

# **Presença online** estratégias de visibilidade acadêmica na Web 2.0

Marcelo Sabbatini (CE/DFSFE/EDUMATEC)  
Ana Beatriz Gomes (CE/DMTE/EDUMATEC)



# Programação

## Objetivos

Instrumentalizar jovens pesquisadores nas estratégias, ferramentas e técnicas de visibilidade acadêmica no contexto da Web 2.0, como eixo de construção de uma carreira acadêmica.

## Ementa

A relação entre Internet, o sistema de publicação científica e a construção da carreira acadêmica. Componentes da visibilidade acadêmica online: a sombra e a pegada digital. Processo de construção da imagem digital. Marketing pessoal e *branding* acadêmico. O gerenciamento da reputação online e seus desafios. Estudo de caso de construção de visibilidade acadêmica.



# Programação

## **Módulo 1 – Visibilidade acadêmica *online* (5/11)**

O sistema de publicação científica e a Web

A sombra e a pegada digital: conceitos

O processo de construção da imagem digital: os quatro passos

## **Módulo 2 – Imagem e reputação *online* (6/11)**

Marketing pessoal e *branding* acadêmico

Gerenciamento de riscos e danos

Questões éticas

## **Módulo 3 – Estudo de caso (7/11)**

Apresentação e análise de uma estratégia visibilidade acadêmica *online*



# Material de curso

- <http://marcelo.sabbatini.com>
- <http://wp.me/P1AiLn-5I> (I maiúsculo)
- Senha: vao2014



# Dinâmica

- Defina, através de um objeto somente, a imagem que você projeta na Internet



# **Módulo 1 – Visibilidade acadêmica *online***



# O sistema de publicação científica

- *Base epistemológica histórica da ciência: corpo acumulativo (e refutável) do conhecimento científico*
- *Diversidade de funções:*
  - *circulação de resultados*
  - *estabelecimento da primazia*
  - *controle de qualidade*
  - *legitimação do social do conhecimento*
  - *preservação.*
- Reconhecimento: “moeda de troca” e o efeito Mateus



# Publicação científica na Internet

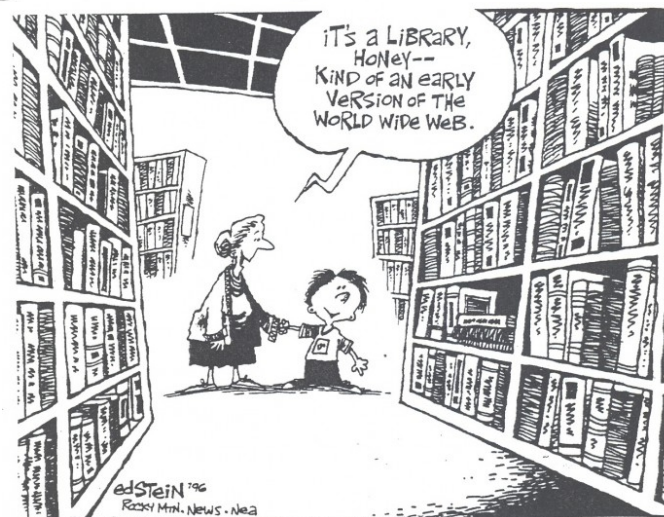
- A crise dos “seriados” e o movimento do acesso livre
- Transição do modelo tecnológico: do papel ao digital
- Da bibliometria à webliometria
- O “lugar” do digital: experiências únicas e identitárias
- Mais além do PDF...





