

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL**

Andrei Rodrigues Lopes

**WEBSITE DO CURSO DE PRODUÇÃO EDITORIAL – UFSM:
PROPOSTA DE ESTRUTURA E RECURSOS MULTIMÍDIA PARA
OBTENÇÃO DA VISIBILIDADE**

Santa Maria, RS, Brasil
2015

Andrei Rodrigues Lopes

**WEBSITE DO CURSO DE PRODUÇÃO EDITORIAL – UFSM:
PROPOSTA DE ESTRUTURA E RECURSOS MULTIMÍDIA PARA OBTENÇÃO DA
VISIBILIDADE**

Projeto Experimental apresentado ao Curso de Comunicação Social – Produção Editorial, do Departamento de Ciências da Comunicação – Centro de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de: **Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial.**

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Cláudia Regina Ziliotto Bomfá

Santa Maria, RS, Brasil
2015

Andrei Rodrigues Lopes

**WEBSITE DO CURSO DE PRODUÇÃO EDITORIAL – UFSM:
PROPOSTA DE ESTRUTURA E RECURSOS MULTIMÍDIA PARA OBTENÇÃO
DA VISIBILIDADE**

Projeto Experimental apresentado ao Curso de Comunicação Social – Produção Editorial, do Departamento de Ciências da Comunicação – Centro de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de: **Bacharel em Comunicação Social – Produção Editorial.**

Aprovado em 18 de dezembro de 2015:

Prof^a. Dr^a. Claudia Regina Ziliotto Bomfá
(Orientadora)

Prof^a. Dr^a. Liliane Dutra Brignol (UFSM)

Prof^a. Dr^a. Marília de Araujo Barcellos (UFSM)

Santa Maria, RS
2015

AGRADECIMENTOS

Minha trajetória acadêmica e realização deste trabalho, apenas foi possível graças ao empenho e colaboração de muitas pessoas, as quais eu gostaria de citar e dedicar todo amor, gratidão e sucesso que eu possa vir a obter algum dia em minha vida.

- À minha mãe, Madalena, e ao meu pai, Milton, por toda orientação que, sem dúvida, foi fator determinante na minha formação enquanto ser humano. Por terem, muitas vezes, se privado de qualquer coisa, dando prioridade às minhas questões ou de minha irmã, ao que sou muito grato e espero poder retribuir da melhor forma;

- À minha irmã, Marília, por sempre ter estado ao meu lado e por aceitar as minhas particularidades sem julgamentos. Por ter colaborado no momento em que tive de definir, ainda com 14 anos de idade, qual curso de graduação eu viria fazer. Por ter me lembrado que o amor, a união e o respeito sempre vencem qualquer barreira. E que ainda temos muitas barreiras para vencermos, se possível, juntos. E por recentemente ter escolhido, junto ao meu cunhado, Paulo, me dar um dos maiores presentes que estou por receber: uma sobrinha. Antonela, estou te aguardando e espero ser um ótimo tio.

- Às minhas duas vós, Antônia e Ceci, *in memoriam*, com quem tive o prazer de conhecer e conviver e que viverão para sempre no meu coração e pensamento.

- À Carmem Batista, uma grande amiga com quem tive a oportunidade de conviver e que, sem a menor dúvida, também foi peça mais que fundamental em minha vida, especialmente pela presença em momentos bastante delicados.

- Aos meus amigos e amigas, humanos e não humanos, que também foram peças fundamentais nas mais diversas situações e que sempre, de uma forma ou outra, longe ou perto, procuravam lembrar minhas qualidades e me faziam estar sempre preparado para o que quer que fosse, inclusive este TCC. Sendo assim, obrigado Michele Schneid, Vinícius Diefembach, Vinícius Rodrigues, Vinícius Motta, Luciele Dorneles, Vanessa Kayren, Luiza Betat (*paws up!*), Penélope, Pedrita, Bela, Otto, Bill e, recentemente, Chiquito.

- Ao Pink Floyd e à Lady Gaga, e ao que quer que tenha possibilitado a existência destes enquanto artistas e músicos, por terem me ajudado a manter o foco, a sanidade e a concentração durante todo o processo.

- À minha orientadora, Prof^a. Cláudia Bomfá, por ter aceitado e acreditado no meu trabalho e na minha capacidade em desenvolvê-lo, apesar dos vários sustos que lhe provoquei, o que peço perdão. À Prof^a. Lilliane Brignol por ter contribuído significativamente com este trabalho, aceitando fazer parte de uma pré-banca na disciplina de TCC I, por ter contribuído com referências bibliográfica e por ter aceitado integrar a banca examinadora final. À Prof^a. Marília Barcellos por todas as oportunidades dentro do curso, pelo auxílio num determinado momento do desenvolvimento deste trabalho enquanto Coordenadora do Curso e por também ter aceitado fazer parte da banca. Agradeço também a diversos outros professores e professoras que contribuíram diretamente na minha evolução acadêmica e intelectual, dentre os quais gostaria de destacar, além dos já citados, Daniel Petry, Sandra Rubia, Fabiano Maggioni, Rosane Rosa, Caciene Medeiros e Sandra Depexe.

- Ao curso de Comunicação Social – Produção Editorial e a todos que estão envolvidos na sua evolução. À Universidade Federal de Santa Maria por ser, desde 2010, minha segunda casa. Ao Governo Federal por possibilitar o acesso ao Ensino Superior público e gratuito. Espero também que se busque, cada vez mais, a garantia de que esse acesso ocorra da forma mais democrática e inclusiva possível.

Enfim, são muitos os atores e fatores e, da minha parte, um MUITO OBRIGADO é o mínimo.

*Hey, you
Don't tell me there's no hope at all
Together we stand, divided we fall*

Pink Floyd

RESUMO

WEBSITE DO CURSO DE PRODUÇÃO EDITORIAL – UFSM: PROPOSTA DE ESTRUTURA E RECURSOS MULTIMÍDIA PARA OBTENÇÃO DA VISIBILIDADE

AUTOR: Andrei Rodrigues Lopes
ORIENTADORA: Cláudia Regina Ziliotto Bomfá

O presente projeto experimental trata da proposta de estruturação e da elaboração do website institucional do curso de Comunicação Social – Produção Editorial, juntamente com o Centro de Processamento de Dados da UFSM, visando aplicar os conhecimentos sobre Mídias Digitais e Produção para Web adquiridos no decorrer do curso e somados às recentes pesquisas sobre Arquitetura da Informação. O projeto se baseia em discussões acerca de temas como ciberespaço, cibercultura, evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação e recursos multimídia e dos movimentos em favor de acesso livre como norteadores de uma proposta de anseio pelo livre acesso e visibilidade de informação na Web. Realizamos, portanto, uma pesquisa de opinião pública com os acadêmicos do curso para entendermos as necessidades e solicitações do público-alvo. Constatamos a partir da análise desses dados que 92% do total de respondentes consideram importante a criação de um website para o curso. O desenvolvimento do website envolveu, portanto, resgate do conteúdo necessário e estruturação e esquematização dessas informações seguindo conceitos de arquitetura da informação, usabilidade e navegabilidade. Também envolveu a criação e utilização estratégica de recursos multimidiáticos nas páginas do website.

Palavras-chave: Tecnologias de Informação e Comunicação, arquitetura da informação, websites, acesso livre, produção editorial.

ABSTRACT

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM'S COURSE WEBSITE: PROPOSED STRUCTURE AND MULTIMEDIA RESOURCES FOR OBTAINING VISIBILITY

AUTHOR: Andrei Rodrigues Lopes
ADVISOR: Cláudia Regina Zilioto Bomfá

This experimental project is about proposing the structure and development of the Comunicação Social – Produção Editorial's course website, together with CPD, the Data Processing Center of UFSM, in an attempt to apply the knowledge about Digital Media e Web Production obtained in the graduation and added to the recent researches about Information Architecture. The project is based on discussions about themes like cyberspace, cyberculture, Information and Communication Technologies and multimedia resources' evolutions, open access movement as northers to the proposition that longs to the information visibility and its free access on the Web. We did a survey with the course academics to understand their needs and requests. 92% of the answers, we note that they consider extremely important the creation of the course website. So, the website development had involved the exploration of the necessary content and the structuring and drafting of this information, following concepts of information architecture, usability and navigability. It also involved the creation and strategic use of multimedia resources in the website pages.

Keywords: Information and Communication Technologies, information architecture, websites, open access, editorial production.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Gráfico com os dados da pesquisa de avaliação discente.....	13
Figura 2 – Processo de desenvolvimento de novos produtos.	40
Figura 3 – Reunião no CPD.	42
Figura 4 – À esquerda, Portal da UFSM e à direita, site do Curso de Comunicação Social – Jornalismo.	43
Figura 5 – Site do Curso de Física da UFSM.	44
Figura 6 – Identificação do semestre dos respondentes.	47
Figura 7 – Pergunta 1.....	48
Figura 8 – Pergunta 2.....	48
Figura 9 – Pergunta 3.....	49
Figura 10 – Pergunta 4.....	50
Figura 11 – Pergunta 5.....	50
Figura 12 – Pergunta 6.....	51
Figura 13 – Protótipo do site criado para analisar a Arquitetura da Informação.....	56
Figura 14 – Mapa do Site	57
Figura 15 – Captura de tela da Página Inicial do site do curso de Comunicação Social – Produção Editorial.	59
Figura 16 – Página de TCCs do curso de Comunicação Social – Produção Editorial armazenados no Repositório Manancial	64
Figura 17 - Quatro fases do ciclo de vida de um produto.....	65

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Distribuição do aporte teórico utilizado neste trabalho por temas, autores e fontes.	15
Quadro 2 – Evolução histórica das bibliotecas.....	24
Quadro 3 – Elementos comuns na composição de um website, suas descrições e funções.....	30
Quadro 4 – Recomendações de emprego e formatos de recursos multimídia para a Web.....	38
Quadro 5 – Proposta de estruturação do conteúdo do website.....	53

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	CIBERESPAÇO, TICS E A WEB NA DEMOCRATIZAÇÃO DO CONHECIMENTO	18
2.1	CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS	18
2.2	CIBERCULTURA.....	22
2.3	ACESSO LIVRE E VISIBILIDADE DA INFORMAÇÃO NA WEB.....	24
3	ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO E WEBSITES	28
3.1	CONCEITOS E ELEMENTOS.....	29
3.1.1	Websites institucionais	34
3.2	RECURSOS MULTIMÍDIA APLICADOS AOS WEBSITES PARA OBTENÇÃO DA VISIBILIDADE	36
4	PROPOSTA DE ESTRUTURA E RECURSOS MULTIMÍDIA PARA OBTENÇÃO DA VISIBILIDADE: WEBSITE INSTITUCIONAL DO CURSO DE PRODUÇÃO EDITORIAL UFSM	40
4.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DO PRODUTO	40
4.1.1	Fase 1: Geração da ideia	41
4.1.2	Fase 2: Concepção do produto	52
4.1.3	Fase 3: Especificações funcionais e protótipo	55
4.1.4	Fase 4: Produto final	57
4.1.4.1	<i>Página Inicial</i>	58
4.1.4.2	<i>Curso</i>	60
4.1.4.3	<i>Currículo</i>	61
4.1.4.4	<i>Documentos</i>	61
4.1.4.5	<i>Laboratórios</i>	62
4.1.4.6	<i>Produções acadêmicas</i>	63
4.1.5	Fase 5: Aplicação, divulgação e avaliação	64
5	CONSIDERAÇÕES	67
	REFERÊNCIAS	70
	APÊNDICE A – CAPTURAS DE TELA DO WEBSITE DO CURSO DE PRODUÇÃO EDITORIAL – UFSM	73

1 INTRODUÇÃO

O avanço das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) vem provocando mudanças em todo o processo relacionado à transmissão e divulgação do conhecimento, desde a criação e distribuição até o consumo, seja pela criação de novas formas e ferramentas ou aprimoramento e ressignificação das já existentes. Aparelhos eletrônicos, dispositivos móveis, computadores, entre outros, passam a estar cada vez mais acessíveis e presentes no dia-a-dia das pessoas. A Internet contribuiu significativamente para o avanço dessas tecnologias, conforme reforçado por Balancieri (2005).

Em uma ótica social, importante ganho resultante da formação de redes científicas quando comparada a pesquisadores isolados é a ampliação do repertório de abordagens e ferramentas que advém do intercâmbio de informações e da fertilização cruzada que se verifica quando grupos distintos juntam esforços no sentido de determinada meta. As novas TICs fizeram surgir uma gama de novas possibilidades para a análise de redes sociais e, conseqüentemente, de redes de colaboração em ciência, tecnologia e inovação. O advento da Internet é, sem dúvida, o fato mais significativo. (BALANCIERI, 2005, p. 64)

Neste trabalho iremos focar no papel da Internet, tendo em vista sua importância enquanto tecnologia de informação e comunicação que, mais do que simplesmente a rede mundial de computadores interconectados, pode ser vista como uma espécie de universo simbólico, também chamado de ciberespaço por Pierre Lévy.

O ciberespaço (que também chamarei de "rede") é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p. 17)

É no ciberespaço que ocorre o que Lévy chama de “o dilúvio informacional”, ou ainda “o segundo dilúvio” (1999. p. 14), que “jamais cessará” e “resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem” (1999. p.

11). Esse aumento no volume de conhecimento produzido também é evidenciado por Ribeiro, que o aponta como uma consequência da evolução das TICs.

Os inúmeros avanços tecnológicos impulsionados pelas forças propulsoras das TIC causaram um intensivo aumento na utilização das redes computacionais, acarretando um exponencial aumento no volume de conteúdo produzido pelos seres humanos, causando assim uma verdadeira revolução na distribuição e criação de conhecimento. (RIBEIRO, 2012, p. 126)

Essas diferentes formas de comunicação, citadas pelo autor e almeçadas por estes “jovens ávidos”, são possibilitadas graças à *World Wide Web*, ou simplesmente *Web*, um dos segmentos da Internet e que “baseia-se numa interface gráfica e permite o acesso a dados diversos (textos, músicas, sons, animações, filmes, etc.) através de um simples “clique” no *mouse*” (LEÃO, 2005, p. 23). Neste contexto estão os *websites*, que se caracterizam como uma das ferramentas que empresas, organizações, instituições, profissionais, entre outros, utilizam-se para garantir a representatividade e visibilidade desejada no ciberespaço, a nível mundial.

Os *websites*, ou simplesmente *sites*, são uma das ferramentas da *web* e que se caracterizam pela reunião e apresentação de conteúdos digitais no ciberespaço através de um conjunto de páginas interligadas e devem obedecer a uma arquitetura estabelecida no desenvolvimento do mesmo. Essa arquitetura, como nos diz Santos (2007, p. 7), é “responsável por definir a estrutura sobre a qual todas as informações serão e como serão disponibilizadas” e deve ser pensada visando que o site esteja acessível e tenha boa navegabilidade. Sendo assim, cabe a este trabalho de pesquisa buscar subsídios na área da **Arquitetura da Informação, com vistas a viabilizar o desenvolvimento do produto editorial que será detalhado mais à frente.**

A Internet e as TICs abrem, então, um leque de possibilidades dentro do próprio espaço acadêmico, no que diz respeito à disponibilização e visibilidade de informação e conteúdos científicos ao oferecer “outras formas de divulgar o que se produz enquanto ciência” (BOMFÁ, 2009, p. 23) que não aquelas tradicionais. É a partir da exploração destas possibilidades que identificamos o diferencial e a contribuição desta pesquisa, já que a mesma se pauta na abordagem relacionada ao livre acesso à informação e democratização do conhecimento que, quando garantido, “pode

beneficiar a comunidade científica de modo geral: pesquisadores, professores, profissionais e alunos” (BOMFÁ, 2009, p. 25).

O ambiente eletrônico favorece a acessibilidade às informações, bem como a praticidade, a rapidez, o armazenamento e a recuperação das mesmas. Estas características alteram a maneira de processar, transmitir e disseminar o conhecimento, dinamizando o seu fluxo. (BOMFÁ, 2009, p. 19)

Dito isto, a proposta deste trabalho é motivada pela identificação de uma carência do curso de Comunicação Social – Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), no que diz respeito à visibilidade e divulgação de informação e conteúdo. Essa carência vem sendo observada por mim, enquanto aluno da primeira turma, desde a criação do curso no ano de 2010, bem como vem sendo reforçada quando parte do *feedback* que o colegiado de curso recebe dos acadêmicos, mostra justamente a dificuldade de encontrar e acessar materiais referentes ao curso, produções acadêmicas, informações sobre eventos, entre outros.

Durante o primeiro semestre de 2015, os acadêmicos do curso de Comunicação Social – Produção Editorial participaram da avaliação discente, período em que se realizou a aplicação de um questionário online., com o objetivo de identificar o nível de satisfação dos mesmos em relação aos diversos aspectos do curso. As questões abordavam temas como a avaliação dos professores, da qualidade dos conteúdos e atividades nas disciplinas, da avaliação da atuação da coordenação e do novo currículo. A partir de questionários como esse é que o colegiado do curso identifica as questões mais problemáticas e urgentes a serem tratadas em suas reuniões.

Desta forma, com o intuito de mapear com maior clareza essa já observada carência na divulgação das informações, sendo esta, portanto, a problemática a ser tratada neste trabalho de pesquisa, entramos em contato com os representantes do colegiado para verificar a possibilidade de incluir no questionário algumas questões indagando se era importante o desenvolvimento de um *website* voltado para o curso de Produção Editorial e quais tipos de informações deveriam ser tratados com emergência nesse ambiente.

Os resultados preliminares deste instrumento de pesquisa apontaram que existe, portanto, a demanda por um ambiente que venha suprir esta carência e é na

web que encontramos os aparatos e ferramentas necessários para atender a essa carência, através de um *website*, levando-se em consideração a importância e presença desse recurso tecnológico e informacional na vida das pessoas e especialmente do nosso público-alvo: acadêmicos do curso de Produção Editorial da UFSM.

O instrumento foi aplicado através da ferramenta *Google Forms* e divulgado num grupo fechado da rede social *Facebook* onde estão presentes acadêmicos de todos os semestres do curso, inclusive os já formados.

Obtivemos o total de cinquenta e uma respostas para pergunta “Você considera importante a criação de um site institucional para Produção Editorial?”, como mostra a Figura 1. Representando 92% do total, quarenta e sete respondentes marcaram a opção “Sim”, mostrando que existe o interesse pelo site, enquanto três responderam que eram indiferentes e apenas um respondeu que não considera importante a criação do site.

Figura 1 – Gráfico com os dados da pesquisa de avaliação discente.



Desta forma, para dar conta dessa problemática, o presente trabalho tem como objetivo **propor e construir o website multimídia do curso de Comunicação Social - Produção Editorial, utilizando-se dos conceitos presentes nas áreas de Ciências da Informação e Comunicação**. Os objetivos específicos, portanto, darão conta de:

- (i) conceituar e caracterizar a temática dos websites multimidiáticos à luz da Arquitetura da Informação;
- (ii) identificar e caracterizar recursos multimidiáticos aplicados aos websites, capazes de contribuir para a obtenção da visibilidade;
- (iii) fazer o resgate do conteúdo para a construção do website do curso de Produção Editorial da UFSM; e
- (iv) apresentar a proposta estruturada do website do curso de Produção Editorial da UFSM.

Ao oferecer um ambiente com conteúdo e produtos acerca do curso, plano pedagógico, grade curricular e ementa das disciplinas, bem como suas produções, no caso das práticas, quadro de professores e contatos, infraestrutura e objetivos dos laboratórios, eventos da área e premiações, entre outros, e integrando recursos midiáticos aliados às práticas de visibilidade no ambiente *web*, segundo Bomfá (2009), vemos a oportunidade de possibilitar um melhor entendimento sobre o que é o curso e o que fazemos enquanto Produtores Editoriais.

Nos apoiaremos, portanto, em alguns procedimentos metodológicos para que obtenhamos sucesso na execução da pesquisa e do produto experimental previsto neste trabalho.

No seu sentido geral, a **metodologia** corresponde à lógica processual com que uma determinada pesquisa científica é desenhada e desenvolvida. É a ordem por que se deve aplicar um conjunto de métodos e técnicas de investigação com o fim de atingir um determinado resultado concreto, que consiste em encontrar, determinar, descrever e, eventualmente, reproduzir experimentalmente o encadeado de factos que provoca a manifestação de um determinado fenómeno. De alguma maneira, a metodologia corresponde à estratégia da pesquisa, enquanto os diferentes métodos correspondem às tácticas. (SOUSA, 2006, p. 626)

Para dar conta da etapa que corresponde à explanação dos conceitos que fundamentarão a pesquisa, bem como darão subsídios para a execução da proposta experimental, utilizaremos da revisão de bibliografia que, para Stumpf (2005, p. 51), é “um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, seleccionar os documentos pertinentes ao tema e proceder à respectiva anotação para posterior utilização”.

Desta forma, entende-se que este método possibilitará compreender e aprofundar os conhecimentos necessários para conceituar as temáticas-chaves deste trabalho de pesquisa, a saber: web, ciberespaço, TICs, arquitetura da informação, visibilidade, recursos multimidiáticos e desenvolvimento de produtos.

Para a elaboração da revisão de literatura foram utilizadas as fontes de pesquisa: livros, artigos científicos, dissertações, teses e trabalhos de conclusão de curso. O aporte e referencial teórico utilizado para suprir as necessidades investigativas desta pesquisa e dar o entendimento necessário para a execução do produto proposto são apresentados no Quadro 1.

Quadro 1 – Distribuição do aporte teórico utilizado neste trabalho por temas, autores e fontes.

