



Evento	Salão UFRGS 2018: SIC - XXX SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2018
Local	Campus do Vale - UFRGS
Título	Observação das mediações estratégicas comunicacionais nas ambiências digitais
Autor	DANNA TEODORO FERREIRA
Orientador	ELISANGELA LASTA

Observação das mediações estratégicas comunicacionais nas ambiências digitais

Autora: Danna Teodoro Ferreira

Orientadora: Elisângela Lasta

Instituição de Origem: Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação - Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Este resumo reflete acerca das atividades desenvolvidas como bolsista de Iniciação Científica (IC) no projeto: “Estudo das Matrizes Sociais por meio da mediação estratégica comunicacional nas ambiências digitais”. O qual visa “compreender a dinâmica envolta às matrizes sociais construídas pelos múltiplos atores em suas ambiências digitais, a partir da mediação estratégica comunicacional”. A partir dessa compreensão, podemos mapear as estratégias comunicacionais por meio dos processos sócio-técnico-discursivos. O estudo parte do ponto de análise, entendendo que, na sociedade midiaticizada, os múltiplos atores sociais se constituem por meio dos agenciamentos com ambiências digitais (dimensão individual) e, subsequentemente, constroem matrizes sociais (dimensão relacional). Na primeira dimensão há o fazer/existir/representação dos atores; na segunda, o saber dizer/publicizar pelo processo sociotécnico-discursivo. Ou seja, são consideradas as ambiências digitais, os atores envolvidos e seus modos de atuação. A metodologia baseia-se na pesquisa empírica e corresponde ao nível relacional com a descrição das ambiências digitais a partir do método da observação encoberta e não participativa (JOHNSON, 2010). Assim, verificamos os dados coletados a partir do campo delimitado de 34 agências e 335 empresas-clientes em 14 ambiências diferentes. Dentro da observação se tem dado ênfase principalmente a usabilidade, pois trata-se de um fator importante para a produtividade e aceitação do software por parte dos usuários, e também a acessibilidade, que volta-se para especificidades dos usuários. Até o presente momento iniciamos a observação de 335 sites, 40 blogs, 21 Facebook, 5 Twitter ; 3 Instagram ; 8 Youtube. Na qual foi possível identificar uma padronização por parte das propostas das agências na estrutura dos ambientes digitais, pois os mesmos problemas de usabilidade e acessibilidade foram identificados, sendo o percentual de exceções quase nulo. Em consequência dessa falta de atenção particularizada a cada empresa-cliente, o objetivo tanto da existência da ambiência como das especificidades dos clientes não são completamente contemplados.