# A emergência da cultura digital e da Web 2.0

- Juntando tudo, cada vez mais recorremos ao online
  - Conhecimento → Produção científica
  - Reputação → Imagem pessoal e social



# Pegada digital

- Sua contribuição ativa, conteúdo gerado **por** você, na interação com o mundo *online*
  - Perfis criados
  - Conteúdo publicado
  - Comentários realizados
- Deve ser maximizada
- É conscientemente controlável



# Sombra digital

- Conteúdo **sobre** você, gerado por outros ou automaticamente
- Exemplo: resenhas, *spotted*
- Deve ser monitorada
- Não é diretamente controlável (mas influenciável)



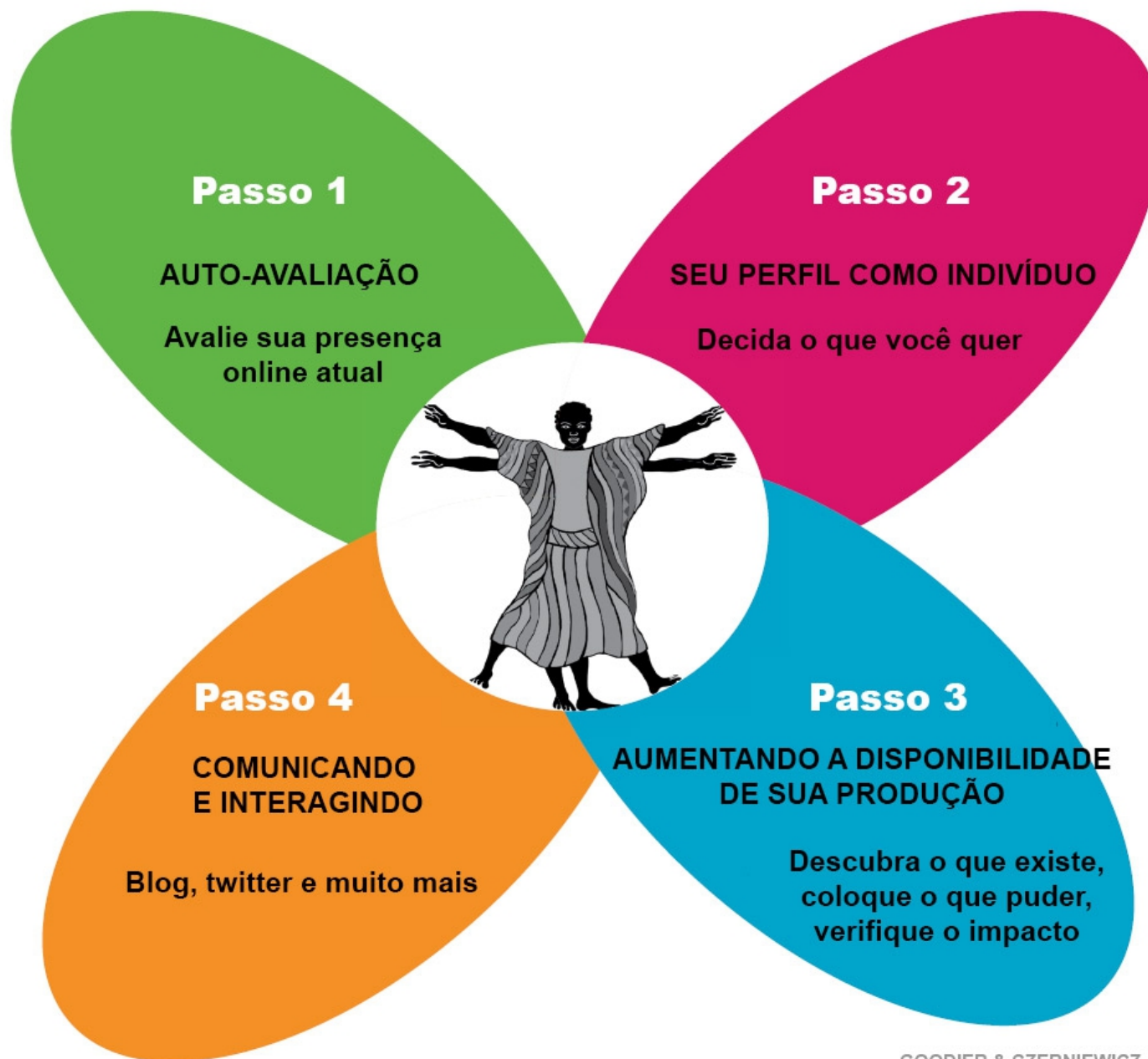
# Sua identidade digital (acadêmica)