Termos utilizados na revisão de literatura	Estado da arte	Fontes
<i>Informação</i> <i>TICs</i> <i>Ciberespaço</i> <i>Web.</i>	LÉVY, Pierre. Cibercultura.	Livro
	LEÃO, Lucia. O labirinto da hiperídia: Arquitetura e navegação no ciberespaço.	Livro
	VIANA, Fernanda Martins. Tecnologias de Informação e Comunicação (TICS) e democracia.	Dissertação
	CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. O conceito de informação.	Artigo
	LEMOS, André. Cibercultura.	Livro
<i>Acesso livre e Visibilidade</i>	BALANCIERI, Renato; BOVO, Alessandro Botelho; KERN, Vinícius Medina; PACHECO, Roberto Carlos dos Santos; BARCIA, Ricardo Miranda. A análise de redes de colaboração científica sob as novas tecnologias de informação e comunicação: um estudo na Plataforma Lattes.	Artigo
	BOMFÁ, Cláudia Regina Ziliotto. Modelo de gestão de periódicos científicos eletrônicos com foco na promoção da visibilidade.	Tese
	BOMFA, Cláudia Regina Ziliotto. Acesso livre à informação científica digital dificuldades e tendências.	Artigo

	VILA NOVA, Susimery. Acesso Livre: um olhar sobre a preservação digital no Brasil.	Dissertação
	CHALHUBI, Tania; BENCHIMOL, Alegria; GUERRA, Claudia. Acesso livre via repositórios: políticas de instituições brasileiras.	Artigo
<i>Websites; Arquitetura da Informação.</i>	DZENDZIK, Isolete Teresinha. Processo de desenvolvimento de web sites com recursos da UML.	Dissertação
	RIBEIRO, Fabiano Ferrari. MONTEIRO, Silvana Drumond. Arquitetura da informação em sites de Pró-reitorias de graduação: um enfoque nas instituições estaduais de ensino superior do paran�.	Artigo
	SANTOS, Ver�nica Soraia. Arquitetura e Metodologia na Cria�o de WebSite.	TCC
	STRAIOTO, F. A arquitetura da informa�o para a World Wide Web: um estudo explorat�rio.	Disserta�o
	NIELSEN, Jakob. Projetando websites.	Livro
	MEM�RIA, Felipe Ferraz Pereira. Avalia�o ergon�mica da usabilidade da navega�o estrutural.	Disserta�o
<i>Recursos multimidi�ticos</i>	ROYO, Javier. Design digital.	Livro
	CORREA, Rodrigo St�fani. Um guia de recomenda�es para o emprego de dados multim�dia em sites web.	Disserta�o
<i>Desenvolvimento de produto web</i>	MARTINS, Petr�nio Garcia. Administra�o da produ�o.	Livro

No que compete à investiga o e compreensão da problemática desta pesquisa, foi utilizado como recurso metodológico a **pesquisa de opinião pública** (POP), tendo como instrumento de pesquisa um questionário. As questões foram construídas de forma que os dados obtidos a partir dela viessem a esclarecer especificamente quais objetivos e carências o produto proposto deverá atender perante seu público-alvo, sendo estes acadêmicos e interessados no curso de Produ o Editorial da UFSM. O questionário foi aplicado de forma *online*, utilizando-se da ferramenta Google Forms e a aplica o do mesmo deu-se através de chamadas nos grupos da rede social Facebook e de visitas presenciais em alguns horários

cedidos pelas professoras de algumas disciplinas. O tratamento dos dados foi realizado na ferramenta Microsoft Office Excel e sua apresentação se dará através de gráficos e quadros, os quais darão o panorama dos resultados obtidos.

O recurso metodológico utilizado na etapa seguinte foi um **levantamento exploratório** com o intuito de resgatar o conteúdo e as informações referentes ao curso de Produção Editorial e atender às pendências percebidas com os dados da pesquisa previamente realizada. Após o resgate, realizado em conjunto com a orientadora deste trabalho e com a atual coordenação do curso, pudemos dar início de fato ao desenvolvimento do produto experimental.

2 CIBERESPAÇO, TICS E A WEB NA DEMOCRATIZAÇÃO DO CONHECIMENTO

2.1 CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS

Apresentado o panorama introdutório do caminho que este trabalho de pesquisa irá percorrer, começamos a revisão de literatura trazendo o conceito dos termos que nos guiaram durante o processo de entendimento e apropriação dos mesmos, a partir do ponto de vista científico e, sobretudo, comunicacional.

Tão necessário quanto compreender o que é Informação, podendo esta ser definida como conhecimento comunicado (CAPURRO, 2007) e, assim, como algo que existe constantemente numa sociedade, é também necessário apontar e compreender os meios por onde essa informação passa. Embora o ato de compartilhar conhecimento seja intrínseco a qualquer organização social, segundo Capurro (2007), “o que torna a informação especialmente significativa na atualidade é sua natureza digital”.

Embora o conhecimento e sua comunicação sejam fenômenos básicos de toda sociedade humana, é o surgimento da tecnologia da informação e seus impactos globais que caracterizam a nossa sociedade como uma sociedade da informação. (CAPURRO, 2007, p. 149)

Sociedade da Informação, como nos elucida Viana (2006, p. 29), é um termo que “busca explicar um tipo de sociedade em que a informação é valorizada e o processo de produção do conhecimento difundido”, e surge na terceira fase da Revolução Industrial, a partir da década de 1950, juntamente com a informática e a automação. A autora ainda destaca como fato historicamente importante para o estabelecimento dessa Sociedade de Informação, quando, por volta dos anos 1960,

[...] os grandes centros industriais na Europa e América do Norte davam os primeiros passos em direção a um novo tipo de organização, em que o controle e a otimização dos processos produtivos começavam a ser substituídos pelo controle e gerenciamento de informações. (VIANA, 2006, p. 29)

A informação passou, então, a ser reconhecida como importante elemento integrador das relações sociais e, dessa forma, começou a ser reconhecido e estudado (VIANA, 2006). É a partir desta ótica, portanto, que iremos tratar o termo informação: evidenciando a importância de sua presença e disseminação nas atuais mídias digitais, especificamente na Internet, e algumas das possíveis formas para tal.

No entanto, para que possamos compreender os meios nos quais a informação está inserida, é necessário ter certa compreensão acerca das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e seus constantes avanços, bem como os impactos por elas causados na sociedade.

As TICs podem ser caracterizadas como instrumentos de “transmissão, captação e compartilhamento de informações entre os diversos atores que compõem a sociedade da informação, quais sejam, cidadãos, empresas e administração pública” (VIANA, 2006). Nessa definição estão inseridos os meios de comunicação e diversas plataformas e dispositivos existentes no sentido de produzir e comunicar a informação, dentre os quais pode-se nomear a televisão, o rádio, o telefone, o computador, a internet, entre outros.

Cabe a este trabalho, no entanto, compreender, de forma mais aprofundada, o ciberespaço, já que este, como nos sugere Lemos (2002, p. 128), pode ser entendido através de duas perspectivas, sendo uma delas “o lugar onde estamos quando entramos num ambiente simulado (realidade virtual)” e a outra “o conjunto de redes de computadores, interligadas ou não, em todo o planeta, a internet”. Deste modo, mais do que possibilitar novas formas de transmitir informação e ressignificar os meios de comunicação tradicionais, o ciberespaço se estabelece como um ecossistema complexo.

O ciberespaço é [...] um complexo universo onde reina a interdependência entre o macro-sistema tecnológico (a rede de máquinas interligadas) e o micro-sistema social (a dinâmica dos usuários), construindo-se pela disseminação da informação, pelo fluxo de dados e pelas relações sociais aí criadas. (LEMOS, 2002, p. 137)

Contudo, a emergência desse universo simbólico que é o ciberespaço, vem ocorrendo desde a criação do computador, na década de 1940.

Até a década de 1960, os computadores eram “grandes e frágeis máquinas de calcular”, utilizados basicamente por militares e cientistas. Foi durante a década de 1970 que ocorreu uma “virada fundamental” no desenvolvimento do ciberespaço com a criação do computador pessoal, o que Lévy (1999) considera como um “verdadeiro movimento social de contracultura”, pois a utilização do computador:

[...] iria escapar progressivamente dos serviços de processamento de dados das grandes empresas e dos programadores profissionais para tornar-se um instrumento de criação (de textos, de imagens, de músicas), de organização (bancos de dados, planilhas), de simulação (planilhas, ferramentas de apoio à decisão, programas para pesquisa) e de diversão (jogos) nas mãos de uma proporção crescente da população dos países desenvolvidos. (LÉVY, 1999, p. 31)

Na década de 1980, “a informática perdeu, pouco a pouco, seu status de técnica e de setor industrial particular para começar a fundir-se com as telecomunicações, a editoração, o cinema e a televisão”. Dessa forma, a digitalização de conteúdos que começou pela música, logo se expandiu para “tornar-se a infraestrutura de produção de todo o domínio da comunicação”. Na década seguinte, nos anos 90, “um novo movimento sociocultural” é “originado pelos jovens profissionais das grandes metrópoles e dos *campus* americanos” tomando rapidamente uma dimensão mundial:

Sem que nenhuma instância dirigisse esse processo, as diferentes redes de computadores que se formaram desde o final dos anos 70 se juntaram umas às outras enquanto o número de pessoas e de computadores conectados à inter-rede começou a crescer de forma exponencial. (LÉVY, 1999, p. 32)

Dessa forma, surge a Internet, uma das tecnologias de informação e comunicação, resultante da rede mundial de computadores interligados (DZENDZIK, 2005, p. 23), que atua como principal promotora da interação e compartilhamento de informações entre pessoas do mundo inteiro na atual Sociedade da Informação.

A *Web*, nomenclatura abreviada de *World Wide Web*, por sua vez, é “a interface gráfica da Internet disponível através de servidores de arquivos (HTML e outras extensões Web)” (DZENDZIK, 2005, p. 23) e “corresponde à parte da Internet construída a partir de princípios do hipertexto” (LEÃO, 2005). A *Web* caracteriza-se, portanto, como a grande responsável pela existência de diversas ferramentas como

websites, *blogs*, redes sociais, repositórios digitais, entre outras, que possibilitam a veiculação e disseminação da informação no ciberespaço.

Castro (2009) conclui que “a utilização da informação digital como formato de elaboração e transmissão de mensagens traz grandes vantagens à comunicação e aos processos de produção de sentido”. A autora ainda destaca três vantagens, consideradas por ela, relevantes no que diz respeito à utilização das mídias digitais para divulgação da informação.

a) o uso de pouco espaço físico para armazenamento dos dados, permitindo um maior fluxo e arquivamento das informações;

b) a capacidade de se realizar misturas e sobreposições de informações de linguagens diversas, haja vistas as “suturas de dados, textos, imagens de todas as espécies e sons dentro de um único ambiente de informação digital” (Feldman *apud* Santaella, 1995), propiciando uma efetiva convergência e hibridização das linguagens;

c) a facilidade – e agilidade – de se realizar amplas edições das informações, sem condicionar alterações no próprio suporte e acelerando o processo semiótico da informação, favorecendo ações interativas recompositivas. (CASTRO, 2009, p. 176)

Pode-se afirmar, portanto, que o crescimento do ciberespaço na atualidade, caracteriza-se tanto pelo número crescente de dispositivos interconectados através dessa rede mundial, sejam eles celulares, computadores, *tablets*, entre outros, como também pelo aumento na capacidade de armazenamento e, conseqüentemente, pela grande quantidade de conteúdo e informação disponível para acesso na *Web*.

Esse dilúvio informacional, como considera Lévy (1999), ocorre devido aos constantes avanços das tecnologias de informação e comunicação e, principalmente, do ciberespaço que por sua “característica eminentemente conversacional (bidirecional, interativa, aberta e planetária)” (LEMOS, LÉVY 2010), garante não apenas a maior produção, mas também veiculação de conteúdo.

Seguindo essa perspectiva, cabe trazer à discussão, também, temas como Acesso Livre e Democratização do Conhecimento, que, por sua vez, tratam de discutir formas e estratégias de organização e distribuição da informação no ciberespaço, e da apropriação da *Web* como meio ideal para aproximar as pessoas e dar acesso e visibilidade à informação e ao conhecimento de forma geral.

2.2 CIBERCULTURA

Bomfá (2009, p. 39), apoiada em Rosseto (1997), confirma que “transformações e inovações estão ocorrendo no que diz respeito à produção, transmissão e uso do conhecimento, dissociando-se dos suportes tradicionais como livros impressos, periódicos e jornais”. Transformações, estas, que estão diretamente relacionadas à mutação das mídias causada pela expansão do ciberespaço e pelos impactos da cibercultura.

Podemos entender o neologismo cibercultura, a partir da visão de Lévy (1999, p. 17) que a define como um “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”. Compreender a cibercultura, portanto, está relacionado a entender como os atores do ciberespaço, podendo estes serem usuários, leitores e, ao mesmo tempo, produtores, apropriam-se das tecnologias e ferramentas disponíveis e que utilidades conferem a elas.

Revisitando Lemos (2002, p. 135), vemos que devido ao fato de o ciberespaço poder ser considerado “um ambiente de circulação de discussões pluralistas”, a ele é confiada a possibilidade de criação ou evolução de hábitos que venham estimular e “potencializar a troca de competências, gerando a coletivização dos saberes” e a consequente democratização ao acesso dos mesmos.

O elemento diferencial introduzido pela sociedade da informação refere-se à faculdade conferida a cada pessoa ou organização para produzir informações próprias e acessar, de maneira quase ilimitada, as informações produzidas por outras pessoas. (VIANA, 2006, p. 30)

A autora utiliza a observação “quase ilimitada” em sua fala, pois, segundo ela, apesar dos grandes avanços no que diz respeito ao acesso à informação, sempre existem alguns limites que precisam ser superados, como por exemplo, a exclusão digital, sendo esta “uma barreira socioeconômica entre pessoas, empresas e regiões geográficas, a qual decorre da desigualdade quanto ao acesso e uso das Tecnologias de Informação e Comunicação” (VIANA, 2006, p. 30).

Apesar desta observação ser muito importante para a realização de um panorama mais detalhado e minucioso acerca do assunto, pautando a necessária denúncia às desigualdades socioeconômicas ainda presentes em nossa sociedade, ela diz mais respeito à proposição e manutenção de políticas públicas relacionadas ao consumo dessas tecnologias, do que à discussão sobre as apropriações do ciberespaço por seus atores, sendo este o enfoque da abordagem deste trabalho sobre a democratização e acesso à informação.

Nesse sentido, Lemos e Lévy (2010) afirmam que as mídias passam a incorporar um caráter de desterritorialização, de forma que:

Elas não estão mais ligadas apenas a uma zona geográfica, mas a uma comunidade de proximidade local ou semântica, a redes sociais de ouvintes, de espectadores, de leitores ou de produtores, que podem estar dispersos e situados em qualquer lugar do mundo. (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 73)

Em outras palavras, as mídias, desterritorializadas, passam por novas territorializações, já que além de poder distribuir universalmente, no espaço virtual, qualquer singularidade local, geograficamente, passam a atuar “a partir dos princípios de liberação da emissão, da conexão permanente em redes de conversação e da reconfiguração da paisagem comunicacional que tem implicações importantes nas dimensões sociais, culturais e políticas” (LEMOS; LÉVY, 2010, p. 73).

Os documentos digitalizados devem poder circular de uma máquina para outra, desta empresa para a próxima. O usuário de um determinado computador quer poder comunicar-se com qualquer outro computador do planeta. (LÉVY, 1999, p. 112)

A medida que as tecnologias foram evoluindo e a informação se disseminando de forma crescente no ciberespaço, surgem movimentos, manifestos, propostas de revistas digitais, repositórios, blogs, redes sociais, licenças de direitos autorais livres (Creative Commons), softwares livres detectores de plágio, redes de ensino à distância, comunidades virtuais, websites institucionais etc., com o propósito de dar, ao maior número de pessoas, acesso à informação num caráter geral.

2.3 ACESSO LIVRE E VISIBILIDADE DA INFORMAÇÃO NA WEB

Cabe a este momento da revisão de literatura, abordar sobre um desses movimentos que tem papel fundamental no que diz respeito ao anseio pela divulgação e democratização da informação no ciberespaço: o movimento em favor do acesso livre e, conseqüentemente, a questão da visibilidade das informações na Web.

Historicamente, o ideal do acesso ao conhecimento livre não surge com o advento da Internet, como mostra Barreto (2007, p. 19). Em 1913, no período anterior à Primeira Guerra Mundial, Paul Otlet, um advogado belga, dá ao mundo “um complexo conjunto de bibliotecas conectadas por canais telegráficos e telefônicos” que, por sua vez, viria a “facilitar o acesso do maior número de pessoas à informação”.

A efetivação do acesso livre, no entanto, está diretamente relacionada à crise nos periódicos eletrônicos ocorrida por volta da década de 1980, conforme aborda Bomfá (2009) e Vila Nova (2011), que devido ao aumento nos valores das assinaturas, com algumas revistas tendo aumentos de “mais de 1 mil por cento, entre 1989 e 2001” (CHALHUB *et al*, 2012, p. 160), colocava em perigo a situação de algumas bibliotecas e do acesso dos pesquisadores à informação.

Quadro 2 – Evolução histórica das bibliotecas.

Evolução das bibliotecas	Características	Tecnologias
Era I (tradicional)	Organização tradicional, até o início da automação	Os itens do acervo constituem-se de documentos em papel com espaço físico delimitado e atuação mecanicista. Este tipo de biblioteca existe desde antes do advento da imprensa (Gutenberg, 1440), quando o seu acervo era formado por outros tipos de materiais (como o tablete de argila, o papiro e o pergaminho). A revolução deu-se no século XIX, com a introdução do catálogo em fichas e o abandono do catálogo sob a forma de livro.
Era II (moderna)	Organização moderna ou biblioteca automatizada	A segunda fase, da biblioteca moderna ou automatizada caracteriza-se pela utilização dos computadores, usados para: catalogação, indexação e organização dos acervos. O acesso online às bases de dados permitiu a dinamização da recuperação e disseminação das informações.

Era III (eletrônica)	Biblioteca eletrônica (ou virtual, ou sem paredes, ou digital).	Momento em que a biblioteca denomina-se contemporânea, e que a informação apresenta-se em suporte digital. A biblioteca eletrônica - uma proposta para resgatar as informações, com textos completos online. Com o surgimento da Internet, a biblioteca ganha nova dimensão – o ciberespaço.
-------------------------	---	--

Fonte: BOMFÁ (2009, p. 42).

Os periódicos científicos, criados com o objetivo de divulgar e discutir os novos conhecimentos e descobertas da ciência, ainda no século XVII, e popularizados a partir da revolução da imprensa, possibilitando a transição do manuscrito para o impresso, passam por grandes mudanças e encaram novos desafios trazidos com os avanços da inovação tecnológica. Surgem, então, no meio científico, os periódicos eletrônicos, tendo sua distribuição e circulação, inicialmente, através de microfichas, disquetes e CD-Roms, pois o processo de digitalização, ou seja, a “transformação do formato de papel para o formato em código digital” (GONÇALVEZ, 2012, p. 34), começou antes mesmo da aparição da Internet.

Os periódicos eletrônicos inovaram a comunicação científica, dado que inseriram no contexto da pesquisa múltiplos recursos integrados, até então não utilizados no meio impresso, através dos quais explora-se o poder de processamento na pesquisa, na indexação, recursos visuais (ícones, símbolos, cores, fontes e gráficos), recursos de áudio (sons) e vídeo (imagens em movimento). (BOMFÁ, 2009, p. 42)

É com a evidência da crise dos periódicos, citada anteriormente, e a premeditação de suas consequências por bibliotecários, gestores e pesquisadores, portanto, que o movimento de apoio ao acesso livre ganha forma (VILA NOVA, 2011, p. 76).

Em 1999, acontece no Novo México, EUA, a Convenção de Santa Fé, com o objetivo de “tornar possível a disponibilização de documentos eletrônicos de autores acadêmicos para o público em geral, submetendo-os ao acesso livre”. Nesse mesmo evento que definiram-se os “princípios básicos do acesso à produção científica, bem como os princípios do autoarquivamento, revisão pelos pares da comunidade científica e o modelo *Open Archives Initiative* (OAI)” (VILA NOVA, 2011, p. 77). Pode-se destacar ainda outros momentos importantes na discussão do acesso livre, como:

(i) a reunião denominada *Budapest Open Access Initiative (BOAI)*, no ano de 2002, onde destacou-se a possibilidade de uso de uma nova tecnologia em prol da investigação e do conhecimento, sendo esta a Internet; e

(ii) a *Bethesda Statement on Open Access Publishing*, no ano de 2003,

[...] ocasião em que os autores e detentores dos direitos autorais declararam conceder a todos os usuários o direito irrevogável, permanente e mundial, o acesso a licença para copiar, utilizar, distribuir, transmitir e exibir o trabalho publicamente e distribuir obras derivadas, em qualquer meio digital para qualquer propósito responsável; desde que sujeito à correta atribuição da autoria. (VILA NOVA, 2011, p. 78)

Ocorreram diversos outros movimentos e manifestações favoráveis à discussão sobre o acesso livre à informação, como se pode ver, de maneira mais detalhada, nas obras de Bomfá (2009) e Vila Nova (2011).

Duas estratégias se estabeleceram, então, para garantir acesso à informação científica, sendo elas as Via Dourada e Via Verde, conforme apontado por Vila Nova (2011) e Chalhubi (2012). A Via Dourada corresponde à publicação em periódicos com avaliação por pares, cabendo citar iniciativas como a SciELO (Scientific Electronic Library Online) e SEER (Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas). A Via Verde, por sua vez, corresponde ao autoarquivamento da produção científica em repositórios institucionais ou temáticos, indexados e descritos com metadados que facilitam o intercâmbio dos dados, possibilitam uma preservação a longo prazo e ainda garantem o acesso livre e universal à informação.

Os repositórios institucionais contribuem na efetivação do que se discute acerca do acesso livre, tendo como questões mais evidentes a disseminação da informação e o impacto da mesma, e estando, portanto, diretamente ligados à questão da visibilidade tanto da informação em si, como da instituição que a financia.

