setor ou responsável pelo Projeto de Extensão Comunitária;

III - Os equipamentos de informática destinam-se prioritariamente ao desenvolvimento das atividades administrativas, de ensino, pesquisa e extensão;

1

IV - As intervenções para correção de defeitos ou mau funcionamento dos equipamentos de informática serão realizados pela DTI, exceto nos setores que possuem Técnico em Tecnologia da Informação para efetuar reparo.

Art. 3º Com relação aos equipamentos de informática da UFVJM, ficam expressamente proibidas as seguintes ações:

I - A utilização dos equipamentos em fins diversos àqueles previstos no art. 2º - I desta Resolução;

II - A facilitação do acesso de terceiros não autorizados aos equipamentos de informática da UFVJM;

III - O uso de equipamentos de informática da UFVJM com vistas a ganhos financeiros, pessoais ou para terceiros, ou para negócios privados;

IV - A utilização de equipamentos de informática da UFVJM para a obtenção de acesso não autorizado a programas, arquivos, ambientes operacionais ou a equipamentos de terceiros;

DOS SOFTWARES

Art. 4º As licenças de programas de computador adquiridas pela UFVJM são parte integrante de seu patrimônio e a aquisição de equipamento computacional, deverá incluir declaração informando o uso de programa básico de computador (sistema operacional) de código aberto/licença gratuita ou licenciado, apropriado para o seu uso final.

Art. 5º Para assegurar o direito autoral dos produtores de *softwares*, a instalação de programa de computador nos equipamentos computacionais da UFVJM deverá ser precedida de registro e arquivamento, em sistema centralizado na Divisão de Patrimônio da licença do uso.

Parágrafo único O disposto no *caput* não se aplica a programas de computador de código aberto ou licença gratuita.

Art. 6º Não é permitido o uso de quaisquer tipos de *software* nos computadores da UFVJM que sejam contrários à legislação vigente (Lei 9.609 de 19 de Fevereiro de 1998) e/ou não observem os respectivos contratos de licenciamento de uso, ficando expressamente proibidas as seguintes ações:

I - copiar programa de computador adquirido pela UFVJM para uso em computadores de propriedade pessoal;

II - instalar programas de computador sem autorização do responsável pelo equipamento computacional da UFVJM;

III - copiar e instalar programa de computador obtido pela Internet, a menos que seja de código aberto, tenha licença gratuita ou tenha sido adquirido na forma da lei;

Art. 7º O disposto nos artigos 5º e 6º também se aplicam aos equipamentos doados, adquiridos por convênios, projetos de pesquisa ou extensão vinculados a esta Universidade.

Art. 8º O uso indevido ou não autorizado de software será considerada infração disciplinar, passível de ressarcimento dos prejuízos, de qualquer natureza, causados à UFVJM.

DO CONTROLE DE ACESSO

Art. 9º Nenhum equipamento de informática poderá ser utilizado na rede de área local(LAN) da UFVJM, sem o seu cadastramento na DTI, exceto nas áreas que possuem rede de acesso público;

Parágrafo Único As áreas de acesso público disporão de tecnologia geral de informática (computador, conexão, banda-larga, e outros), passível de acesso a todo o conteúdo armazenado na rede mundial de computadores.

Art. 10 Os usuários da rede de dados local receberão da DTI um nome, senha e procedimentos necessários para efetuarem autenticação;

Parágrafo Único Necessitando de alteração de senha, o usuário da rede de dados local, deverá se apresentar pessoalmente à DTI portando um documento oficial de identificação.

Art. 11 A Superintendência de Recursos Humanos, a Pró-Reitoria de Administração, a Pró-Reitoria de Graduação, a Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação e a Pró-Reitoria de Extensão e Cultura, informarão oficialmente à DTI, sempre que um usuário se desligar do setor, a fim de aplicar as devidas restrições de acesso.