# Por que se importar?

- O aumento da visibilidade implica
  - Ganhar reconhecimento em seu campo e mais além
  - Comunicar sua pesquisa para uma audiência mais ampla
  - Crescer suas redes de relacionamento (*networking*)
- Como consequência, mais reconhecimento, mais “moeda de troca”
- A figura do intelectual público





GOODIER & CZERNIEWICZ, 2012





# Algumas orientações

- Registrar o processo
  - Anotações
  - *Print screens*
- Considerar que é um esforço de tempo e energia
- Manter um “antes” e um “depois”
- O monitoramento é uma tarefa contínua, assim como as ações de correção



# Passo 1: auto-avaliação

- Busca por si mesmo (*ego browsing*)
  - Mais além do Google
  - Buscas específicas: imagens, vídeos, grupos.
  - Criar um **alerta automático**
- Busca por artigos *online*
  - **Google Acadêmico, Web of Science, Scopus**
- Avalie seu impacto
  - **Google Acadêmico, Altmetric, Readermeter**





# Passo 2: seu perfil como indivíduo

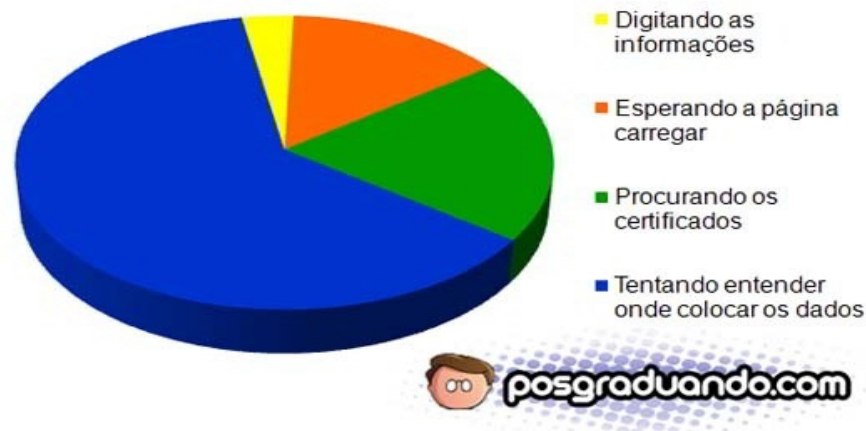
- Estabeleça prioridades
  - Transtorno de “múltiplos perfis”
- Perfil institucional
- Redes sociais profissionais e acadêmicas
  - LinkedIn, Academia.edu, ResearchGate, Google Acadêmico
- Redes sociais genéricas
  - Facebook, Instagram, Youtube, Slideshare



# Currículo Lattes

- Precisão
- Veracidade
- Completitude
- Atualidade
- Qualidade
- Não à "orkutização"
- Adicionar URL ao Google

Tempo gasto preenchendo o Lattes



Formação complementar	
2006 - 2006	Roda de Educação Popular Em Saúde. (Carga horária: 16h). Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, UESB, Brasil.
2006 - 2006	III Fórum Municipal de Cultura. (Carga horária: 12h). Prefeitura Municipal de Jequiê, PMJ, Brasil.
2003 - 2003	Curso Básico de Meio Ambiente. (Carga horária: 15h). Prefeitura Municipal de Jequiê, PMJ, Brasil.
2003 - 2003	Direção Veicular. (Carga horária: 15h). Centro de Formação e Requalificação de Condutores de Jequiê.
2001 - 2001	Curso de Assessoria em Empreendedorismo. (Carga horária: 15h). Prefeitura Municipal de Jequiê, PMJ, Brasil.
1998 - 1998	Introdução à Locução. (Carga horária: 12h). Faculdade Integradas Hélio Alonso, FIHA, Brasil.
1995 - 1995	Wordstar. (Carga horária: 30h). Sws Informática, SWSI, Brasil.
1994 - 1994	MS-DOS. (Carga horária: 30h). Sws Informática, SWSI, Brasil.