A partir dessa discussão sobre a liberdade de produção e a possibilidade de recuperação e acesso quase ilimitado à informação, e considerando-se o caráter hipertextual e hipermediático do ciberespaço, é válido pensar, portanto, como a discussão dos movimentos favoráveis ao acesso livre do conhecimento científico e a contribuição dessas políticas no que diz respeito à visibilidade e capacidade de acesso

e recuperação da informação, podem fazer relação ou dar margem ao uso de tais conceitos em outro aspecto, ou ainda, outro tipo de informação comunicada.

Se a reflexão a respeito dos movimentos em favor do acesso livre revoluciona o modo como as pessoas gerenciam, utilizam e acessam o conhecimento científico, essa mesma reflexão pode ser aplicada a outros aspectos da informação digital, quer essa informação seja de cunho comercial, quer seja institucional, noticiosa ou de outra natureza. O ciberespaço, portanto, após as já discutidas evoluções e constituição da *World Wide Web*, oferece diversas ferramentas que permitem essa divulgação e acesso, tais como websites, redes sociais, comunidades virtuais, correios eletrônicos, entre outros.

O próximo capítulo, portanto, trata da evolução de uma dessas ferramentas em específico, os websites, e das possíveis estratégias que se podem adotar para obtenção da visibilidade no ciberespaço.

3 ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO E WEBSITES

O termo Arquitetura da Informação surge em meados dos anos 1960, como nos mostra Straioto (2002) e Vidotti e Sanches (2004), quando o desenhista gráfico e arquiteto Richard Saul Wurman ao tentar descrever como “construções, transportes e trabalhadores interagem entre si no ambiente urbano”, acabou por se interessar mais em compreender as “maneiras como essas informações poderiam ser reunidas, organizadas e apresentadas” (VIDOTTI; SANCHES, 2004, p. 1).

É fazendo uma analogia à Arquitetura de modo geral que Vidotti e Sanches (2004) tentam esclarecer a forma como seus conceitos podem ser aplicados à Informação.

Visualizando a Arquitetura de uma maneira ampla em nosso dia-a-dia, sabemos que ela é responsável pelo planejamento e pelas construções de estruturas em locais físicos, como e onde será feita a entrada principal de um edifício, os números de andares que possuirá, quantos meios de acesso aos demais andares conterà: se por elevador social, de serviço, escadas ou outras formas que atendam às necessidades de locomoção, por exemplo, de deficientes físicos. Ainda, se será um edifício residencial ou comercial. (VIDOTTI; SANCHES, 2004, p. 2)

A Arquitetura da Informação (AI), portanto, busca respaldo nas áreas de Arquitetura, por compreender questões espaciais, e de Biblioteconomia, devido a seus métodos de organização da informação. Pode-se dizer, então, que a AI consiste na “criação de estruturas, sistemas e princípios de organização de informação que permite aos usuários encontrar, usar e entender a informação” (STRAIOTO, 2002 apud. DAVIS, 2001).

Dessa forma, para sua efetiva aplicação, é necessária a apropriação de diversos conhecimentos e disciplinas de diversas áreas pelo profissional a desenvolver tal função, pois após o surgimento da Web, incorporaram-se ao ciberespaço diversas ferramentas e recursos que possibilitaram o aumento na produção e divulgação de conteúdo e também de interação em tempo real entre pessoas, independente da distância entre elas.

Essa discussão da multidisciplinaridade é encontrada na dissertação de Memória (2004), quando são abordadas pesquisas em Usabilidade e Interações

Humano-Computador. Ele cita um evento ocorrido em *Chapel Hill*, no ano de 1987, que tratava sobre hipertexto e reuniu “pesquisadores das áreas de Ciências da Computação, Educação, Psicologia, Linguística, Design Gráfico, entre outras”. O autor ainda nos diz que o diálogo entre estas áreas continua presente na atualidade, “onde cada disciplina estuda partes diferentes do sistema, que melhoradas separadamente contribuem para a boa usabilidade de um todo” (MEMÓRIA, 2004, p. 25).

Portanto, cabe a este capítulo traçar uma linha conceitual, técnica e histórica acerca dos websites e da arquitetura da informação aplicada a eles, apoiado nos conhecimentos encontrados nas áreas de Ciência da Informação e Comunicação, e sobre como os websites institucionais se configuram no ciberespaço. Também será tratado neste capítulo os diversos recursos multimidiáticos que podem ser incorporados nas páginas de um website, como forma obtenção de visibilidade no ciberespaço.

3.1 CONCEITOS E ELEMENTOS

A palavra *site*, com origem na língua inglesa, pode ser traduzida para o português como sítio, e ambas se referem a um local. A *World Wide Web*, por sua vez, é a interface da Internet e pode ser comparada a uma espécie teia, na qual, cada nó consiste num local virtual onde há hipertextos (SCAFF, 2012, p. 40). A palavra Web também tem origem na língua inglesa que, traduzida para o português, significa teia. Por isso a WWW é considerada uma grande teia com alcance mundial.

Sendo assim, os websites podem ser considerados um local da Web, onde estão agrupadas diversas páginas em hipertexto, com um endereço específico para cada um, de forma a garantir sua fácil localização e acesso. Ou, como sugere Straioto (2002, p. 12), os websites podem ser entendidos como “uma coleção de páginas interligadas na WWW, que estão formando um conjunto informacional” e as páginas web como documentos com estrutura de hipertexto, compostos por “textos e comandos especiais (*tags*) de uma linguagem de marcação” que “tem como finalidade básica formatar o texto a ser exibido em um *software* de navegação [...] e criar ligações entre as páginas”.

Mas além de um conjunto de páginas web, os *websites* são também um conjunto de vários elementos, ferramentas e competências presentes em todo seu processo, desde o desenvolvimento até a publicação, visualização e acesso do mesmo.

Para o desenvolvimento de *Web sites* os profissionais da *Web* fazem uso de linguagens e tecnologias, modelos e metodologias de modelagem e de implementação e de técnicas de uso de ferramentas gráficas e de *design*. (DZENDZIK, 2005, p. 19)

A autora ainda nos mostra que, sendo a Web a interface da Internet, essa interface pode ser classificada como **interface estática** ou **interface dinâmica**. Dessa forma, se um site possui conteúdo fixo e permanente, ele se utiliza da interface estática, cabendo aos profissionais responsáveis pelo mesmo, centrar mais na escolha das linguagens de desenvolvimento e nas ferramentas de design. Caracteriza-se como interface dinâmica os casos em que o conteúdo do site é “gerado a partir de uma consulta a banco de dados, sendo mantido somente durante a permanência do usuário na interface”. Aos profissionais que desenvolvem nesta interface, adiciona-se as escolhas de outras ferramentas, como a “tecnologia responsável pela geração de páginas dinâmicas” e o “sistema de banco de dados”.

Trazemos, no Quadro 3, alguns dos elementos e ferramentas mais comuns no desenvolvimento de um website.

Quadro 3 – Elementos comuns na composição de um website, suas descrições e funções.

Elemento	Descrição / Função
Browser	Palavra em inglês que se traduz como Navegador. É o software que permite navegar pela web. Exemplos: Microsoft Edge, Mozilla Firefox, Opera, Safari, Google Chrome etc.
CMS	Abreviação de <i>Content Management System</i> . Pode-se traduzir como Sistema de Gerenciamento de Conteúdo e consiste em sistemas que permitem criar, editar, gerenciar e publicar conteúdo na web, permitindo que o mesmo seja adicionado, modificado ou removido. Exemplos: Joomla!, Wordpress, Drupal etc.

CSS	Abreviação de <i>Cascading Style Sheets</i> , traduzido como Folha de Estilo em Cascata, e consiste numa linguagem utilizada para definir a apresentação, ou seja, o visual de documentos escritos numa linguagem de marcação (<i>HTML</i> ou <i>XML</i> , por exemplo). As folhas de estilo facilitam o trabalho de <i>WebDesign</i> quando se trata de garantir uma formatação homogênea e mais criativa por todas as páginas de um <i>website</i>
Home Page	Consiste na Página Inicial de um <i>site</i> .
HTML	Abreviação de <i>HyperText Markup Language</i> , traduzido como Linguagem de Marcação de Hipertexto e consiste numa linguagem de marcação utilizada na construção de páginas web. Foi criada com o objetivo de dar à Internet um aspecto gráfico. Até sua criação, as ferramentas existentes (<i>ftp</i> , <i>gopher</i> e <i>telnet</i>), funcionavam através de linhas de comando.
HTTP	Abreviação de <i>HyperText Transfer Protocol</i> , traduzido como Protocolo de Transferência de Hipertexto, e consiste no protocolo de comunicação utilizado para sistemas de informação de hipermídia. Ele é a base para a comunicação de dados da World Wide Web.
Hyperlink	Também conhecido como Link, ou Ligação, é uma referência dentro de um documento em hipertexto a outras partes desse documento ou a outro documento. Pode ligar uma página a outra ou um site a outro, por exemplo.
PHP	Abreviação de <i>PHP: Hypertext Preprocessor</i> , ou PHP: Processador de Hipertexto em português, e consiste numa linguagem interpretada, <i>OpenSource</i> , usada para o desenvolvimento de aplicações Web. A linguagem PHP é executada no servidor, sendo enviado para o cliente apenas o HTML. O objetivo principal da linguagem é permitir aos desenvolvedores escrever páginas que serão desenvolvidas ou geradas dinamicamente.
MySQL	É um sistema de gerenciamento de banco de dados que utiliza a linguagem SQL (Linguagem de Consulta Estruturada, do inglês Structured Query Language) como interface.
URL	Abreviação de <i>Universal Resource Locator</i> , traduzido como Localizador Universal de Recurso, e se refere ao endereço de rede no qual se encontra algum recurso informático.
WYSIWYG	Abreviação de <i>What You See Is What You Get</i> , traduzido como O Que Você Vê É O Que Você Tem. Consiste na capacidade de um programa de computador de permitir que um documento, enquanto manipulado na tela, tenha a mesma aparência de sua utilização, usualmente sendo considerada final a forma impressa. Exemplo: Microsoft Word, Editores de postagens de blogs etc.
WWW	Abreviação de World Wide Web, ou a Grande Teia Mundial.
XML	Abreviação de <i>eXtensible Markup Language</i> , e consiste numa linguagem de marcação para necessidades especiais, devido a sua capacidade de descrever diversos tipos de dados.

Fonte: Nielsen (2000); Dzendzik (2005); Kalbach (2009); Wikipedia.

O crescimento e a expansão da Web permitiram a criação de “ferramentas de fácil manipulação para construção de páginas”, o que acarretou na explosão do número de websites, como nos mostra Straioto (2002). A autora ainda nos esclarece que, apesar desse grande número de informação disponível,

para que a *Internet* possa cumprir seus objetivos de comunicação de informações – armazenamento, recuperação e disseminação – é necessário que as informações estejam organizadas de maneira a possibilitar ao usuário o acesso e a navegação pertinentes. (STRAIOTO, 2002, p. 14)

Com isso, a autora nos diz que estes objetivos da Internet poderiam estar comprometidos, pois devido à crescente e constante criação de novas páginas Web, a indexação automática destas páginas pelas ferramentas de busca e, conseqüentemente, seu acesso, poderiam ser dificultados. Começam a surgir, então, estudos sobre estrutura informacional que visavam “preservar essa liberdade de construção de páginas e, ao mesmo tempo, minimizar as dificuldades decorrentes”, o que resulta na definição do termo Arquitetura da Informação para WWW, como esclarece Straioto (2002).

Com esses estudos, percebe-se, então, que tão importante quanto a liberação do polo de emissão e a possibilidade de cada usuário do ciberespaço atuar também como produtor, se faz necessário também que toda informação presente na Web esteja organizada e acessível de forma que o conhecimento gerado por ela seja, de fato e de forma eficaz, comunicado.

Isto não se limita, por exemplo, a utilizar a *Internet* apenas como meio para disseminar informações, mas a adquirir competência para selecionar, organizar, classificar, nomear e construir estruturas adequadas para navegação e busca de informações, a fim de garantir a pertinência do acesso às informações. (STRAIOTO, 2002, p. 14)

A Arquitetura da Informação compreende alguns elementos que, se pensados e aplicados aos websites, garantem uma boa navegação e, conseqüentemente, uma boa relação entre o site e seu público. Straiotto (2002) apoiada em Rosenfeld e

Morville (1998) e Vidotti e Sanches (2004), nos mostram que esses elementos podem ser classificados em:

(i) **Sistema de organização:** responsável pela estruturação dos conteúdos que irão compor o website e é composto por Esquemas e Estruturas. Os esquemas podem ser classificados como exatos, ambíguos ou híbridos e dizem respeito às estratégias de divisão dos conteúdos de forma lógica. As estruturas dizem respeito à definição dos caminhos pelos quais os usuários podem navegar e podem ser classificados como formas Hierárquicas, Hipertextuais e através de Bases de dados relacionais;

(ii) **Sistema de navegação:** compreende a flexibilização do movimento e navegação entre as páginas do site ou de outros sites, sem inserir informações demais ou fazer com que o usuário se perca entre as informações. Garante-se uma boa navegação através de elementos como barras de navegação e menus, mapa do site, *breadcrumbs*, entre outros. Os sistemas de navegação podem ser divididos em sistemas hierárquicos, globais, locais e navegação *Ad Hoc*;

(iii) **Sistema de rotulagem:** é uma forma de representação e identificação de um conteúdo específico e podem aparecer de duas maneiras: em formato textual ou iconográfico. São muito utilizados nos sistemas de navegação através de rótulos como Home Page (Página Inicial), Search (Busca), Contact Us (Contato) Help (Ajuda), FAQ (Perguntas Frequentes), entre outros; e

(iv) **Sistemas de busca:** recomendado principalmente para sites que contenham grande número de informação e conteúdo, compreende um sistema de busca interno, para recuperação de informações dentro do próprio site. Considera-se importante o uso desse sistema, pois os motores de busca não conseguem mapear e indexar todos os sites e todas as páginas da Web automaticamente.

Vale ressaltar, portanto, que a arquitetura da informação aplicada aos websites, compreende diversos e complexos sistemas de divisão, organização e estruturação dos conteúdos e informações, visando uma boa usabilidade e navegabilidade do site em questão.

A Arquitetura da Informação refere-se ao desenho da estrutura das informações: como textos, imagens e sons são apresentados na tela do computador, a classificação dessas informações em agrupamentos de acordo com os objetivos do *site* e das necessidades do usuário, bem como a

construção da estrutura de navegação e de busca de informações, isto é, os caminhos que o usuário poderá percorrer para chegar até a informação. (STRAIOTO, 2002, p. 20)

Embora não seja algo que ocorra na totalidade dos acontecimentos, todo website deve passar por um planejamento minucioso antes de seu efetivo desenvolvimento, caso contrário ele pode acabar apresentando falhas e não cumprir com seu objetivo de alcançar e fidelizar seu público, mesmo que a informação esteja bem organizada. Sendo assim, é importante ter conhecimento não apenas em relação às possíveis estratégias a serem adotadas com o conteúdo, mas também nas diferentes funções dos indivíduos que integram a equipe no processo de criação de um site.

Dessa forma, no que diz respeito às competências para o desenvolvimento e gerenciamento de websites, Santos (2007) divide o processo em três funções, dentre as quais:

(i) o **WebDesigner** sendo o profissional encarregado pela parte visual e gráfica do website e deve atuar de maneira multidisciplinar, já que a “preocupação fundamental em web design é agregar os conceitos de usabilidade com o planejamento da interface, garantindo que o usuário final atinja seus objetivos de forma intuitiva”;

(ii) o **WebDeveloper**, profissional responsável pela “definição e desenvolvimento das aplicações que serão executadas sob a interface dos *sites* por meio de tecnologias e ferramentas de programação; e

(iii) o **WebMaster**, profissional encarregado de instalar e fazer a manutenção e gerenciamento de um website, ao qual é conferido o dever de, entre outras tarefas, cadastrar o site criado em sites de buscas nacionais e internacionais, de forma que o site se torne visível na rede.

3.1.1 Websites institucionais

Conhecida a definição, conceituação e elementos que podem compor os websites, pode-se pensar em classificações para eles de acordo com seus objetivos.

Essas classificações estão diretamente relacionadas a questões como definição do público-alvo e escolha de métodos e estratégias para produção de conteúdo e organização e divulgação da informação. No entanto, Lima (2002, p. 25) nos alerta que essas classificações não devem ser consideradas de maneira tão linear e específica, pois podem haver situações mistas, onde diferentes tipos de sites se fundem.

O autor cita três grandes grupos de sites, sendo eles os **institucionais**, os **comerciais** e os **portais**, ao mesmo tempo em que esclarece que podem haver diversos outros, como os pessoais, os educacionais, de lazer etc.

Os sites institucionais, para Lima, (2002), devem “divulgar os produtos e serviços de uma Instituição” e suas páginas devem estar “organizadas de acordo com a estrutura organizacional”. O autor dá exemplo de sites institucionais, podendo eles pertencerem a universidades, museus, bibliotecas, entre outros.

Em sua dissertação, Scaff (2012), ao analisar a presença de algumas Instituições de Ensino Superior na Web, afirma que um site institucional “deve dar visibilidade à Instituição, mostrar seus diferenciais e divulgar seus serviços. Deve atender a demandas específicas de estudantes, professores e funcionários”.

Lima (2002) ainda aponta que as páginas dos sites institucionais, depois de ter seu conteúdo estabilizado, não pode sofrer frequentes alterações, pois isso afetaria muito a experiência do usuário “gerando problemas de usabilidade e custos de manutenção”. Scaff (2012) complementa dizendo que o ciberespaço é “um local em que a imagem da instituição e os [...] serviços que ela oferece passam a ser conhecidos por uma quantidade cada vez maior de pessoas”, evidenciando, portanto, o cuidado que as Instituições devem ter não apenas com o tipo de conteúdo disponibilizado, mas também com os métodos definidos para tal.

Retomando as classificações de Lima (2002), entende-se que os sites comerciais são construídos tendo “como objetivo principal vender produtos a seus clientes”, citando como exemplos sites de livrarias, de lojas de roupa, entre outros. Os portais, por sua vez, podem ser entendidos como sites “de propósito geral” que “possuem grandes quantidades e diversidades de informação, sua atualização é constante [...] e são bastante utilizados por usuários para encontrar informações do tipo: previsão do tempo, programação cultural, notícias, etc”.

3.2 RECURSOS MULTIMÍDIA APLICADOS AOS WEBSITES PARA OBTENÇÃO DA VISIBILIDADE

O conteúdo dos websites, como já visto, pode ser esquematizado e estruturado de diversas formas, o que, se bem pensado de acordo com seu público, pode garantir uma boa experiência para seus usuários. Este conteúdo, no entanto, não deve ser composto apenas de elementos textuais, especialmente após as grandes evoluções ocorridas nos últimos anos, tanto no que diz respeito às linguagens da Web quanto aos suportes. Sendo assim, ao planejar o desenvolvimento de um site, é preciso pensar em “estratégias e táticas [...] para satisfazer desejos e necessidades de seu público, na captação, retenção e fidelização desses clientes” (SCAFF, 2012, p. 30).

Cabe a este momento da pesquisa, então, abordar a definição do termo multimídia e como alguns recursos multimidiáticos podem ser aplicados a websites como estratégia de otimização na usabilidade e navegabilidade, o que pode contribuir com a visibilidade da informação no ciberespaço.

Correa (2002) apoiado em Fluckiger (1995), nos diz que

[...] multimídia pode ser definida como o campo interessado na integração controlada por computador de textos, gráficos, imagens, vídeos, animações, e qualquer outro meio onde todo tipo de informação pode ser representado, armazenado, transmitido e processado digitalmente. (CORREA, 2002, p. 14)

Leão (2005) também faz suas considerações acerca do termo multimídia. Segundo a autora, a popularização da palavra ocorreu no final da década de 1980 devido ao sentido comum dado a ela: “a incorporação de informações diversas, como som, textos, imagens, vídeos, etc., em uma mesma tecnologia – o computador”. A autora ainda traz a definição do termo Hipermídia, que, “por sua vez, é uma tecnologia que engloba recursos do hipertexto e multimídia, permitindo ao usuário a navegação por diversas partes de um aplicativo, na ordem que desejar” (p. 16).

Entende-se por hipertexto uma estrutura formada por diversos elementos interligados, sejam textuais, imagéticos, audiovisuais ou outros documentos com o mesmo formato, e que possibilitam, dessa forma, que o consumo de conteúdo ocorra

de forma muito mais livre e autônoma se comparado às mídias tradicionais. Essa definição baseia-se em conceitos encontrados em diversas obras de literatura da área, a citar Straioto (2002), Correa (2002), Memória (2004), Leão (2005) e Scaff (2012). Leão (2005) ainda propõe a tese de que o leitor, em ambientes hipermídia, é um agente ativo, um construtor de labirintos, já que pode percorrer caminhos diferentes daqueles imaginados pelo produtor. Documentos com estrutura hipertextual, no ciberespaço, são possíveis graças a criação e evolução da Web e suas linguagens, como o HTML.

A popularização dos recursos multimídia como complementos de conteúdo, ou como parte deles, ocorreu relativamente cedo, considerando historicamente a evolução dos suportes, pois apesar das limitações da web, eles estavam disponíveis também em outros suportes, como o CD-ROM, por exemplo. Essas limitações para a efetiva veiculação de recursos multimídia na web são apontadas por Nielsen quando, no ano de 2000, as larguras de banda disponíveis para a maioria dos usuários ainda eram “terrivelmente baixas”, ocasionando downloads muito demorados de arquivos que hoje são considerados leves.