Art. 12 A Internet, como meio de comunicação aberto e universal, conta com diversos conteúdos que podem ser indesejados ao ambiente acadêmico e que podem causar prejuízos. Outros serviços, embora não prejudiciais ao ambiente acadêmico, podem contribuir com a degradação do serviço de Internet, devido à alta demanda de recurso de rede. Neste sentido, serão estabelecidos controles de acesso por conteúdo que incluem:

- bloqueio total;
- liberação total;
- liberação parcial.

Art. 13 O controle de acesso obedecerá a regras definidas por grupos de conteúdos, conforme tabela abaixo:

Grupo	Exemplos	Ação
Sítios de serviços públicos	Governos, Ministérios, Operadoras de energia, água e telecomunicações	Liberação Total
Sítios acadêmicos	Capes, CNPq, FAPEMIG, IEEE	Liberação Total
Sítios de notícias	Uol, Terra, IG, Globo	Liberação Total
Sítios bancários	BB, Caixa, Bradesco, Itaú	Liberação Total
Sítios de comércio eletrônico	Submarino, Mercado Livre, Americanas	Liberação Total
Sítios de postagens	Fóruns, Blogs, Fotologs	Liberação Total
Serviços de correio eletrônico	Gmail, Hotmail, Yahoo Mail	Liberação Total
Serviços de mensagens instantâneas	MSN, Google Talk, Skype	Liberação Parcial
Redes sociais	Orkut, Facebook, Badoo, Twitter	Liberação Parcial
Sítios de vídeos	Youtube, Yahoo Videos, Google Videos	Liberação Parcial
Sítios de downloads	Baixaki, Superdownloads, Tucows, 4Shared,	Liberação Parcial
Serviços de compartilhamento de arquivos	BitTorrent, Emule, Kazaa	Bloqueio Total
Jogos		Bloqueio Total
Softwares maliciosos	Trojans, worms	Bloqueio Total
Anexos executáveis	qualquer	Bloqueio Total
Pornografia, Erotismo e pedofilia	Playboy, Sexy	Bloqueio Total

§ 1º A liberação de sítios ou serviços em grupos com ação de bloqueio total e liberação parcial somente serão atendidas por solicitação formal dos interessados, passando a responsabilidade do acesso ao requisitante.

§ 2º A restrição aos anexos executáveis, disposto no *caput* não se aplica a programas de computador de código aberto ou licença gratuita, exceto aqueles de bloqueio total.

§ 3º Sítios, software ou serviços que eventualmente não se enquadram nos grupos tabelados neste artigo serão motivo de análise pela DTI e no caso de indicação de bloqueio ou de liberação parcial será submetido ao CONSU para análise e decisões.

Art. 14 O uso da rede local de dados e da Internet deverá se restringir à obtenção ou intercâmbio de informações de interesse funcional, profissional, educacional, científico e tecnológico, devendo ser observados, rigorosamente o seguinte:

I - O uso do Correio Eletrônico-CE para a disseminação de mensagens ou arquivos, especialmente a prática de SPAM, ou seja, a multiplicação de uma

mensagem em todas as caixas postais, deverá se restringir às matérias de interesse profissional ou funcional da UFVJM;

II - O remetente de CE deve se identificar de forma clara e precisa, e conter o grau de formalidade compatível com o destinatário do assunto tratado;

Art. 15 A UFVJM não permite o uso de quaisquer tipos de softwares, na rede local de sua propriedade, que sejam contrários à legislação vigente e, ou não observem os respectivos contratos de licenciamento de uso, ficando expressamente proibidas as seguintes ações:

I - A utilização da rede local para armazenagem (gravação em forma de backup) ou utilização de jogos, imagens, fotos ou qualquer outro tipo de programa ou arquivo que não seja de interesse profissional ou funcional da UFVJM;

II - A utilização de equipamentos e recursos da UFVJM para a obtenção de acesso não autorizado a programas, arquivos, ambientes operacionais ou a equipamentos de terceiros;

Art. 16 Os casos omissos serão analisados e deliberados pelo Conselho Universitário-CONSU.

Art. 17 Revogados as disposições em contrário, esta resolução entra em vigor na data da sua aprovação.

Diamantina, 06 de novembro de 2009.

Prof. Pedro Angelo Almeida Abreu
Presidente do CONSU/UFVJM