# Passo 3: a disponibilidade de sua produção

- “Arquive” (isto é, republique)
  - Site institucional ou pessoal
  - Repositórios específicos a disciplinas
  - Verifique os termos de direito autoral
- Publique em revistas de acesso livre
- Expanda seus limites
  - Material didático e Recursos Educacionais Abertos (REAs)
  - Apresentações
  - Divulgação científica
  - Produção artística e cultural
- Potencialize a descoberta: metadados e SEO



# Passo 4: comunicando e interagindo

- Torne-se um curador de conteúdo interessante
  - Delicious, [CiteULike](#)
- Conecte os fios “soltos”
  - *Zeitgeist* acadêmico
  - Twitter para intelectuais (!?)
- Explore outras plataformas
  - Wordpress, [Mendeley](#)
- “Publicize” sua pesquisa



# Sobre construir em “terra alheia”

- Os perigos do arrendamento virtual
  - Adesão cega a termos de serviços (ToS)
  - Proteção e preservação de dados
  - Controle de direitos autorais
  - Ausência de canais de resolução de conflitos
- Gerenciamento de riscos e boas práticas
  - Cópias locais
  - Formatos abertos e interoperabilidade
  - Ser o “dono” de sua própria terra



## **Módulo 2 – Imagem e reputação *online***



# Dinâmica

- Qual sua “historinha de terror” preferida de gafes/desastres/*fails* na rede social?



# Empregabilidade e visibilidade *online*

- “Esteja *online* ou seja irrelevante”
- Você vai ser “guglado”...O Facebook realmente apaga posts e mensagens, quando você solicita?
- Com que idade você se iniciou nas redes sociais? Que pegadas você deixou? Que sombras?
- Como você pode se destacar na multidão? Como desenvolver sua própria voz?





# Estragando uma reputação...

*Reputação, reputação, reputação! Oh! perdi a reputação, perdi a parte imortal de mim próprio, só me tendo restado a bestial (Shakespeare, Otelo).*

- Basta a insinuação, uma palavra, uma imagem
- Viralidade versus checagem de fatos
- Efeito Streisand



Não sou a garota mais certinha nem a totalmente descontrolada. Não busco ser perfeita, mas sim ser eu mesma , não finjo ser quem não sou pra agradar os outros , sou ignorante com quem merece , não aturo falsidade. Não adianta falar mal achando que vai me abalar , o que dizem não me importa , o que pensam não me atinge , não gosta de mim ? você não é o único , mas não sabe o que está perdendo , pois acima de tudo , sou muito legal com quem faz por m e r e c e r .  
(Texto informado pelo autor)

Última atualização do currículo em 02/12/2009  
Endereço para acessar este CV:  
<http://lattes.cnpq.br/>

**Certificado pelo autor em 02/12/09**

**Dados pessoais**

Nome: [Redacted]  
Nome em citações bibliográficas: [Redacted]  
Sexo: Feminino

**Formação acadêmica/Titulação**

2002 - 2006 Graduação em [Redacted] Instituto [Redacted]

**Formação complementar**

2006 - 2009 [Redacted] Brasil

**Atuação profissional**

facebook

Pesquise pessoas, locais e coisas

Marcelo Sabbatini Página inicial

Patrocinado

24/7 Support from Nexcess  
nexcess.net

Does your host claim to offer 24/7 support? Do they actually? We deliver on our promise.

Banco do Brasil Covers  
bbcovers.com.br

Banco do Brasil COVERS

Pré-venda exclusiva para clientes com Oucard de 03 a no. no.