Correa (2002), no entanto, destaca uma particularidade para a definição do termo multimídia, para que este não seja utilizado de forma errônea. Segundo ele, “define-se como maneira mais aceita para sistemas de multimídia, todo aquele capaz de manipular ao menos um tipo de mídia discreta e um tipo de mídia contínua, as duas numa forma digital” (p. 17). Ele cita como mídias discretas ou estáticas, aquelas que apresentam “dimensões unicamente espaciais (como textos, imagens, gráficos)”, e como mídias contínuas ou dinâmicas, aquelas que apresentam “dimensões temporais (como sons, vídeos, fluxo de áudio)”.

O autor faz essa observação para excluir algumas ferramentas dessa definição, pois se considerarmos multimídia “qualquer sistema integrando dois ou mais tipos de informação”, então qualquer arquivo do Microsoft Word, por exemplo, como ele mesmo cita, poderia também ser considerado uma aplicação multimídia, por reunir pelo menos três tipos de mídia (textos, gráficos e imagens).

Estas novas tecnologias, enquanto suportes de comunicação, permitiram ampliar o leque de linguagens; a escrita deixou de ser a única linguagem para se constituir numa orquestra semiótica mais vasta que engloba imagem, som,

movimento, simulação etc; permitindo gerar ambientes infocomunicacionais alternativos que estão ao serviço da virtualização. (CORREA, 2002, p. 15)

Nielsen (2000) insere diversos recursos multimídia que podem ser aplicados aos websites, dentro de um tema maior, o design de conteúdo, e afirma que quando os usuários “chegam a uma nova página, olham imediatamente para a área de conteúdo e [...] só mais tarde, caso decidam que o conteúdo não lhes interessa, é que buscam na área de navegação [...] outras ideias de sites a visitar” (p. 100). Kalbach (2008), por sua vez, trata da forma da informação, onde afirma que

[...] a navegação é mais do que fornecer links claros e concisos, com transições suaves de uma página a outra. Você deve considerar também a *forma* da informação. Com a forma, a maneira pela qual experimentamos a informação torna-se ela própria um importante elemento navegacional. (KALBACH, 2008, p. 62)

Entende-se, dessa forma, que pensar a inserção de diversos recursos multimidiáticos deve ser parte do planejamento e arquitetura da informação de um website. No entanto, a inserção desses mecanismos de representação deve ser feita com muita cautela, pois, de acordo com Correa (2002), se forem utilizados indevidamente, “além de causar sérios transtornos à usabilidade do site, através de interfaces que confundem os usuários e que sobrecarregam o sistema, pode afastar de uma vez por todas aquele indivíduo” (p. 60).

É possível conferir informações mais detalhadas sobre formatos e recomendações de uso desses recursos no Quadro 3.

Quadro 4 – Recomendações de emprego e formatos de recursos multimídia para a Web.

Recurso	Recomendações de emprego	Alguns formatos
Texto	<p>Apresentado nas páginas como parte principal do conteúdo ou como elemento hipertextual, através de links que ligam a outras páginas do mesmo site ou a outros sites.</p> <p>Se pensados no sistema de navegação, podem estar presentes como menus e breadcrumbs. Podem exercer função como sistema de rótulo.</p>	<p>Texto; Hipertexto;</p>

Imagens	<p>Motivam o aprendizado e fixam informações de maneira mais eficaz que o texto. Tornam os sites mais agradáveis.</p> <p>Podem ser apresentadas através de ícones, o que facilita na superação da barreira do idioma, por exemplo. Podem ser fotografias de produtos a serem vendidos, de pessoas quando o texto é centrado em indivíduos, entre outras aplicações.</p> <p>Podem exercer função de botões e links, inserindo-se, dessa forma, também nos sistemas de navegação e rótulos.</p>	JPEG; GIF; PNG;
Vídeos	<p>Duas formas de disponibilização: (1) por Streaming, ou transferência síncrona, quando o vídeo é apresentado na medida em que o servidor realiza sua transferência; ou (2) através de Download, só podendo ser reproduzido após sua transferência e armazenamento completo.</p> <p>O usuário deve ter total controle sobre a mídia, por isso é necessária a disponibilização de mecanismos de controle de ações, como <i>play</i>, <i>pause</i> e volume.</p> <p>Podem ser utilizados como complemento do conteúdo textual e imagético ou como o conteúdo em si, graças às expansões nas larguras de banda e transferências de bits.</p> <p>Atualmente também têm sido utilizados como propagandas e anúncios.</p>	AVI; MPEG;
Sons	<p>São úteis quando transmitem informações de forma rápida, clara e agradável à sensibilidade do ouvido humano.</p> <p>Existem diferentes tipos de informações sonoras, como (i) a voz: utilizada para explicar conceitos e detalhar informações que são necessários ao entendimento do usuário; (ii) música: muito usada para propiciar entretenimento e diversão aos visitantes; (iii) Efeitos sonoros: simples sinais sonoros, tais como “<i>beeps</i>” para efeitos de confirmação de uma mensagem, ou então para alertar o usuário de uma ação errada.</p> <p>Atualmente podem ser disponibilizados em formatos de podcasts.</p>	MP3; M4A; WAV; AAC;

Fonte: O autor, baseado em NIELSEN (2000); CORREA (2002).

Dessa forma, pode-se concluir que uma boa e bem pensada aplicação de recursos multimidiático, pode contribuir diretamente na usabilidade e navegabilidade de um website, não apenas garantindo a visibilidade e comunicação da informação desejada, mas também alcançando seu objetivo de manter seu público oferecendo uma boa experiência e atendendo suas expectativas.

4 PROPOSTA DE ESTRUTURA E RECURSOS MULTIMÍDIA PARA OBTENÇÃO DA VISIBILIDADE: WEBSITE INSTITUCIONAL DO CURSO DE PRODUÇÃO EDITORIAL UFSM

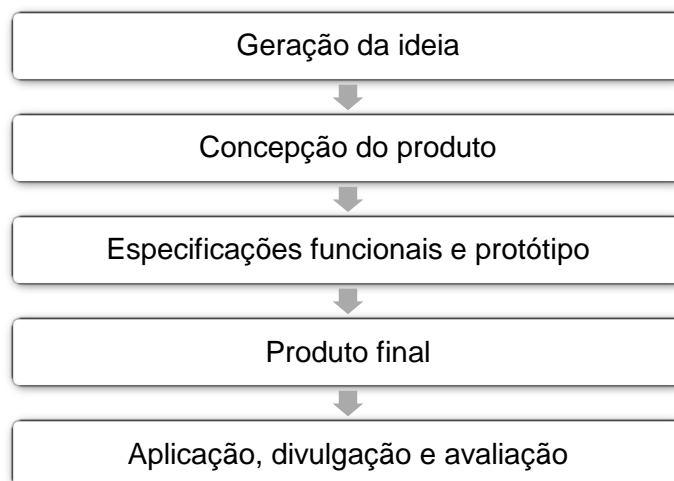
Este capítulo apresenta a idealização, o desenvolvimento e a aplicação do projeto experimental Website Multimídia do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM, bem como a proposta dos recursos multimidiáticos.

4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PRODUTO

O método utilizado para a concepção do produto “Website do curso de Produção Editorial da UFSM” fundamenta-se na metodologia aplicada ao desenvolvimento de novos produtos, do autor Martins (1999, p. 74), conforme ilustra a Figura 2, com adaptações. As fases de desenvolvimento do produto contemplam: a geração da ideia, a concepção do produto, as especificações funcionais e protótipo, o produto final e a aplicação, divulgação e avaliação.

Neste momento, traremos o detalhamento de todas as informações concernentes à execução da proposta, dividida em fases.

Figura 2 – Processo de desenvolvimento de novos produtos.



4.1.1 Fase 1: Geração da ideia

Ao mesmo tempo em que Martins (1999) nos apresenta a metodologia de desenvolvimento de novos produtos, ele conceitua brevemente cada uma das etapas, contribuindo para sua compreensão. Mantida em nossa adaptação, a primeira etapa é a *Geração da Ideia* que consiste no lançamento de uma ideia inicial, “seja a partir da tecnologia disponível, seja de estudos e pesquisas de mercado” (p. 75).

Dessa forma, a partir da minha experiência enquanto acadêmico do curso de Comunicação Social – Produção Editorial, observei a carência de um meio centralizado de divulgação de informações acerca do curso. Trouxe, então, uma proposta de trabalho com a qual buscava, inicialmente, pensar e desenvolver um ambiente que viesse suprir essa carência, justificada através de pesquisas e conversas diretas com o público-alvo. A proposta inicial contemplava um *website* com informações institucionais sobre o curso, informações sobre os professores, disciplinas e infraestrutura, e ainda ofereceria acesso às produções dos acadêmicos. O *website*, portanto, se utilizaria de diversos recursos multimídia, como texto, imagens e vídeos, para divulgar o conteúdo, funcionando, assim, como uma espécie de vitrine para o curso, o que traria visibilidade não apenas às produções dos acadêmicos, mas também ao curso em si.

Logo nas primeiras orientações deste trabalho, eu e minha orientadora esbarramos em questões pendentes, porém fundamentais para o êxito do projeto, dentre elas “qual ferramenta utilizar para desenvolvimento e implantação?”, “onde hospedar o website?” e “quanto pode vir a custar o domínio?”. Esta última carregava consigo uma preocupação a mais, tendo vistas que um dos objetivos era que o *website* fosse mantido e tivesse continuidade de gerenciamento pós defesa do trabalho. Neste momento, encontramos informações que nos permitiram realizar as primeiras importantes adaptações no projeto.

Após o redesenho do layout do Portal da UFSM, o Centro de Processamento de Dados (CPD) da UFSM trouxe uma proposta de padronização dos sites

institucionais ligados à UFSM, de forma que eles viessem a corresponder visualmente e mantivessem a identidade proposta pelo Portal.

Realizamos, então, o primeiro contato com o CPD, via telefone, para averiguarmos a informação e para que pudéssemos entender como ocorre o desenvolvimento e hospedagem dos sites, quais ferramentas são utilizadas e para confirmarmos a possibilidade de realizar nosso site dentro dessa proposta. A partir de uma rápida explanação, via telefone, acerca dessas questões, nos foi solicitada a marcação de uma reunião presencial para mais informações.

A reunião ocorreu no dia 14 de setembro de 2015 pelo turno da manhã. Nesse momento pudemos obter informações mais completas e também nos foram apresentadas demonstrações de sites já operando nessa proposta. Participaram da reunião eu, a Prof^a. Cláudia Bomfá, enquanto orientadora deste trabalho de conclusão de curso e professora responsável pelos tramites relacionados ao site junto ao CPD, e os técnicos Edemir Santos de Paula e Daniel Michelin De Carli que atuam no Centro de Processamento de Dados, conforme mostra o registro fotográfico abaixo (Figura 3).

Figura 3 – Reunião no CPD.



Fonte: Facebook.

Em sua fala, o técnico-administrativo Daniel Michelon De Carli abordou alguns pontos sobre a proposta de padronização dos sites, que vem a servir também como justificativa para a mesma. Segundo ele, a padronização beneficia o cliente não apenas pela identidade visual concordando com a da instituição, mas também pela garantia de soluções e de um suporte contínuo posterior ao desenvolvimento. Neste momento ele referia-se a alguns casos em que os sites eram desenvolvidos de forma independente por algum bolsista, por exemplo, que, ao final do período de bolsa previsto em edital, não repassava as informações de acesso ao gerenciamento do site, deixando-o obsoleto e inativo.

Para ilustrar claramente a questão da identidade visual, trazemos abaixo as Figuras 4 e 5, que consistem em capturas de tela do Portal da UFSM e dos sites dos Cursos de Comunicação Social – Jornalismo e Física da UFSM, respectivamente. As capturas foram tomadas em outubro de 2015.

Figura 4 – À esquerda, Portal da UFSM e à direita, site do Curso de Comunicação Social – Jornalismo.

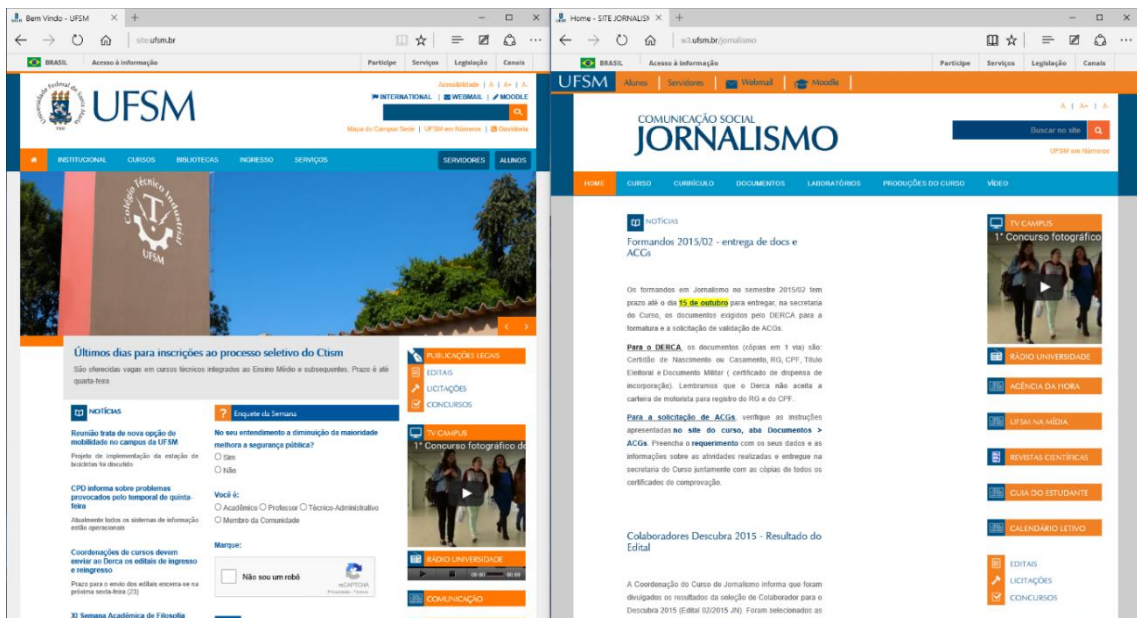


Figura 5 – Site do Curso de Física da UFSM.



Percebe-se, portanto, que o site do Curso de Física¹, conforme mostra a Figura 04, não segue as diretrizes de design adotadas pela UFSM em seu Portal e em nada se parece como um site institucional de curso da universidade, diferentemente do Curso de Comunicação Social – Jornalismo² que optou por utilizar das ferramentas do CPD para o desenvolvimento. Outros sites, que não necessariamente de cursos, também seguem a nova identidade visual, como por exemplo o site do Restaurante Universitário³, do Centro de Ciências Sociais e Humanas⁴, do Grupo de Estudos e Pesquisas em Educação e Imaginário Social⁵, entre outros.

Esse novo modelo proposto pelo CPD prevê, então, soluções necessárias para que o acesso ao gerenciamento do site esteja sempre disponível. O desenvolvimento do website tem um prazo de, em média, 30 dias, e pode ser acompanhado durante

¹ Acesso ao website institucional do curso de Física da UFSM em < <http://w3.ufsm.br/cursodefisica/> >.

² Acesso ao website institucional do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM em < <http://ufsm.br/jornalismo> >.

³ Acesso ao website do Restaurante Universitário da UFSM em < <http://ufsm.br/ru/> >.

⁴ Acesso ao website do Centro de Ciências Sociais e Humanas da UFSM em < <http://ufsm.br/ccsh/> >.

⁵ Acesso ao website do Grupo de Estudos e Pesquisas em Educação e Imaginário Social em < <http://ufsm.br/gepeis/> >.

esse tempo através de um link específico e temporário oferecido pelo CPD. Após o site estar finalizado, online e acessível pelo domínio escolhido pelo cliente, o CPD dá aos responsáveis pelo site um treinamento no *Joomla!*, ferramenta utilizada para desenvolvimento dos sites. Essa iniciativa existe de forma a garantir que a equipe que virá a gerenciar aquele site futuramente, esteja capacitada a alimentar e atualizar o mesmo.

Entendemos que a proposta do CPD vem de encontro a ideia contemplada nesse trabalho e, portanto, optamos em utilizar das ferramentas e hospedagem disponíveis pela própria Universidade. Para dar início ao desenvolvimento do website do curso de Comunicação Social – Produção Editorial, é necessário encaminhar ao CPD: (i) uma cópia da solicitação de hospedagem a ser realizada via internet; (ii) um memorando assinado pelo(a) professor(a) responsável, solicitando o desenvolvimento; e (iii) o conteúdo que estará presente no site, organizado numa estrutura pré-determinada e disponível no site do CPD.

Dessa forma, pensando principalmente nas questões de design, identidade visual e prestação de serviços como o treinamento na ferramenta, adaptamos a proposta inicial deste projeto experimental para que o site desenvolvido viesse a ser a ser o oficial e institucional do curso de Comunicação Social – Produção Editorial. Dentro dessa perspectiva, o site vem a atender, de fato, a necessidade de um canal centralizado de informações, notícias, entre outros.

Ainda durante essa fase de geração de ideias, utilizou-se como recurso metodológico a **pesquisa de opinião pública** (POP), a fim de investigar e compreender a problemática desta pesquisa e justificá-la.

Definimos como universo da pesquisa os acadêmicos, desde egressos até os já formados, do curso de Comunicação Social – Produção Editorial e como amostragem, por constituir o menos rigoroso de todos os tipos de amostragem, escolhemos a chamada “não probabilística por conveniência ou acessibilidade”, pois com ela

O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão. (GIL, 2008, p. 104)

Dessa forma, optamos por um questionário online como instrumento de pesquisa e utilizamos a ferramenta *Google Forms*, para a criação e hospedagem do mesmo.

O instrumento continha dois campos de identificação, um para o nome, sendo este opcional, e outro, obrigatório, para o semestre; e sete perguntas, sendo seis delas objetivas e uma aberta. As questões objetivas foram criadas seguindo a escala de avaliação verbal, nas quais as possíveis alternativas eram: *muito importante*, *importante*, *pouco importante*, *nada importante* e *indiferente*. A questão aberta tinha a função de servir como um espaço onde o acadêmico poderia deixar dicas, fazer algum pedido, ponderação e/ou sugestões que não tinham sido abordadas nas questões anteriores, mas que o mesmo considerava importante, em relação à construção do site institucional do curso.

A aplicação, no entanto, se deu em duas etapas. Na primeira etapa de divulgação do questionário realizamos um total de três postagens no grupo “PRODUÇÃO EDITORIAL – UFSM” da rede social *Facebook*, no qual fazem parte acadêmicos do curso de Produção Editorial de todos os semestres e que, até a realização da pesquisa, contava com 160 membros. Nas postagens convidando os acadêmicos a responderem o questionário, explicitamos que através dos dados obtidos a partir dessa pesquisa é que seria definido o conteúdo presente no site e a prioridade para o próximo procedimento metodológico, o levantamento exploratório.

Esta seria, a princípio, a única aplicação do questionário, porém o número de respostas obtidas, não correspondeu às expectativas para com a mesma. Dessa forma, estabelecemos uma segunda estratégia que consistia em consultar e verificar com professores(as) do curso de Produção Editorial a possibilidade de aplicar o questionário em algum momento nas aulas dos(as) mesmos(as).

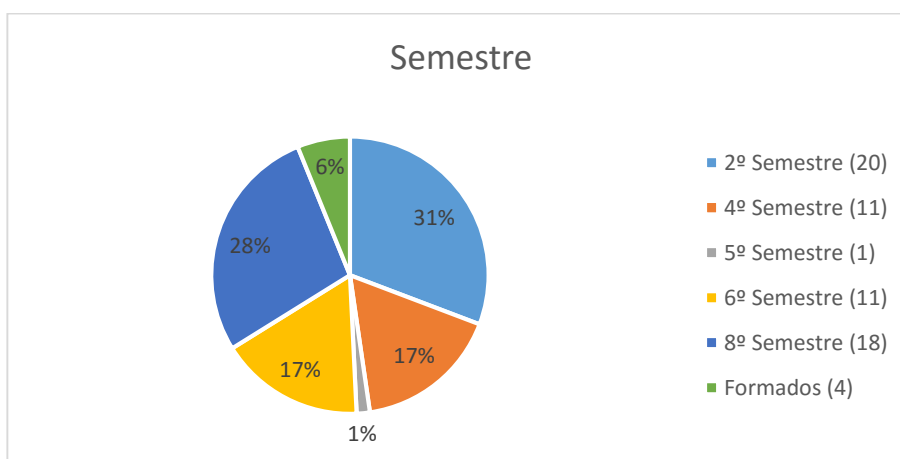
Foram contatadas as professoras Cláudia Regina Bomfá, Cristina Marques Gomes, Liliâne Dutra Brignol e Sandra Depexe que aceitaram a proposta e viabilizaram a aplicação do questionário online, disponibilizando alguns minutos das disciplinas *Revisão e Preparação de Textos*, *Legislação e Ética na Indústria Editorial*, *Produção Editorial para Revistas*, *Planejamento e Produção Gráfica* e *Produção Gráfica em Produção Editorial*, ministradas por elas, respectivamente. As duas últimas

disciplinas eram ministradas pela mesma professora, Sandra Depexe. A partir dessa segunda estratégia, obtivemos o número mínimo esperado de respostas.

Trazemos abaixo a tabulação da POP em formato de gráficos criados a partir do programa *Microsoft Office Excel*, para melhor interpretação dos dados.

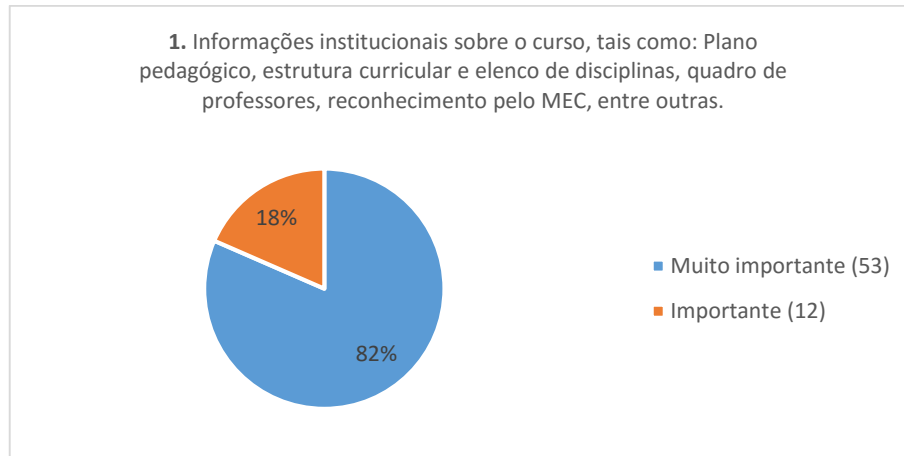
O curso de Comunicação Social – Produção Editorial possui 126 (cento e vinte e seis) alunos matriculados, sendo que, dentre estes, 65 (sessenta e cinco) responderam ao questionário direcionado. A Figura 6 apresenta o número de respondentes divididos por semestre, na qual é possível observar maior concentração entre os acadêmicos iniciantes no curso e, em seguida, entre os acadêmicos que estão concluindo o curso.

Figura 6 – Identificação do semestre dos respondentes.



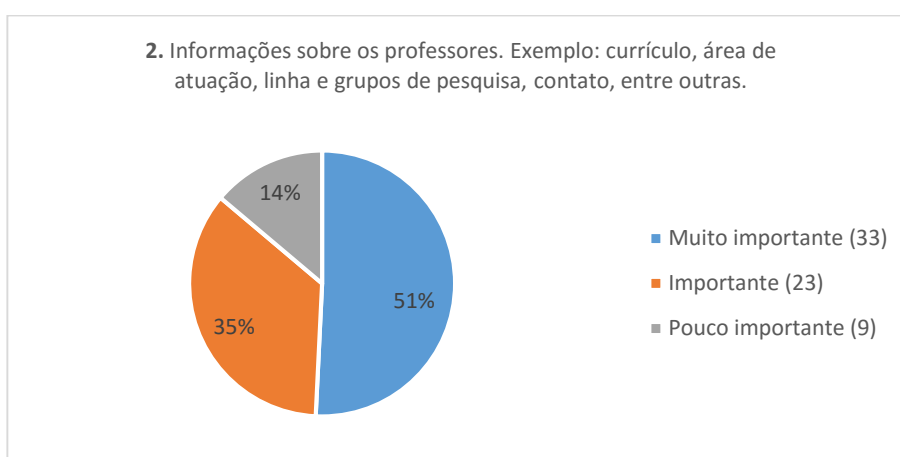
Os próximos gráficos são referentes às perguntas objetivas do questionário e foram pensadas de forma a expor algumas sugestões e verificar o grau de importância na presença dessas informações no site. A primeira pergunta é relacionada a informações institucionais do curso, tais como plano pedagógico, estrutura curricular, elenco e ementa de disciplinas etc. Conforme mostra a Figura 7, cinquenta e três pessoas, o equivalente a 82% dos respondentes, consideram “Muito importante” essa informação, enquanto doze pessoas, 18%, consideram “Importante”.

Figura 7 – Pergunta 1.



A segunda pergunta propõe informações sobre os professores do curso, tais como: resumo do currículo dos mesmos, área de formação, linha de pesquisa, contato, entre outras. Como é mostrado pela Figura 8, trinta e três pessoas, 51% dos respondentes, consideram este tipo de informação “Muito importante”, enquanto vinte e três, 35%, consideram “Importante” e nove, 14%, consideram “Pouco importante”.

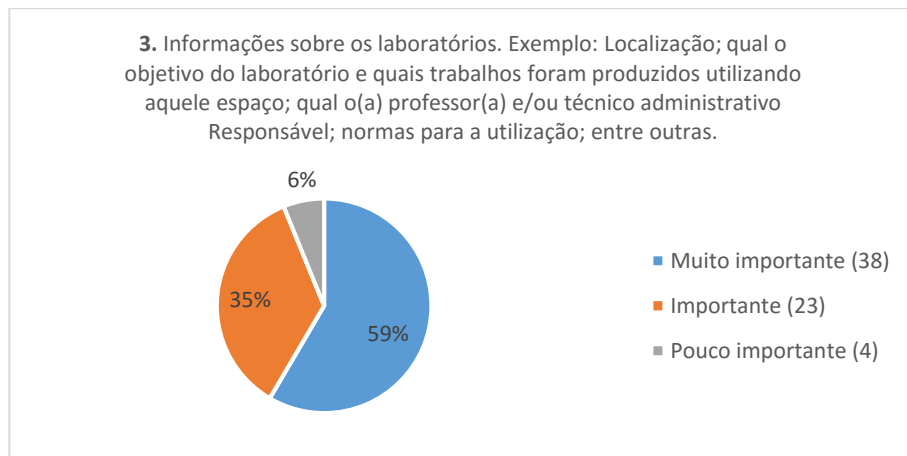
Figura 8 – Pergunta 2.



A terceira questão sugere a presença de informações sobre os laboratórios, como suas localizações, objetivos dos mesmos, normas para utilização, produções provenientes daquele espaço etc. Sobre esse tipo de informação, a Figura 9 nos

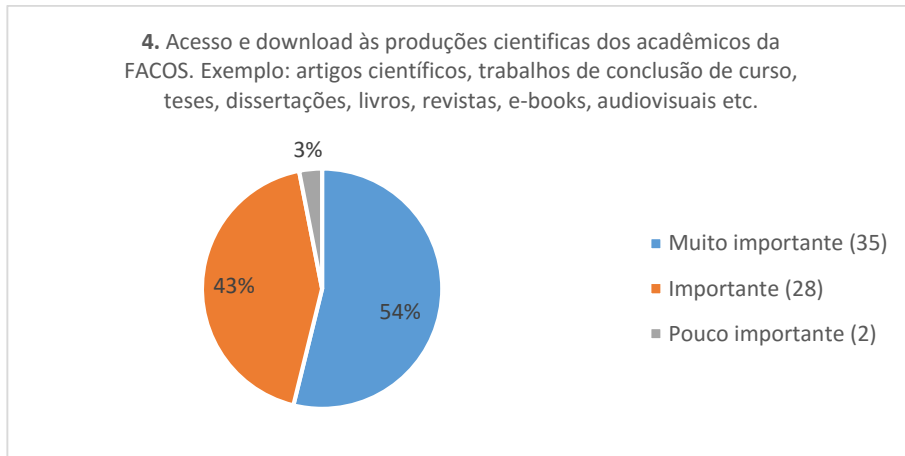
mostra que trinta e oito pessoas, o equivalente a 59% do total, responderam que consideram a informação “Muito Importante”, vinte e três pessoas, 35%, consideram “Importante” e quatro, 6%, responderam “Pouco importante”.

Figura 9 – Pergunta 3.



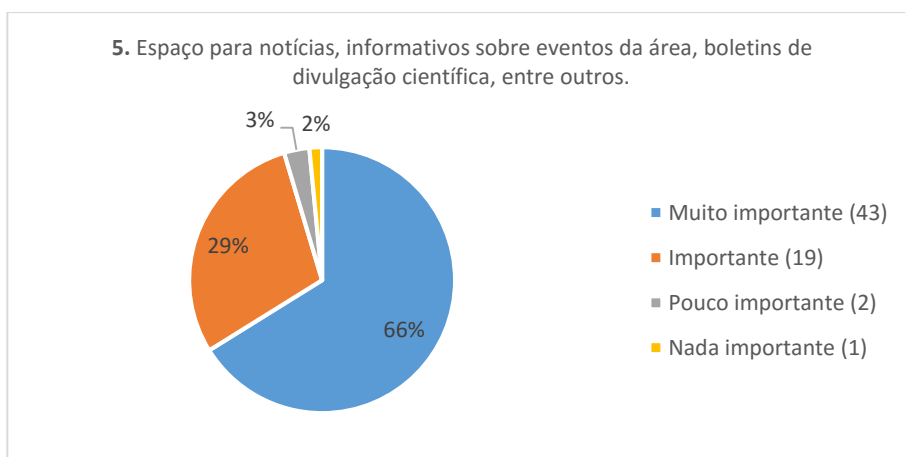
Na quarta questão é indagado o grau de importância que os alunos veem na possibilidade de acessar e baixar, caso desejado, produções acadêmicas como artigos científicos, trabalhos de conclusão de curso, teses, dissertações, livros, revistas, e-books e outras produções criadas no Curso. Na Figura 10 podemos ver que trinta e cinco pessoas, 54%, consideram “Muito importante” o acesso às produções acadêmicas, enquanto vinte e oito, 43%, consideram “Importante” e apenas duas pessoas, 3%, consideram “Pouco importante”.

Figura 10 – Pergunta 4.



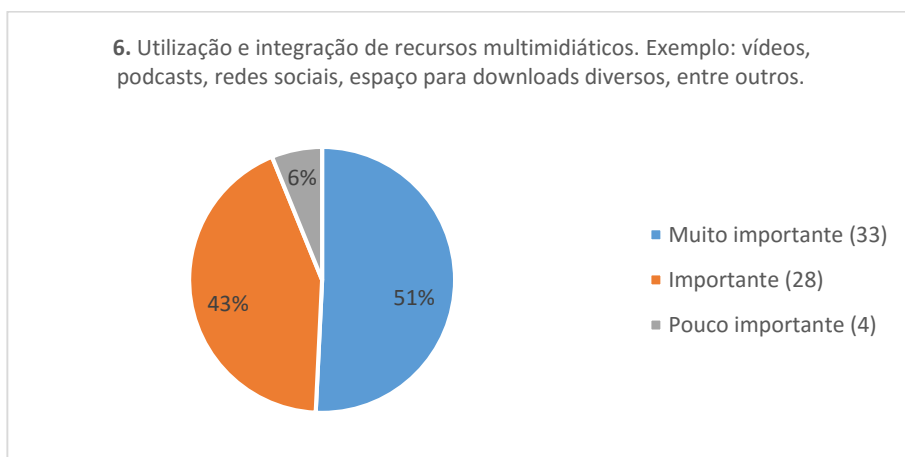
Com a maior variação de respostas, de acordo com a Figura 11, temos a quinta pergunta que buscava investigar a necessidade de um espaço voltado para notícias sobre o Curso, informativos sobre eventos da área, boletins de divulgação científica, oportunidades, entre outros. Quarenta e três pessoas, representando 66% do total de respondentes, consideram “Muito importante” a presença desse espaço no site. Dezenove pessoas, 29%, consideram “Importante”, enquanto duas, 3%, consideram “Pouco importante” e apenas uma pessoa, 2%, respondeu que considera “Nada importante” a presença de um espaço destinado a divulgação de notícias.

Figura 11 – Pergunta 5.



A sexta pergunta busca saber junto aos acadêmicos e navegantes do website o grau de importante que eles atribuem a presença de recursos e elementos multimidiáticos nos diversos locais e aspectos do site. Como exemplo podemos citar a presença de vídeos, áudios, podcasts, widgets para compartilhamento em redes sociais, downloads, seja nas páginas de notícias ou nas páginas informacionais fixas do site, entre outros. A Figura 12 nos mostra que, para essa questão, trinta e três pessoas, o equivalente a 51% dos respondentes totais, consideram “Muito importante” a inserção de recursos multimidiáticos nas diversas áreas do site, enquanto vinte e oito, 43%, consideram “Importante” e quatro, 6%, disseram achar “Pouco importante”.

Figura 12 – Pergunta 6.



A sétima pergunta era opcional e de caráter aberto, na qual o respondente poderia escrever alguma crítica, deixar alguma sugestão, ponderação etc. Nessa questão, obtivemos vinte e cinco respostas que foram divididas e agrupadas de acordo com os temas das questões objetivas, observando a similaridade dos comentários e sugestões, para que pudéssemos melhor interpretar os dados.

Dessa forma, verificamos que a maior parte dos pedidos se encontra nos eixos de informações institucionais e de notícias. No eixo das informações institucionais, unimos os temas das três primeiras perguntas objetivas, sendo eles Informações institucionais, professores e laboratórios. Neste espaço, observamos solicitações pelo histórico do curso, suas áreas de atuação, diferencial em relação a outros cursos de

Produção Editorial, informações sobre os professores, ementa das disciplinas, quais os projetos de extensão e grupos de pesquisa existentes, informações sobre a infraestrutura e melhor divulgação sobre os espaços e sobre o que é possível produzir no curso.

No eixo das notícias podemos destacar a notável necessidade de um espaço onde possam ser divulgadas: oportunidades que o curso proporciona, como editais para bolsas de pesquisa e extensão ou outras de caráter mais externo, como vagas de estágio e emprego; informações sobre oficinas, congressos e eventos em geral na área, sejam da UFSM ou de fora; e a veiculação de recados, avisos, lembretes e notícias provenientes da coordenação para os alunos, como a oferta das disciplinas e organização das salas e horários a cada semestre e os prêmios que o curso já recebeu.

Em terceiro encontra-se o eixo multimidiático, agrupando observações sobre Downloads e Multimídia, com um número ligeiramente menor de observações, mas ainda se mostrando bastante persistente e relevante. Aqui observamos que a principal expectativa dentre as respostas, é de que o site ofereça acesso aos trabalhos científicos e produções acadêmicas dos alunos do curso de Produção Editorial. Também entram neste eixo sugestões de integração com redes sociais, divulgação de documentos importantes para download e complementos para o conteúdo em outros formatos que não apenas em texto.

Unindo os dados dessa questão aberta aos das outras fechadas, é que pudemos realizar um panorama em relação ao que é esperado do site pelos acadêmicos do curso e então seguir adiante com o planejamento e execução do projeto.

4.1.2 Fase 2: Concepção do produto

No modelo proposto por Martins (1999), esta fase aparece com o nome de *Seleção do Produto* e sucede as duas primeiras, *Geração da Ideia* e *Especificações Funcionais*, de forma que somente a partir destas é que poderia se pensar num produto possível que viesse atender aos requisitos identificados. Como no nosso caso

já foi possível definir o produto em si na primeira etapa, adaptamos essa fase para que viesse a ser o momento de identificar as requisições e necessidades levantadas pelo nosso público-alvo, realizar o levantamento exploratório e, a partir disso, termos capacidade de fazer uma proposta inicial em relação a Arquitetura da Informação do site.

A seguir, no Quadro 5, apresentamos nossa proposta de estruturação do conteúdo e inserção de recursos multimidiáticos no site do curso de Comunicação Social – Produção Editorial, tendo-se como objetivo ampliar a visibilidade das informações e do próprio curso.

Quadro 5 – Proposta de estruturação do conteúdo do website.

Proposta de estruturação do conteúdo do website e recursos multimídia com foco na obtenção da visibilidade				
Ação	Conteúdo	Situação atual	Proposta	Resultados esperados
Resgate das informações institucionais	Plano pedagógico; Estrutura curricular; Elenco de disciplinas; Quadro de professores;	Somente acessando as páginas de Projetos Pedagógicos dos Cursos e de Ementário no site ⁶ da PROGRAD (Pró-reitoria de Graduação).	Disponibilizar as informações de forma organizada e estratégica e que permita atualizações, caso necessário.	Facilitar o acesso e aproximar os acadêmicos das questões institucionais do curso.
Divulgação de informações sobre o corpo docente;	Currículo do(a) professor(a), linha de pesquisa, perfil, contato etc.	Apenas informações presentes no currículo Lattes individual de cada professor(a).	Disponibilizar um mini texto abordando o perfil e linhas de pesquisa de cada professor(a), link para o Lattes, foto e formas de contato.	Dar visibilidade aos perfil e atuação dos professores no curso de PE, bem como promover uma aproximação entre eles e os acadêmicos através de diferentes formas de contato e reconhecimento.
Resgate de informações sobre a infraestrutura do curso;	Quantos e quais laboratórios existem e estão disponíveis para o curso;	Alguma informação desatualizada no PPC de 2014, o mais recente. Blogs, sites, páginas no facebook, entre	O site servirá de vitrine para os laboratórios e suas produções.	Possibilitar que os acadêmicos conheçam os laboratório, suas peculiaridades, projetos, formas de

⁶ Acesso ao site da Pró-reitoria de Graduação em < <http://w3.ufsm.br/prograd/> >.

	Informações sobre estes.	outros, de forma individual e não interligados.		ingresso, entre outras questões.
Acesso e download às produções acadêmicas e científicas	Artigos científicos; Trabalhos de conclusão de curso; Teses e dissertações; Livros, revistas, e-books, audiovisuais.	Não há compilação das produções de forma centralizada e que associe rapidamente ao nome do curso de Produção Editorial.	Integração com o Projeto da Prof ^a . Dr ^a . Cláudia Regina Z. Bomfá que consiste na implantação de um repositório digital para os cursos de Comunicação Social.	Visibilidade da produção científica da FACOS ⁷ UFSM.
Possibilitar divulgação de notícias sobre o curso, avisos, entre outros.	Notícias; Informativos; Boletins; Recados; Avisos; Divulgação de oportunidades;	Informações divulgadas através de cartazes impressos nos murais dos prédios, por e-mail ou em grupos do Facebook.	Apropriação dos recursos oferecidos pela ferramenta de gerenciamento de conteúdo onde o site foi desenvolvido para possibilitar este tipo de ambiente.	Visibilidade e acesso às informações periódicas. Utilização deste espaço para notícias e avisos, com divulgação dos links nas redes sociais, via e-mail, entre outros.
Inserção de recursos multimidiáticos	Imagens; Vídeos; Sons; Redes sociais; Link's para outras bibliotecas e cursos Etc.	Algumas poucas produções já disponíveis na Web, porém dispersas em diferentes páginas e sites de hospedagem e redes sociais.	Utilizar vídeos já produzidos que tratem a respeito do curso em si ou de projetos já desenvolvidos, sobre os laboratórios. Possibilitar integração com redes sociais. Utilizar elementos visuais e iconografia de forma que mantenha a identidade visual. Aproximação do curso de Produção Editorial UFSM com demais cursos da Comunicação.	Dar visibilidade aos professores, acadêmicos e técnicos-administrativos do curso de PE, bem como às produções científicas, projetos de ensino, pesquisa e extensão, entre outros; Auxiliar na navegação pelo site e dinamização do conteúdo. Dar visibilidade ao curso, de modo que o mesmo seja reconhecido por demais cursos da Comunicação.
Propor um projeto gráfico para a elaboração do website	Imagens; Banners; Ícones;	Ainda não existe um espaço para que essas questões possam ser	Contribuir para o delineamento e fixação de uma linguagem e	Contribuir para a divulgação, bem como firmar a identidade visual do curso.

⁷ Abreviação para Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria.

	Recursos multimídia diversos;	abordadas e desenvolvidas.	identidade visual do curso.	
--	-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	--

4.1.3 Fase 3: Especificações funcionais e protótipo

Para o desenvolvimento desta fase, unimos duas etapas propostas por Martins (1999), sendo elas (i) *Especificações funcionais*, quando se definem itens como “os objetivos do produto, [...] sua função, suas características básicas [...] e suas fontes de suprimento de matérias primas e demais insumos” e (ii) *Construção do protótipo*, quando “constrói-se um protótipo para ser testado” (p. 75).

Tendo essas recomendações em mente, criamos um website protótipo (Figura 13) e temporário utilizando o próprio *Joomla!* como ferramenta de gerenciamento de conteúdo e o *Hostinger*⁸ como serviço de hospedagem, pois, além de oferecer suporte à instalação do *Joomla!*, também conta com um plano gratuito, embora limitado, de hospedagem. Este protótipo contribuiu para que tivéssemos uma melhor visualização da disposição do conteúdo no site, facilitando seu planejamento, projeção e definição da arquitetura da informação.

Após termos organizado as informações e definido a estrutura do site (Figura 14), chegou o momento de reunirmos todo o conteúdo, obedecendo as diretrizes de submissão do CPD, e encaminhá-lo, juntamente com a documentação necessária e previamente solicitada, para que o desenvolvimento do site fosse iniciado. Após o início do desenvolvimento, mantivemos contato com o bolsista Ruan Cunha, atuante como *webdeveloper* do site, que nos providenciou um link temporário de acompanhamento até a finalização e publicação do mesmo.