1\* Bate-papo (Desativado)

Roberto Raraela  
Realizadora

Amigos Mensagem

Sobre

Publicação Foto



# O desastre, a um passo

- Imperícia, pura e simples
- O erro de Descartes: cérebro emocional
- Mecanismos de defesa do sub-inconsciente
  - Auto-engano
  - Auto-sabotagem
  - Ato falho, transferência, regressão, projeção...
- O efeito das substâncias psicoativas



# Gerenciamento de danos

- Plante "boas sementes"
- Responda rápido
- Apresente seu melhor "eu"
- Controle suas emoções
- Compartilhe sua perspectiva
- Não forneça mais "munição"



# Gerenciando a presença em redes sociais

- Acadêmico como profissão pública
  - Balanço entre o profissional e o pessoal?
  - Equilíbrio entre privacidade e facilidade de contato?
  - Em que medida padrões morais são subjetivos?
- Configurações de privacidade
  - Funcionam? Como vão se comportar seus amigos?
- Duplicidade de perfis
  - O Google percebe a diferença?



# Estratégia proativa (e não reativa)

- Voltando aos 4 passos do módulo 1:
  - Avalie, avalie, avalie!
  - Limpe, impiedosamente. Apague suas pegadas. Esconda suas sombras (dentro do possível).
  - Crie uma identidade digital própria, a partir de conteúdo de valor agregado
  - Participe ativamente de grupos de discussão e comunidades
  - Utilize o poder dos links
- Resolva conflitos, antes de eles acontecerem



# A atenção para os detalhes

- Qual a mensagem implícita de seu endereço de correio eletrônico?
- O que sua foto de perfil comunica (linguagem não verbal)?
- E sua comunicação escrita? Gírias e acrônimos fazem parte dela? Revisão linguística?
- Que tipo de comentários você faz sobre os colegas, as instituições, etc.?
- O que você compartilha? O que você “curte”?



# Marketing pessoal

- Tem a ver com a imagem que você mesmo projeta no “mercado”, você sendo o seu principal “cliente”.
- Não é algo que você tem ou não tem, como um dom ou talento.
- É um processo contínuo de conquistas que gera, como consequência, o valor que você passa a ter na academia.



# *Branding* acadêmico

- Quem são os guardiões do conhecimento científico e tecnológico no século XXI?
  - Pós-modernidade, fragmentação, competição
- O poder das marcas
  - Descubra sua marca
    - Missão/visão
    - Nicho/especialização/proposição única de valor
    - Como você se percebe, como os outros lhe percebem
- Construa, comunique e mantenha sua marca





# Para refletir

- O que estou fazendo para promover a minha própria imagem? Como elas refletem meus princípios?
- Estou atualmente buscando algum tipo de especialização ou aperfeiçoamento no que quero atingir?
- Até que ponto eu mostro o potencial que tenho? Eu sei quais são minhas capacidades?
- O que eu faço bem e me dá prazer? O que eu gostaria de fazer no futuro e que me faria feliz?



# Bibliografia

- GOODIER, Sarah. CZERNIEWICZ, Laura. **Academics' online presence: a four-step guide to taking control of your visibility**, 2012.
- LIMA, Thais Oliveira. GOMES, Ana Beatriz. A atuação docente a distância em sites de redes sociais na perspectiva da colaboração em rede. In: **Hipertextus**, Recife, v. 11, 2013.
- SABBATINI, Marcelo. **Publicações eletrônicas na Internet**. São Caetano do Sul: Yendis, 2005.
- UKOLN. Risk assessment for Use of third party Web 2.0 services. 2007.



# Contatos

- Marcelo Sabbatini



[marcelo.sabbatini@ufpe.br](mailto:marcelo.sabbatini@ufpe.br)



<http://marcelo.sabbatini.com>



#marsabbatini



<https://www.facebook.com/marsabbatini>



<http://instagram.com/marcelosabbatini>



- Ana Beatriz Gomes



[anabeatrizgpc@gmail.com](mailto:anabeatrizgpc@gmail.com)



<http://anabeatrizgomes.blogspot.com.br>



<https://twitter.com/anabee>



<https://www.facebook.com/anabee>