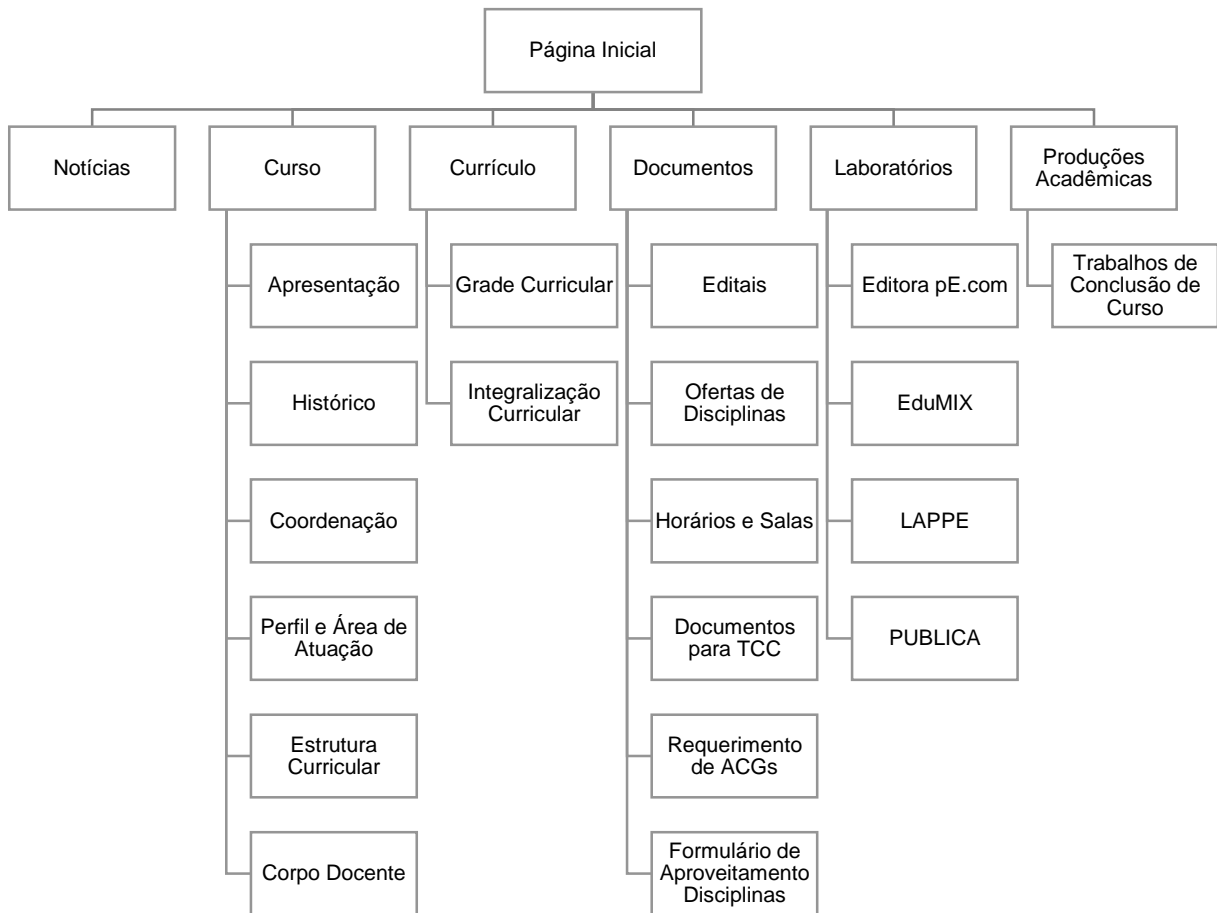
Concluída a etapa cuja execução era de responsabilidade do CPD, nos foi solicitado contato para marcar o treinamento na ferramenta *Joomla!* e, sequencialmente, a publicação no site no endereço oficial solicitado na documentação.

⁸ O Hostinger é um serviço comercial de hospedagem para websites. Acesso em: < <http://www.hostinger.com.br/> >

Figura 13 – Protótipo do site criado para analisar a Arquitetura da Informação.



Figura 14 – Mapa do Site



4.1.4 Fase 4: Produto final

Martins traz, na sequência, a etapa referente ao *Projeto Final*, assim chamado por ele. O autor diz que é nesta etapa em que “detalha-se o produto, com suas folhas de processos, lista de materiais, especificações técnicas, fluxogramas de processos, entre outros” (1999, p. 75). Em nossa apropriação, adaptamos este nome para *Produto final*, pois entendemos, especialmente após a revisão de literatura, que a palavra “projeto” refere-se ao momento anterior ao desenvolvimento e aplicação do “produto”.

Sendo assim, este é o momento em que apresentamos o produto experimental finalizado, o website institucional do curso de Comunicação Social – Produção

Editorial da UFSM, descrevendo nossa proposta de estrutura, conteúdo e inserção de recursos multimidiáticos.

O website do curso está disponível através da URL ***http://ufsm.br/producaoeditorial*** e na captura de tela abaixo, Figura 15, é possível conferir a proposta de página inicial para o mesmo. O **Apêndice A**, localizado na página XX, contempla capturas de telas de todas as páginas do site desenvolvidas neste trabalho. A seguir será feita a descrição dos itens dos menus e das páginas inseridas dentro deles.

4.1.4.1 Página Inicial

A página inicial apresentará, ao topo, o cabeçalho dividido em três partes. Na primeira parte, temos a barra do país, obrigatória aos websites e portais de instituições federais, e abaixo a barra da UFSM. Essas duas barras estarão presentes em todos os ambientes e páginas do website.

Na segunda parte, está a área reservada ao título do site que, no caso, vem acompanhado da marca do curso e das opções de acessibilidade e sistema de busca interna no site. Abaixo encontra-se a terceira parte do cabeçalho, composta pelos itens de menu e sub-menus que dão acesso direto às páginas de conteúdo e documentos importantes para download que serão mais detalhados a seguir.

O espaço abaixo dos menus de navegação é reservado a banners. Diversos banners podem ser inseridos neste espaço, pois eles são configurados em formato de galeria com opções de “anterior” e “próximo”, e aconselha-se o uso desse espaço para divulgação de notícias que merecem destaque, eventos ou alguma área especial dentro do site. As dimensões aconselhadas para a imagem a ser disponibilizada como banner são de 1.170 pixels de largura por 308 pixels de altura.

Figura 15 – Captura de tela da Página Inicial do site do curso de Comunicação Social – Produção Editorial.

The screenshot shows the homepage of the UFSM Production Editorial course website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Participe', 'Serviços', 'Legislação', and 'Canais'. Below this is a secondary navigation bar with 'UFSM' and 'Alunos', 'Servidores', 'Webmail', and 'Moodle'. The main header features the course logo 'COMUNICAÇÃO SOCIAL PRODUÇÃO EDITORIAL' and a search bar. A large banner for 'guia do FORMANDO' is prominently displayed, with the text 'um passo a passo para não ficar perdido no último semestre!'. Below the banner, the page is organized into three columns. The left column contains a 'NOTÍCIAS' section with a title 'Atenção para o prazo final de entrega do TCC 2015/02' and a 'Ver mais notícias' link. The middle column features three green promotional cards: 'PRODUÇÃO O QUÊ', 'CONHEÇA OS PROFESSORES', and 'TCCs DOS ACADÊMICOS?'. The right column is a sidebar with a list of quick links: 'PORTAL DO ALUNO', 'MOODLE', 'BIBLIOTECA', 'REVISTAS CIENTÍFICAS', 'GUIA DO ESTUDANTE', 'CALENÁRIO LETIVO', 'EDITAIS', 'LICITAÇÕES', and 'CONCURSOS'. The footer contains contact information for both the university and the production editorial course, including addresses, phone numbers, and email addresses.

Fonte: Site de Produção Editorial – UFSM. Acesso em 23/12/2015

Abaixo localiza-se uma área dividida em três colunas, sendo elas, da esquerda para a direita: (i) um espaço reservado a notícias, recomendado para avisos, divulgação de eventos ou outras postagens frequentes. As notícias são exibidas em formato de lista de links, mostrando uma pequena prévia do conteúdo da mesma, e estão dispostas de forma que mostram as entradas mais recentes por primeiro; (ii) um

espaço em que sugerimos a inserção de alguns botões com links diretos para facilitar a navegação até algumas das páginas mais acessadas e documentos importantes; (iii) uma barra lateral padrão, desenvolvida pelo próprio CPD, com alguns links úteis de caráter mais abrangente à toda universidade. Nossa aplicação dessa barra, no entanto, foi personalizada de forma que estivesse disponível, também, links de acesso direto ao Portal do Aluno, ao Moodle e ao site da Biblioteca.

Encerrando a página inicial, encontra-se o rodapé do site. Este também é um elemento padrão e normalmente é onde se encontra, de forma mais ágil, informações de localização e contato do cliente, além de divulgação do órgão responsável pelo desenvolvimento do site.

4.1.4.2 *Curso*

Tendo ciência de que os elementos de cabeçalho e rodapé são universais e que, sendo assim, estarão presentes em todas as páginas do site, a partir deste item serão detalhados apenas outros aspectos referentes às páginas, ao conteúdo e a particularidades definidas para tais.

Este item conta com as páginas *Apresentação*, *Histórico*, *Coordenação*, *Perfil e Área de atuação*, *Estrutura Curricular* e *Corpo docente*. As informações contidas na maioria dessas páginas foram retiradas do Projeto Pedagógico do Curso e foram tratadas, a pedido da Prof^a. Marília Barcellos, atual coordenadora do curso, de modo que a linguagem dos textos não ficasse tão pesada e formal para um ambiente Web.

Na página de *Apresentação*, espaço em que deve oferecer informações breves e precisas acerca do curso e seu funcionamento, procuramos assegurar o acesso do usuário à Identidade Visual do curso da Instituição. Disponibilizamos, portanto, as versões da marca do curso em nos formatos EPS (imagem vetorizada) e em PNG com transparência, para uso em peças gráficas, revistas, livros, projetos gráficos, entre outras produções.

Para obter o conteúdo da página *Corpo Docente* e pensando em nosso objetivo com ela, de promover certa aproximação entre o corpo docente e discente, contatamos cada professor via e-mail e os convidamos a escrever seu próprio texto

de perfil. No e-mail, pedimos que o texto não fosse muito extenso, que fosse criado pensando numa linguagem mais direta e informal e que os itens tratados fossem diretamente relacionados à sua trajetória dentro do curso, como disciplinas ministradas e linha e grupos de pesquisa. Também pedimos uma fotografia para identificação na página e formas de contato, como e-mail. Pensando num possível grande volume de informação nessa página, solucionamos o problema com um recurso interativo, onde as informações ficam “ocultas” e apenas são mostradas se o usuário clicar no nome do(a) professor(a).

4.1.4.3 *Currículo*

A inserção deste e do próximo item de menu (ver item 4.1.4.4), foi inspirada no modelo de navegação do site de Jornalismo da UFSM, embora tenhamos definido, por fim, uma organização mais sucinta do conteúdo e que não requer do usuário cliques extras para obter a mesma informação. Dessa forma, estão presentes nesse item as páginas *Grande Curricular* e *Integralização Curricular*.

A página de Grade Curricular traz algumas informações gerais sobre o currículo atual, além de duas listas: (i) a primeira contém todas as disciplinas obrigatórias dos núcleos de estruturação e formação, juntamente com informações como código de identificação e “período ideal” de cada uma e ementas para download; (ii) a segunda contém todas as disciplinas disponíveis no núcleo complementar de graduação e seus respectivos links para suas páginas no Portal do Ementário da UFSM.

4.1.4.4 *Documentos*

Este item é composto por dois tipos de sub-menus: (i) links diretos para download de documentos importantes, e (ii) links para acesso às páginas de conteúdo e o download dos documentos se dá através delas.

Os sub-menus de links diretos para download são: *Ofertas de Disciplinas*, *Horários e Salas* e *Formulário de Aproveitamento de Disciplinas*.

Os sub-menus que oferecem uma página de conteúdo antes do download dos documentos são: *Editais*, *Documentos para TCC* e *Requerimento de ACGs*.

Pensamos nessas duas estratégias por alguns motivos como: (i) alguns documentos dispõem de informações complementares e importantes que poderiam ser oferecidas anteriormente ao download do arquivo, ou ainda poderiam ser agrupados mais de um numa mesma página, como é caso dos *Documentos para TCC*. Sendo assim, consideramos que essa estratégia otimiza o acesso e recuperação da informação tanto para o usuário que já não necessitaria contato direto com a Secretaria e Coordenação do curso para informações rápidas e de fácil resolução, quanto para a própria Secretaria que não precisaria mais investir tempo repetindo informações para os acadêmicos, quando há a possibilidade de fazer isso apenas uma vez; (ii) outras informações como *Ofertas de Disciplinas* e *Horários e Salas* são mais dinâmicas e atualizadas diversas vezes ao ano, dessa forma facilita não apenas para o usuário que, para estes tipos de documentos, normalmente realizam o download uma vez e os mantém armazenados off-line, mas facilitaria também para a pessoa que vai gerenciar o site, pois basta trocar o arquivo, ao invés de ter de atualizar uma página inteira.

4.1.4.5 *Laboratórios*

Este item de menu contempla informações sobre os laboratórios pertencentes ao curso de Produção Editorial, a citar *Editora pE.com*, *EduMIX*, *LAPPE* e *PUBLICA*. Cada laboratório ficou com uma página individual para que fosse possível trazer apresentações sobre eles em formatos de textos, vídeos e imagens e acesso às produções e projetos de cada um, sem sobrecarregar a página e acabar comprometendo a usabilidade e leitura do usuário.

O conteúdo dessas páginas foi obtido através dos websites dos laboratórios, com exceção do Publica o qual, por ainda não possuir um website próprio, foi obtido diretamente com a professora coordenadora, Prof^a. Cláudia Bomfá. Após a reunião do conteúdo das páginas dos laboratórios, foram enviados e-mails para os respectivos

professores coordenadores para que eles pudessem revisar e complementar as informações, caso necessário.

Nestas páginas são contemplados itens como: objetivos dos laboratórios, área de atuação, produções e projetos desenvolvidos utilizando aquela infraestrutura, contato e localização, entre outros.

4.1.4.6 *Produções acadêmicas*

Este item tem como objetivo principal oferecer um espaço no site voltado para divulgação das produções científicas dos acadêmicos do curso de Comunicação Social – Produção Editorial.

Um dos sub-menus dá acesso aos *Trabalhos de Conclusão de Curso* e sua inserção só foi possível graças a integração com o projeto “Desenvolvimento e gestão de repositório digital para a área da Comunicação” da Prof^a. Cláudia Bomfá que propõe a utilização de um repositório digital para o armazenamento dos trabalhos científicos dos cursos de Comunicação Social da UFSM. Este projeto de Bomfá, por sua vez, une-se ao desenvolvimento do Repositório Manancial (Figura 16), o repositório institucional digital da UFSM, gerenciado pela Biblioteca Central da UFSM.

Devido ao fato de o Departamento de Ciências da Comunicação ser o primeiro departamento a demonstrar interesse na participação do repositório, o desenvolvimento do mesmo foi, de certa forma, adiantado e por isso já conta com alguns trabalhos de conclusão de curso de acadêmicos já formados do curso de Comunicação Social – Produção Editorial.

A estratégia para organização e disponibilização dos trabalhos neste espaço do website do curso, é semelhante à forma como ocorre com as *Notícias na Página Inicial*. A particularidade é que propomos um post por ano com os trabalhos defendidos naquele período, e os trabalhos estarão *linkados* às páginas dos mesmos no repositório institucional.

Figura 16 – Página de TCCs do curso de Comunicação Social – Produção Editorial armazenados no Repositório Manancial

The screenshot displays the Manancial digital repository interface. At the top, the logo for 'Manancial - Repositório Digital da UFSM' is visible. The breadcrumb navigation path is: 'Página inicial → Bibliotecas da UFSM (SiR - UFSM) → Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso → Trabalhos de Conclusão de Curso de Graduação → TCC Comunicação Social - Produção Editorial'. The main heading is 'TCC Comunicação Social - Produção Editorial'. On the left, there are navigation options: 'Navegar por' with links for 'Por data do documento', 'Autores', 'Títulos', and 'Assuntos', and a search box 'Buscar nesta coleção:'. The right sidebar contains a search box 'Buscar no Repositório', navigation links, a 'Minha conta' section with 'Entrar' and 'Cadastro' links, and an 'Explorar' section listing authors and subjects. The main content area lists recent submissions with titles, authors, and brief descriptions.

TCC Comunicação Social - Produção Editorial

Navegar por

- Por data do documento
- Autores
- Títulos
- Assuntos

Buscar nesta coleção: Ir

Submissões recentes

[Revista Plastic Dreams: a apropriação dos recursos digitais na revista para tablets](#)
Ferreira, Izabelli de Oliveira (2014)
Este trabalho de conclusão de curso propõe compreender como a revista customizada da marca Melissa, a Plastic Dreams, se apropria dos recursos digitais de revistas para tablets, através dos conceitos estudados sobre ...

[Revista Digital Interativa LAPPE](#)
Mello, Bruno Benaduce Emanuelli; Machado, Luis Filipi Almeida (2014)
O presente projeto experimental trata da elaboração de uma revista digital interativa para tablets, visando estudar suas características e desenvolver uma edição piloto da publicação a ser integrada como projeto de ensino ...

[O livro enquanto propagador de mito: uma análise da percepção do Grêmio foot-ball porto alegreense e o mito do imortal tricolor através de suas obras.](#)
Lima, Maiara Sandielly da Silva (2014)
Com base nas noções teóricas oferecidas por autores como Michel Maffesoli, Edgar Morin e Juremir Machado da Silva, esta monografia analisa a história do Grêmio Foot-ball Porto-Alegrense objetivando identificar de que maneira ...

["Faz a pessoa abrir a cabeça para um novo mundo": leituras sobre o consumo do livro por adolescentes](#)
Machiavelli, Marina (2014)

Buscar no Repositório

Ir

Buscar no Repositório
 Esta coleção

[Busca avançada](#)

Navegar

Todo o repositório

- Comunidades e Coleções
- Por data do documento
- Autores
- Títulos
- Assuntos

Esta coleção

- Por data do documento
- Autores
- Títulos
- Assuntos

Minha conta

[Entrar](#)
[Cadastro](#)

Explorar

Autor

- [Brust, Fabio Rücker \(1\)](#)
- [Corrêa, Luiza Betat \(1\)](#)
- [Fanfa, Mauricio de Souza \(1\)](#)
- [Farias, Juliana Miollo \(1\)](#)
- [Ferreira, Izabelli de Oliveira \(1\)](#)
- [Fraton, Inari Jardim \(1\)](#)
- [Lima, Maiara Sandielly da Silva \(1\)](#)
- [Machado, Luis Filipi Almeida \(1\)](#)
- [Machiavelli, Marina \(1\)](#)
- [Mello, Bruno Benaduce Emanuelli \(1\)](#)
- [...Ver mais](#)

Assunto

- [Consumo \(3\)](#)
- [Produção Editorial \(3\)](#)
- [Comunicação Social \(2\)](#)

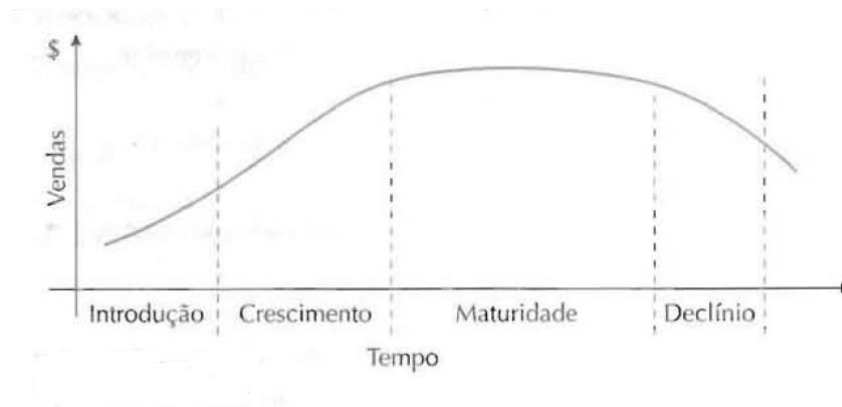
4.1.5 Fase 5: Aplicação, divulgação e avaliação

A conclusão na execução do produto, no entanto, não é a última fase no processo de desenvolvimento de um novo produto. No modelo proposto por Martins (1999), acrescenta-se as duas últimas etapas, sendo elas *Introdução* e *Avaliação*. Segundo o autor, a *Introdução* corresponde à inserção do “produto no mercado, começando a primeira fase de seu ciclo de vida” e para a *Avaliação* sugere-se que, periodicamente sejam realizadas “avaliações do desempenho do produto, sendo, então, introduzidas as alterações necessárias”.

O conceito de ciclo de vida trazido pelo autor diz que todo produto tem um período de existência do mercado e esse período é marcado por quatro fases:

Introdução, Crescimento, Maturidade e Declínio. É possível visualizar como se dão essas quatro fases do ciclo de vida de um produto numa suposta linha do tempo, conforme mostra a Figura 17.

Figura 17 - Quatro fases do ciclo de vida de um produto



Fonte: MARTINS (1999, p. 73)

Para uma melhor compreensão acerca dessas fases, o autor (p. 73) especifica cada uma delas. Dessa forma:

(i) A *Introdução* caracteriza-se pelo lançamento e inserção do produto no mercado e pelo “baixo volume de vendas e produção”;

(ii) O *Crescimento* trata do momento em que o produto começa a se firmar no mercado, aumentando a demanda e alterando os processos produtivos, sendo caracterizado pela busca de padronização dos componentes e automatização dos processos;

(iii) A *Maturidade* é caracterizada pela estabilização do produto e geralmente compreende o momento em que a empresa responsável pelo produto já atingiu alto nível de padronização; e

(iv) O *Declínio* quando o produto começa a perder participação no mercado e deve-se escolher a melhor forma de retirá-lo do mercado.

Essa especificação, especialmente da última fase, diz mais respeito a produtos manufaturados, aos quais não se aplicam, por exemplo, as possibilidades oferecidas

pelas tecnologias de informação e comunicação, nas quais o produto, a citar um website, pode ser recriado e reinventado, caso necessário, sem precisar ser retirado de circulação.

O ciclo de vida do website, portanto, irá depender do gerenciamento do mesmo, a curto e médio prazo, e da adoção de estratégias para divulgação, aproximação com o público, detecção de inconsistências e agilidade de resolução. Entende-se, dessa forma, que se farão necessários recursos humanos e tecnológicos para que o website chegue, com sucesso, à fase de maturidade, cabendo à coordenação do curso definir a delegação de bolsistas, por exemplo, para o futuro gerenciamento e alimentação do website, vindo esta ação a contribuir para que não haja uma sobrecarga nas funções da secretaria. As informações das páginas devem ser concisas, claras, informativas e breves. Deve-se ter cuidado na utilização de imagens, ícones e outros elementos visuais para que estas ações não comprometam a experiência do usuário e a identidade visual.

Justifica-se, portanto, a realização de avaliações periódicas em relação ao impacto do website, pois é o momento de verificar junto ao público-alvo se o produto atende suas necessidades, se ele cumpre seus objetivos e se está de acordo com aquilo que se era esperado.

Sendo assim, o website do curso do curso de Comunicação Social – Produção Editorial está publicado e acessível, e como sugerem os conceitos e esquematizações de desenvolvimento, esta é apenas uma das fases e podem ser variadas as avaliações, detecções de problemas e adaptações que podem ser aplicadas ao produto. É válido ressaltar que se considera aqui, também, o fato de que sendo definido os acadêmicos do curso como o público-alvo do website e, somando-se a isso, as diversas e amplas possibilidades oferecidas pelo curso no que diz respeito a atuação profissional, o perfil desse público pode variar em determinadas épocas, o que irá demandar adaptações e mudanças no gerenciamento ou no produto em si.

Tendo em vista que o lançamento e aplicação do website do curso ocorre no período de avaliação e defesa deste trabalho, cabe aqui, portanto, apontar como indicador a proposta de possíveis trabalhos futuros abordando temas como a avaliação do website, estudos de caso sobre seu impacto, identificação de problemas a serem solucionados e aplicação das correções necessárias.

5 CONSIDERAÇÕES

Meados da segunda década do segundo milênio e já não podemos negar a importância da Internet em nosso dia-a-dia e como a evolução dos suportes digitais tem provocado mudanças não apenas no comportamento humano em relação às mídias, mas nas estruturas da sociedade e nas práticas de consumo de informação.

Para dar início às considerações, há de se retomar a denúncia feita por Viana (2006) em relação às desigualdades socioeconômicas provenientes do capitalismo selvagem e que ainda privam ou dificultam o acesso de algumas pessoas e grupos sociais às novas tecnologias, mantendo-as presas às mídias tradicionais hegemônicas e muitas vezes manipuladoras. Acreditamos, portanto que é a partir da criação e expansão de movimentos, políticas e programas com viés de integração e desenvolvimento social que se torna possível a garantia de liberdade de acesso irrestrito à informação, entre outros benefícios.

Nesse sentido, trazemos a discussão sobre o Acesso Livre e os movimentos favoráveis a essa discussão, sua relação com o desenvolvimento do ciberespaço e da Web, pois, antes de tudo, acreditamos profundamente na liberdade em toda sua plenitude e no aspecto humano e social de pensar e exercer a Comunicação. Ora, vivemos na chamada Sociedade da Informação, como vimos em Lévy (1999), sendo que esta constitui-se assim devido à importância conferida à informação.

Lévy (1999) ainda nos traz uma visão de que a Internet, enquanto mídia, embora não seja neutra, “não é nem boa, nem má” e que essa classificação só se pode dar às apropriações dela pelos diversos atores do ciberespaço.

Não se trata de avaliar seus "impactos", mas de situar as irreversibilidades às quais um de seus usos nos levaria, de formular os projetos que explorariam as virtualidades que ela transporta e de decidir o que fazer dela. (LÉVY, 1999, p. 26)

É dessa forma que buscamos fazer apropriações das ferramentas e aporte teórico disponíveis, de forma que possamos contribuir na construção e manutenção de uma cibercultura planetária e ativa pautada em discussões acerca da liberdade,

igualdade, comunicação, compartilhamento, conexão, compreensão, contribuição, senso de comunidade, empatia e encontro com o outro.

Com os conhecimentos situados nas áreas de Ciências da Comunicação e Informação, nos foi possível compreender e abordar a complexidade desse novo meio de comunicação em emergência e as especificidades presentes na nossa proposta de produto experimental, sendo esta o desenvolvimento de um website institucional para o curso de Comunicação Social – Produção Editorial.

Dentre as motivações que contribuíram para a idealização e realização desta pesquisa e projeto, cito minha própria experiência enquanto acadêmico do curso e que, por esse motivo, sentia a necessidade de uma ferramenta como a que estou propondo. Cabe citar também o desejo de retribuir, de maneira prática, com o curso que possibilitou minha evolução pessoal e profissional, sendo este oferecido por uma Instituição Pública.

Dessa forma, acreditamos que o site do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial existe no sentido de contribuir com a comunicação que deve ocorrer entre o curso e seus acadêmicos, na divulgação de notícias, informações institucionais e de documentos importantes. Também existe como um ambiente capaz de abordar e divulgar as produções científicas provenientes do curso e de seus espaços disponíveis para tal, com vistas a obtenção da visibilidade entre os acadêmicos, os professores e até mesmo outros cursos e instituições.

Acreditamos também que, para se efetivar por completo os objetivos deste trabalho, seria de extrema importância o engajamento dos acadêmicos de forma geral, seja no âmbito de produções desenvolvidas em disciplinas ou em produções viabilizadas por projetos de pesquisa e extensão, seja no empenho e ambição por *pensar e fazer Comunicação*, pois isso contribuiria no sentido de gerar conteúdos e produções de qualidade a serem veiculados no espaço do website, o que acarretaria na visibilidade dessas produções, dos acadêmicos, do curso e da Instituição.

No que diz respeito às limitações encontradas no decorrer no projeto, podemos citar a iniquidade entre o tempo disponível para conclusão de todas as fases e o tempo disponível para tal. Essa limitação, no entanto, resolve-se em momentos futuros, mesmo que por outros indivíduos, pois já fica prevista e proposta a continuidade no

desenvolvimento e gerenciamento do website e também pelo fato de o produto ser passível de alterações e adaptações.

Outro fator que integra a discussão acerca da continuidade do produto, também prevista no projeto, trata do treinamento e capacitação do responsável pelo gerenciamento do site na ferramenta de gerenciamento de conteúdo, o *Joomla!*, pelo CPD. Deixamos articulado, junto ao *webdeveloper* do website do curso, Ruan Cunha, um novo treinamento a ser realizado no início do próximo semestre letivo, 2016/01, já sob responsabilidade da coordenação e secretaria do curso de Comunicação Social – Produção Editorial.

Por fim, retomando a proposta inicial de produto experimental e os objetivos traçados, a citar: conceituação e caracterização de websites, arquitetura da informação, recursos multimidiáticos, visibilidade da informação e acesso livre, e realização do resgate do conteúdo para a construção do website do curso de Produção Editorial da UFSM e apresentação de uma proposta de estruturação do mesmo, acreditamos que o projeto e o produto obtiveram êxito, embora essa comprovação venha a se dar apenas futuramente, através de outros trabalhos e produções, e da constante avaliação da presença e impacto do website como ferramenta de comunicação e informação.

REFERÊNCIAS

BALANCIERI, Renato et al. A análise de redes de colaboração científica sob as novas tecnologias de informação e comunicação: um estudo na Plataforma Lattes. In: **Ci. Inf.**, Brasília, v. 34, n. 1, p. 64-77, jan./abr. 2005. Disponível em < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652005000100008&lng=pt&nrm=iso >. Acesso em 15 jul. 2015.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. Uma história da ciência da informação. In: Toutain, Lídia Maria Batista Brandão. **Para Entender a Ciência da Informação**. Salvador: EDUFBA. 2007.

BOMFÁ, Cláudia Regina Ziliotto. Acesso livre à informação científica digital: dificuldades e tendências. In: **TransInformação**, Campinas, 20(3): 309-318, set./dez., 2008.

_____. **Modelo de gestão de periódicos científicos eletrônicos com foco na promoção da visibilidade**. 2009. 238 p. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2009.

CHALHUB, Tania; BENCHIMOL, Alegria; GUERRA, Claudia. Acesso livre via repositórios: políticas de instituições brasileiras. In: **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 17, n. 2, p. 159-173, 2012. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Brasil. Disponível em < <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/27419> >. Acesso em 20 nov. 2015.

CAPURRO, Rafael; HJORLAND, Birger. **O conceito de informação**. Perspectivas em Ciências da Comunicação, v. 12, n. 1, p. 148-207, jan./abr. 2007. Disponível em < <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-99362007000100012> >. Acesso em 10 nov. 2015.

CASTRO, Maria Cândida de Almeida. **Web Design: guia de produção e análise**. 2009. 244 p. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009.

CORREA, Rodrigo Stéfani. **Um guia de recomendações para o emprego de dados multimídia em sites web**. 2002. 108 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Computação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina. 2002.

DAVIS, G. **Information architecture and librarianship**. Disponível em: < http://www.suite101.com/article.cfm/librarians_information_science/57568 >. Acesso em: 03 set. 2001.

DZENDZIK, Isolete Teresinha. **Processo de desenvolvimento de web sites com recursos da UML**. 2005. 182 p. Dissertação (Mestrado em Computação Aplicada). INPE, São José dos Campos, 2005.

FLUCKIGER, François. *Apud* WILLRICH, Roberto. **Apostila: sistemas multimídia distribuídos** – Curso de Mestrado em Ciências da Computação, Florianópolis (SC), UFSC, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. SP: Editora Atlas, 2008.

GONÇALVES, Eliane Silveira. **Tecnologias de informação**: sua influência no aprimoramento do acesso à informação e na democratização do conhecimento. 2012. 73 p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Rio de Janeiro, 2012.

KALBACH, James. **Design de Navegação Web**: Otimizando a experiência do usuário. Porto Alegre, RS: Bookman, 2009.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia: Arquitetura e navegação no ciberespaço**. SP: Editora Iluminuras Ltda, 2005.

LEMOS, André. **Cibercultura**: Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea. Porto Alegre, RS: Ed. Sulina, 4ª Edição, 2008. Publicado em 2002.

_____; LÉVY, Pierre. **O Futuro da Internet**: Em direção a uma ciberdemocracia planetária. SP: Editora Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34 Ltda, 1999.

LIMA, Paulo Sergio Rodrigues. **Personalização de Interfaces Web para Sites Institucionais com Base em Perfis de Usuários**. 2002. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2002. Disponível em < <http://hdl.handle.net/10183/3802> >. Acesso em 25 nov. 2015.

MARTINS, Petrônio Garcia. **Administração da produção**. 1ª Edição. São Paulo: Editora Saraiva, 1999.

MEMÓRIA, Felipe Ferraz Pereira. **Avaliação ergonômica da usabilidade da navegação estrutural**. 2004. 263 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Rio de Janeiro, 2004.

NIELSEN, Jakob. **Projetando Websites**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2000.

RIBEIRO, Fabiano Ferrari; MONTEIRO, Silvana Drumond. Arquitetura da informação em sites de Pró-reitorias de graduação: um enfoque nas instituições estaduais de ensino superior do paraná. In: **Inf. Inf.**, Londrina, v. 17, n. 3, p. 125 – 164, set./dez. 2012.

ROSENFELD, L.; MORVILLE, P. **Information Architecture for the World Wide Web**. Sebastopol, CA: O'Reilly, 1998. 202p.

ROSETTO, Marcia. Os Novos Materiais Bibliográficos e a Gestão da Informação: livro eletrônico e biblioteca eletrônica na América Latina e Caribe. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 26, n. 1, 1997. Disponível em: < <http://www.scielo.br/scielo.php?script=>

sci_arttext&pid=S0100-19651997000100008&lng=en&nrm=iso >. Acesso em: 16 set 2006.

ROYO, Javier. **Design digital**. SP: Edições Rosari Ltda, 1ª reimpressão, 2011.

SANTOS, Verônica Soraia. **Arquitetura e Metodologia na Criação de WebSite**. 2007. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciado em Tecnologia em Desenvolvimento de Software). Centro Universitário Amparense.

SCAFF, Lúcia Jane. **Instituições de Ensino Superior na Rede**: A primeira página dos sites institucionais. 2012. Dissertação (mestrado em Comunicação) – Universidade Católica de Brasília. 2012. Disponível em < http://www.bdt.d.ucb.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=1685 >. Acesso em 23 nov. 2015.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto. 2006. Disponível em < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pesquisa-comunicacao-media.pdf> >. Acesso em 23 set. 2015.

STRAIOTO, Fabiana. **A arquitetura da informação para a world wide web: um estudo exploratório**. 2002. 127 p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências – Universidade Estadual Paulista, Marília, 2002.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. SP: Editora Atlas. 2006.

VIANA, Fernanda Martins. **Tecnologias de informação e comunicação (TICs) e democracia**. 2006. 81 p. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Universidade de Brasília, Brasília, 2006. Disponível em < <http://repositorio.unb.br/handle/10482/6731> >. Acesso em 14 nov. 2015.

VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio; SANCHES, S. A. S. Arquitetura da Informação em web sites. In: **II Simpósio Internacional de Bibliotecas Digitais**. 2004. Campinas, 2004. Disponível em: < <http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=8302> >. Acesso em 19 jun. 2015.

VILA NOVA, Susimery. **Acesso Livre: um olhar sobre a preservação digital no Brasil**. 2011. 325 p. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011. Disponível em < <http://repositorio.ufpe.br:8080/xmlui/handle/123456789/1269> >. Acesso em 15 nov 2015.

APÊNDICE A – CAPTURAS DE TELA DO WEBSITE DO CURSO DE PRODUÇÃO EDITORIAL – UFSM

BRASIL Acesso à Informação Participar Serviços Legislação Canais

UFSM

Produção Editorial

INÍCIO CURSO CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

guia do **FORMANDO**

um passo a passo para não ficar perdido no último semestre!

Guia do Formando

Notícias

Atenção para o prazo final de entrega do TCC 2015/02

Prezados alunos que defenderam TCC, Relembramos que o prazo de entrega de cópia do TCC aprovado, em...

Calendário de defesas dos TCCs 2015/02

O período de defesas dos TCCs para os acadêmicos dos cursos de Comunicação Social (Produção...

Ver mais notícias

PRODUÇÃO O QUÊ?

CLIQUE E SAIBA MAIS SOBRE O CURSO

CONHEÇA OS PROFESSORES

...E AS DISCIPLINAS.

TCC: DOS ACADÊMICOS?

ACRIBAR SE

PORTAL DO ALUNO

MOODLE

BIBLIOTECA

REVISTAS CIENTÍFICAS

GUIA DO ESTUDANTE

CALENDÁRIO LETIVO

EDITAIS

LICITAÇÕES

CONCURSOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

Av. Barão nº 1500
Cidade Universitária
Itaíma Cambú
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3226-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM

Av. Barão nº 1500
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Itaíma Cambú
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: produtoria@ufsm.br
Fone: (51)3226-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFSM

Desenvolvido por: [CPTC - UFSM](#)

BRASIL Acesso à Informação Participar Serviços Legislação Canais

UFSM

Produção Editorial

INÍCIO CURSO CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Notícias

Título	Data de Publicação
Atenção para o prazo final de entrega do TCC 2015/02	18/12/2015
Calendário de defesas dos TCCs 2015/02	18/12/2015

PORTAL DO ALUNO

MOODLE

BIBLIOTECA

REVISTAS CIENTÍFICAS

GUIA DO ESTUDANTE

CALENDÁRIO LETIVO

EDITAIS

LICITAÇÕES

CONCURSOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

Av. Barão nº 1500
Cidade Universitária
Itaíma Cambú
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3226-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM

Av. Barão nº 1500
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Itaíma Cambú
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: produtoria@ufsm.br
Fone: (51)3226-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFSM

Desenvolvido por: [CPTC - UFSM](#)

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canal

UFSM Alunos Servidores Utilizáveis Novidade

COMUNICAÇÃO SOCIAL
PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO CURSO CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Busque no site UFSM em Números

guia do FORMANDO

um passo a passo para não ficar perdido no último semestre!

Guia do Formando

Você que está prestes a se formar, fique ligado(a) neste guia para não deixar passar alguma informação importante ou perder algum prazo. Siga abaixo uma compilação de atividades e informações importantes relacionadas ao último semestre da graduação.

Não esquecer de realizar a rematrícula e comparecer à secretaria do curso para conferir, junto à coordenação, a situação da sua integralização curricular.

Você pode obter uma prévia da sua Matriz Curricular no Portal do Aluno.

Providenciar e entregar o formulário de dispensa de disciplinas, caso você tenha cursado alguma disciplina de outro curso.

Você pode encontrar o formulário aqui ou no menu de Documentos. Para verificar quais as disciplinas de outros cursos estão disponíveis, vá até a página da Grade Curricular.

Entregar os documentos solicitados pela secretaria juntamente ao formulário de validação de ACGs.

Informações mais detalhadas sobre ACGs na página de Estrutura Curricular. Baixe aqui o Formulário de Validação de ACGs ou através do menu de Documentos.

Já relacionado ao TCC, fique atento aos seguintes prazos:

09 de novembro de 2015	Entrega do formulário de sugestão de banca.
04 de dezembro de 2015	Entrega do TCC em 04 vias impressas.
11 a 18 de dezembro de 2015	Período de defesas.
23 de dezembro de 2015	Entrega do versão final em formato digital.

Para informações mais detalhadas, acesse a página de Documentos para TCC.

Não esqueça que seu TCC deve estar formatado de acordo com a MDT da UFSM.

A versão de 2015 da MDT por ser encontrada no site da Biblioteca Central da UFSM.

É obrigatório que você faça formatura. Para agendar a formatura de gabinete, realizada pela universidade, entre em contato com a secretaria pelo e-mail: coordenacaope.ufsm@gmail.com.

Para sanar dúvidas, entre em contato com a Secretaria do Curso através do e-mail coordenacaope.ufsm@gmail.com.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Roraima nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP 97105-900
+55 (51) 3229-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM
Av. Roraima nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: coordenacaope.ufsm@gmail.com
Fone: (51)3229-8811 | Ramal: 8811


Copyright 2015, UFSM. Desenvolvido por: UFSM - Multisweb

BRASIL
Participar | Serviços | Legislação | Canais

UFMSM
Início | Serviços | Notícias | UFMSM | UFMSM em Notícias

CONEXÃO SOCIAL
UFMSM em Notícias

INÍCIO
CURSO | CURRÍCULO | DOCUMENTOS | LABORATÓRIOS | PRODUÇÕES ACADÊMICAS




chegou agora e ainda tá meio perdido? **clica aqui que a gente te ajuda!**

Guia do Calouro

Reunimos algumas informações importantes para você que acabou de chegar na UFMSM poder se intubar e saber como dar os primeiros passos.

Piscicelamente...
Seja bem-vindo(a)!

Agora vamos entender um pouco sobre o que é o curso de Comunicação Social - Produção Editorial através dos próprios acadêmicos.



Produção Editorial - UFMSM

PORTAL DO ALLINO

MOODLE

BIBLIOTECA

REVISTAS CIENTÍFICAS

GUIA DO ESTUDANTE

CALENDÁRIO LETIVO

EDITAIS

LICITAÇÕES

CONCURSOS

Você deve ficar atento(a) aos editais da PRAE.

A PRAE (Pia Prefeitura de Assuntos Estudantis) é a responsável por diversos assuntos estudantis, como o Benefício Socio Econômico que abrange benefícios como: moradia estudantil, bolsa alimentação e bolsa transporte.

Acesse o site da PRAE e mantenha-se informado(a) sobre os novos editais!

Você deve solicitar a cartelinha da biblioteca.

Com a cartelinha da biblioteca você terá acesso a empréstimos de livros nas bibliotecas da UFMSM e a refeições no Restaurante Universitário.

Acesse o site da Biblioteca e saiba como solicitar e usar.

Em caso de dúvida, você sempre pode procurar a secretaria do curso.

A secretaria do curso de Comunicação Social - Produção Editorial fica localizada na Sala 5237 do Prédio 21.

Ou caso preferir, você também pode contatar a secretaria através do e-mail coordenacaopae@ufmsm.com ou pelo telefone (955) 3228-8811.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

Av. Roraima nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3228-8800


PRODUÇÃO EDITORIAL - UFMSM

Av. Roraima nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: coordenacaopae@ufmsm.com
Fone: (55)3228-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015 - UFMSM
Desenvolvido por: CPD - UFMSM

BRASIL
Participe | Serviços | Legislação | Canais

UFSM
Alunos | Servidores | Webmail | Moodle



[Pesquisar no site](#)

INÍCIO
CURSO
CURRÍCULO
DOCUMENTOS
LABORATÓRIOS
PRODUÇÕES ACADÊMICAS


Apresentação

O Curso


A ideia de implantar o curso de Produção Editorial na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) surge no momento em que o Governo Federal, no ano de 2008, propõe um programa de expansão do ensino da Universidade Pública, o REUNI. A opção pelo nome "Produção Editorial" vem como forma de se diferenciar de outra iniciativa, datada dos anos de 1970, que propunha a criação de um curso de editoração. A proposta, então, é oferecer um curso que forme profissionais capacitados a atuar em diversas plataformas e não apenas na mídia impressa, consagrada em outras atividades da comunicação, principalmente após a notável ampliação de projeção para outras plataformas.

A Produção Editorial diferencia-se, portanto, dos demais cursos do país, por estar voltado para a abordagem multiplataforma, exercitando mais habilidades nos acadêmicos e inserindo a teoria pertinente ao comunicador, bem como a prática.

A figura do editor já é consagrada historicamente. O editor da Produção Editorial, por sua vez, figura como um editor com mais fôlego e que trata, assim, de um horizonte intelectual muito mais amplo. Isso requer uma formação bastante exigente dos alunos e dos docentes. Nesse sentido, é esperado que o Curso, de alguma forma, consagre algo que já havia dentro da cultura da Comunicação Social.



Logo



Download: [PNG](#) | [EPS](#)

Acesse também: [Identidade visual da UFSM](#).

Informações Gerais

Código e Nome
529 - Comunicação Social - Produção Editorial

Nível
Graduação

Classificação
Presencial

Tipo
Curso Presencial

Modalidade
Bacharelado

Área de conhecimento
Ciências Sociais Aplicadas

Grau acadêmico
Bacharel em Comunicação Social

Ato de autorização
Parcer 001/2009 de CEPE em 12/01/2009 e Parcer CONSU N. 71 de 18.11.71

Ato de reconhecimento
Reconhecido nos termos da Portaria Normativa n. 40/2007/MEC, publicada no DOU, de 13/12/2007

Contato

Prédio 21 | Sala 5237 (Campus UFSM)
Fone: (55) 3220-8811 | Ramal: 8811
Email: coordenacaope.ufsm@gmail.com
Redes Sociais: [Facebook](#) | [Twitter](#) | [YouTube](#) |

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

Av. Roraima nº 1000
Cidade Universitária
Baixo Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (55) 3220-8000


PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM

Av. Roraima nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Baixo Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: coordenacaope.ufsm@gmail.com
Fone: (55)3220-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015, UFSM
Desenvolvido por: CPD - Multweb

BRASIL
Participe Serviços Legislação Canais


UFSM
Alunos Servidores Webmail Moodle



 A | Ar | A-
 Pesquisar no site
 UFSM em Números

INÍCIO **CURSO** CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Histórico



O curso de Comunicação Social

Depois de oficializada a criação do Curso de Comunicação Social, através do Decreto nº 66.446, publicado no Diário Oficial da União no dia 15 de abril de 1971, era preciso dar início à elaboração do projeto do mesmo. Para isso, foi designada pelo Reitor, José Mariano da Rocha Filho, através da Portaria nº 505/1/71, uma comissão para estudar a implantação do Curso e formular o seu primeiro currículo. Em 26 de agosto de 1971, a comissão, composta pelos professores Lés Pinto Guemiro e Norberto Pinheiro Bozetti, presidida pelo professor Manoel Braga Gastal e secretariada pelo jornalista Antônio Abelin. Já havia concluído seus estudos que abordaram, principalmente, as questões curriculares que determinariam o perfil do Curso. Assim, trabalhou-se no sentido de criar um currículo que se encaixasse à realidade da UFSM e da comunidade, atendendo às expectativas do ensino e às reais necessidades do Curso.

Segundo Mariano, Médico e Jornalista, a autorização de funcionamento do Curso de Comunicação Social "teve que ser Ad referendum, pois havia resistências, inclusive no Conselho Universitário, quanto à criação dos cursos de Comunicação e Arquitetura, considerados na época, focos de subversão". E assim, foi em uma reunião ordinária, no dia 18 de novembro de 1971, que o Conselho Universitário aprovou o funcionamento do Curso de Comunicação Social da UFSM.

A Produção Editorial

O Curso de Comunicação Social, finalmente, já podia ser instalado. Ficou estabelecido que teria duração de 4 anos: quatro semestres básicos e quatro semestres profissionalizantes para cada uma das habilitações de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Rádio e Televisão e Editoração. A Comunicação Social passou a funcionar no segundo andar da antiga Retortaria, com aulas no turno da noite. Apenas as três habilitações iniciais – Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas – foram efetivamente implantadas. Somente em 2010, passados 39 anos da instalação dos primeiros Cursos de Comunicação Social, e já com a separação das habilitações em cursos específicos, um novo projeto foi efetivado, com a criação do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial.

A primeira turma do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial iniciou no segundo semestre de 2010. A proposta deu-se a partir da iniciativa dos professores do Departamento de Ciências da Comunicação, que levaram adiante a sugestão de criar o Curso no contexto da Reestruturação e Expansão das Universidades Federais do Brasil (REUNI). Já registrado como Curso, sem habilitação, como se enquadram os demais três Cursos.

A coordenação do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial foi exercida de 29/03/2010 a 28/03/2012 pela professora Maria Ivete Fossá, sendo designada para substituí-la a professora Marília de Araújo Barcellos. Em abril de 2012, o Curso passou a ser coordenado, a partir de definição do Colegiado do Curso, pela professora concursada para a área Cláudia Regina Zilotto Bomfá e deliberado como substituta, a professora Sandra Rúbia da Silva.

Os primeiros anos do curso

O Curso de Comunicação Social - Produção Editorial iniciou com os professores do Departamento composto por disciplinas do currículo de Estruturação, e, no primeiro semestre de 2011, o primeiro professor concursado para este Curso do REUNI, Flávia Ferreira Lisboa Filho, chegou, prosseguindo no segundo semestre do referido ano, a entrada das duas professoras concursadas, provenientes de formação específica e com pesquisa na área: Cláudia Regina Zilotto Bomfá, com formação na área das Publicações Científicas, e Marília Barcellos, proveniente do mercado editorial. Neste mesmo semestre, houve o remanejamento entre os professores Flávia Lisboa e Rosane Rosa, com a troca de posição entre o Curso de Relações Públicas e o de Produção Editorial, respectivamente.

Em 2012, primeiro semestre, mais três vagas para docência foram preenchidas com a chegada das professoras concursadas: Alcioni Vieira, Liliane Brignol e Sandra Rúbia da Silva, provenientes da Comunicação. Em dezembro de 2012, foram encaminhados os processos para abertura de edital, professor adjunto, para mais 3 vagas REUNI, compondo o quadro de 8 professores para o Curso de Comunicação Social-Produção Editorial.

Em 2013, o Curso de Comunicação Social - Produção Editorial conta com cinco doutores adjuntos concursados em regime de dedicação exclusiva e três docentes substitutos.

- Cláudia Regina Zilotto Bomfá – SIAPE: 1876183 – Data de Admissão: 04/07/2011
- Liliane Dutra Brignol – SIAPE: 1922189 – Data de Admissão: 27/02/2012
- Marília de Araújo Barcellos – SIAPE: 1873940 – Data de Admissão: 24/06/2011
- Rosane Rosa – SIAPE: 2621921 – Data de Admissão: 14/08/2008
- Sandra Rúbia da Silva – SIAPE: 1925508 – Data de Admissão: 17/02/2012

Para mais informações oficiais sobre a história do curso, acesse o documento de Apresentação do Projeto Pedagógico do Curso.

- [PORTAL DO ALUNO](#)
- [MOODLE](#)
- [BIBLIOTECA](#)
- [REVISTAS CIENTÍFICAS](#)
- [CLUB DO ESTUDANTE](#)
- [CALENDRÁRIO LETIVO](#)
- [EDITAIS](#)
- [LICITAÇÕES](#)
- [CONCURSOS](#)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA

Av. Roraima nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3220-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM

Av. Roraima nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: comunicaçoesocial@ufsm.br
Fone: (51)3220-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015 - UFSM Desenvolvido por: CPD - Multweb

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM Aluno Servidores Virtual Moodle

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO **CURSO** CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Coordenação

Informações de Funcionamento

Título
 Diretor

Centro de ensino
 Centro de Ciências Sociais e Humanas - CCSH

Campus/Polo
 Campus Camobi - UFSM

Coordenadora
 Marilá de Araújo Barcellos

Secretário
 Dener Maciel Falsberto

Horário de funcionamento da Secretaria
 De segunda a sexta-feira das 08:30min às 11:30min e das 13:30min às 16:30min.

Contato

Prédio 21 - Sala 5237 (Campus UFSM)
 Fone: (51) 3225-8811
 Email: coordenacao@ufsm.br
 Redes Sociais: Facebook | Twitter | YouTube

PORTAL DO ALUNO
 MOODLE
 BIBLIOTECA
 REVISTAS CIENTÍFICAS
 CLUBE DO ESTUDANTE
 CALENDÁRIO LETIVO

EDITAS
 LICITAÇÕES
 CONCURSOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
 Av. Roraima nº 1000
 Cidade Universitária
 Bairro Camobi
 Santa Maria - RS
 CEP: 97105-900
 +55 (51) 3225-8900

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM
 Av. Roraima nº 1000
 Prédio 21 - Sala 5237
 Cidade Universitária - Bairro Camobi
 Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
 E-mail: coordenacao@ufsm.br
 Fone: (51)3225-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015 - UFSM Desenvolvido por: UFPA - Webnews

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM Aluno Servidores Virtual Moodle

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO **CURSO** CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Perfil e Área de Atuação

O entendimento da profissão em Produção Editorial, insere-se no campo da Comunicação, orienta a seqüência curricular e possibilita ao acadêmico trabalhar em atividades de ensino, pesquisa e extensão, embasadas nos métodos e teorias do campo comunicacional, além de estimular reflexões teóricas e práticas experimentais demandadas por questões específicas da área de atuação profissional.

Área de atuação

A área de atuação do profissional de Produção Editorial, formado pela Universidade Federal de Santa Maria, é ampla e promissora: o Curso busca despertar o potencial empreendedor do profissional, o que o capacitará a abrir novas frentes de atuação; a formar um profissional multiplataforma (impresa, audiovisual e digital), principalmente voltado à convergência midiática.

A atuação do produtor pode dar-se tanto na criação de projetos de produtos, quanto no gerenciamento da produção de produção e execução. Dessa forma, o produtor editorial pode atuar nos processos de produção de registros sonoros, vídeo-gráficos e digitais, além de desenvolver ações de planejamento, organização e sistematização dos processos editoriais, tais como o acompanhamento gráfico de produtos editoriais, seleção de originais, projetos de obras e publicações, planejamento e organização de sites e de conteúdos, planejamento de distribuição, circulação e tratamento de produtos editoriais.

As áreas de Comunicação Científica, de Produção Editorial Aplicada ao Campo da Educação e da Produção Editorial para Livros são prioritárias no Curso de Comunicação Social - Produção Editorial, sendo estas as atividades trabalhadas nos projetos experimentais ao longo do Curso.

Perfil

O perfil do egresso em Produção Editorial se caracteriza:

- Pela capacidade de atuação no planejamento, produção, processamento e divulgação de informação em diferentes publicações, tanto impressas, online e digitais;
- Pelo domínio da convergência dos processos de produção e edição de texto, áudio e imagem, organizando-os no sentido de conferir clareza, eficiência e adaptação dos produtos editoriais às diferentes linguagens e plataformas em que podem circular;
- Pela competência teórica e técnica que contribua no planejamento e desenvolvimento de produtos editoriais que considerem novas lógicas de produção, formatos para consumo e dinâmicas de circulação de produtos culturais e midiáticos;
- Pela inserção em diferentes setores do campo da Produção Editorial, com foco nos seus prioritariamente trabalhados no Curso, como comunicação científica, produção editorial para obras gerais e técnico-científicas e produção editorial aplicado ao campo da educação, assim como em outras áreas a serem exploradas;
- Pela capacidade de experimentação e inovação no planejamento e desenvolvimento de produtos editoriais, zelando pelos aspectos éticos, sociais, culturais, técnicos e mercadológicos nele implicados;
- Pelo exercício crítico no desenvolvimento de produtos editoriais, baseando-se em sólido conhecimento do contexto histórico e contemporâneo;
- Pela competência para exercer seu papel editorial enquanto profissional capaz de atuar com ética frente à sociedade e seus pares, de maneira a perceber a atuação enquanto compromisso social e de cidadania.

Nota: pode assinar informações mais detalhadas sobre os Objetivos do Curso, Área de atuação e Perfil Esperado do Formando no Projeto Pedagógico do Curso (PPC).

PORTAL DO ALUNO
 MOODLE
 BIBLIOTECA
 REVISTAS CIENTÍFICAS
 CLUBE DO ESTUDANTE
 CALENDÁRIO LETIVO

EDITAS
 LICITAÇÕES
 CONCURSOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
 Av. Roraima nº 1000
 Cidade Universitária
 Bairro Camobi
 Santa Maria - RS
 CEP: 97105-900
 +55 (51) 3225-8900

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM
 Av. Roraima nº 1000
 Prédio 21 - Sala 5237
 Cidade Universitária - Bairro Camobi
 Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
 E-mail: coordenacao@ufsm.br
 Fone: (51)3225-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015 - UFSM Desenvolvido por: UFPA - Webnews

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM [Home](#) [Serviços](#) [Vestibul](#) [Bolsas](#)

COMUNICAÇÃO PRODUÇÃO EDITORIAL

INICIO **CURSO** CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Estrutura Curricular

Para obter a formação em Produção Editorial, o aluno deve cumprir conteúdos que estão agrupados em três Núcleos Temáticos: Núcleo de Estruturação; Núcleo de Formação e Núcleo Complementar.

O Núcleo de Estruturação é constituído por conteúdos básicos e essenciais à formação dos profissionais da área de Comunicação.

O Núcleo de Formação é composto pelas disciplinas específicas e fundamentais à formação profissional em Produção Editorial.

O Núcleo Complementar é formado por conteúdos interdisciplinares da área de Comunicação e das Ciências Humanas, Sociais e Aplicadas, propiciando o aprofundamento e/ou a complementação da formação profissional através da conexão entre diferentes disciplinas e áreas de conhecimento. Tais conteúdos são provenientes de Disciplinas Complementares de Graduação (DCG) e ou Atividades Complementares de Graduação (ACG).

Para informações mais detalhadas, clique nos ícones abaixo para expandir individualmente:

- Núcleo De Estruturação
- Núcleo de Formação
- Núcleo Complementar

Acesso, também, o documento de [Estrutura Pedagógica do Projeto Pedagógico do Curso](#).

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Ramalã nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3226-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM
Av. Ramalã nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: comunicacao.ufsm@gmail.com
Fone: (51)3226-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFESM Desenvolvido por UFESM - WebTeam

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM [Home](#) [Serviços](#) [Vestibul](#) [Bolsas](#)

COMUNICAÇÃO PRODUÇÃO EDITORIAL


INICIO **CURSO** CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Corpo Docente

O papel dos docentes do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial é atuar no sentido da formação de profissionais altamente qualificados, através de atividades de acompanhamento com os objetivos propostos pelo Projeto Pedagógico do Curso e prestadas por uma postura crítica e inovadora do ensino, da pesquisa, da extensão e da produção do conhecimento. O professor deste Curso deverá possuir, além de elevada qualificação intelectual e comprovada sobre na área, um perfil em que se salienta traços de equilíbrio, ponderação, sensatez e tolerância. Igualmente, será capaz, através do exemplo cotidiano, de demonstrar presente aos alunos aquelas qualidades imprescindíveis ao debate entre pontos de vista divergentes contribuindo, dessa maneira, à livre expressão da subjetividade, dentro de normas de respeito ético e acadêmico ao aluno. Assim, será capaz de contribuir à formação integral do cidadão graduado em Produção Editorial, demonstrando conhecimentos do mercado nacional, regional e local.

Prof.ª D^h Alvine Rossi Dalmon

Prof.ª D^h Cláudia Regina Zlotoff Boná



Letras

Doutora (2009) e Mestre (2003) em Engenharia de Produção e graduada em Letras (1998) pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Professora Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), curso de Comunicação Social - Produção Editorial (ingresso em 2011-01), atuante nas disciplinas: Projeto Experimental em Revistas Científicas, Publicações Científicas, Revisão e preparação de originais; Desenvolveu pesquisa em Comunicação Científica, com ênfase em Gestão editorial, atuando principalmente nos seguintes temas: produção e gestão de periódicos científicos eletrônicos; visibilidade das pesquisas científicas (Grupo de Estudos e Pesquisas em Publicações científicas - CIBPQ). Coordena o Laboratório de Publicações Científicas (PUBLIKA) e dedica-se aos projetos de extensão e pesquisa: Revista Experimental DQE do curso de Produção Editorial, Repositório Digital da FACS, Fórum de Editoração da Região Sul - Editasul, A visibilidade da comunicação científica em periódicos científicos eletrônicos.

Contato
Sala 5129 | Prédio 21
E-mail: claudiaibonaf@gmail.com
Ramal: 7777

Prof.ª D^h Cristiane Marques Gomes

Prof. Dr. Rival Ferreira Lúcio Filho

Prof. Dr. Leandro Salveiro

Prof.ª D^h Liliane Dutra Bignol

Prof.ª D^h Marília DV Araújo Barvelles

Prof. Dr. Cláudio Fonseca

Prof. Dr. Rogério Farias Kell

Prof.ª D^h Rosane Rosa

Prof.ª D^h Sandra Dalcol Depene

Prof.ª D^h Sandra Kubla Da Silva

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Ramalã nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3226-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM
Av. Ramalã nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: comunicacao.ufsm@gmail.com
Fone: (51)3226-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFESM Desenvolvido por UFESM - WebTeam

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFESM Menu Serviços Webmail Ucoole

PRODUÇÃO EDITORIAL

MEIO Cursos CURRÍCULO DOCUMENTOS MONITÓRIOS PRODUÇÃO ACADÊMICA

Grade Curricular

Informações Gerais do Currículo

Nome/Ano de versão: 2014

Situação da versão: Corrente

Regime letivo: Semestral

Carga horária total: 2745h

Carga horária por período: Máximo: 200h Máximo: 540h

Número de períodos: Máx: 09 Máx: 08 Máx: 12

Número máximo de trancamentos: Total: 04 Partes: 07

Disciplinas pertencentes ao currículo

Período letivo	Código e Nome	Evento
01	COM195 COMUNICAÇÃO E MÍDIAS DIGITAIS N	
01	COM034 FUNDAMENTOS EM EDITORAÇÃO	
01	COM194 HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO N	
01	LTV1146 LETURA E PRODUÇÃO TEXTUAL II	
01	COM193 TEÓRIA E MÉTODO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO I N	
02	COM034 ESTÉTICA, IMAGEM E COMUNICAÇÃO	
02	COM030 GESTÃO E MERCADO EDITORIAL	
02	LTV1146 LETURA E PRODUÇÃO TEXTUAL II	
02	COM030 PRODUÇÃO EDITORIAL PARA REVISTAS	
02	COM030 REVISÃO E PREPARAÇÃO DE ORIGINAIS	
02	COM193 TEÓRIAS DA COMUNICAÇÃO N	
02	COM034 LEI DA EDITORAÇÃO	
03	COM037 PRODUÇÃO AUDIOVISUAL N	
03	COM030 PRODUÇÃO E TRATAMENTO DE IMAGEM N	
03	COM030 PRODUÇÃO EDITORIAL PARA MÍDIAS DIGITAIS	
03	COM034 ESTÉTICA DA COMUNICAÇÃO N	
03	COM030 SOCIOLOGIA DA COMUNICAÇÃO N	
04	COM0307 COMUNICAÇÃO E CULTURA N	
04	COM0308 COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL N	
04	COM0309 PLANEJAMENTO E PRODUÇÃO GRÁFICA	
04	COM030 PRODUÇÃO EDITORIAL EM MÍDIA AUDIOVISUAL N	
04	COM030 PRODUÇÃO EDITORIAL PARA REVISTAS	
04	COM030 PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS	
05	COM0303 COMUNICAÇÃO E CIDADANIA N	
05	COM034 PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA N	
05	COM030 PROJETO EXPERIMENTAL EM EDUCAÇÃO DE LIVROS	
05	COM030 PUBLICAÇÕES DIGITAIS	
05	COM030 MARKETING EDITORIAL N	
05	COM030 MÍDIA E POLÍTICA DE CONSUMO N	
05	COM030 PROJETO EXPERIMENTAL EM EDUCAÇÃO	
05	COM0307 TEÓRIA E MÉTODO DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO II N	
05	COM0308 COMUNICACAO INTERCULTURAL N	
07	COM030 PROJETO EXPERIMENTAL EM REVISTAS CIENTÍFICAS	
07	COM0309 TEÓRIAS APLICADAS EM COMUNICAÇÃO I	
08	COM0308 CREDENCIAÇÃO E ÉTICA NA INDÚSTRIA EDITORIAL N	
08	COM0309 TEÓRIAS APLICADAS EM COMUNICAÇÃO II	

Período letivo	Código e Nome
02	CAC020 ADMINISTRACAO DE RECURSOS HUMANOS
02	HP1940 ANTROPOLOGIA A
02	DC02185 APROVEITAMENTO CARGA HORARIA ADAPTAÇÃO CURRICULAR
02	COM0308 AUDIOVISUAL DE MÍDIA N
02	COM0305 COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL N
02	COM0308 CRIAÇÃO DE SITES PARA TELEVISÃO E CINEMA
02	COM030 CRIAÇÃO EM PUBLICIDADE
02	COM0308 CRIAÇÃO DE ARTE EM PUBLICIDADE
02	COM0307 DIRETOS AUTORAIS APLICADOS A PRODUÇÃO EDITORIAL
02	COM0309 DOCUMENTÁRIO N
02	COM193 TEÓRIA E PRODUÇÃO DE LIVROS
02	COM0302 EDITORA EXPERIMENTAL
02	COM0303 EDITORA EXPERIMENTAL 2
02	COM0307 TEÓRIA COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL
02	FAT199 FIOLOSOFIA DA LINGUAGEM
02	COM0308 FOTOGRAFIA EM PUBLICIDADE
02	ART1208 FOTOGRAFIA PUBLICITÁRIA
02	COM0305 GESTÃO DE EVENTOS N
02	COM0307 GESTÃO DE PRODUTOS CULTURAIS N
02	COM0305 GESTÃO DE PRODUTOS SOCIAIS N
02	COM0309 GESTÃO WEB PARA MP
02	COM1119 ILUSTRAÇÃO PARA EDITORAÇÃO GRÁFICA
02	COM0307 JORNALISMO DIGITAL II
02	COM0309 JORNALISMO DIGITAL III
02	LTE198 LETURA EM LÍNGUA INGLESA I
02	LTE199 LETURA EM LÍNGUA INGLESA II
02	EDE147 LIBRAS I*
02	LTE194 LÍNGUA ESTRANGEIRA I - FRANCÊS
02	LTC195 LINGUÍSTICA CONTEMPORÂNEA
02	LTC198 LINGUÍSTICA GERAL
02	LTE194 LÍNGUA ESTRANGEIRA I - ESPANHOL
02	LTE196 LÍNGUA ESTRANGEIRA II - ESPANHOL
02	COM0305 MÍDIA E ESTUDOS DOS MEIOS
02	COM0308 PESQUISA CIENTÍFICA EM PRODUÇÃO EDITORIAL
02	COM0309 PLANEJAMENTO EM PUBLICIDADE
02	COM0307 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DA COMUNICAÇÃO N
02	COM0309 PLANEJAMENTO GRÁFICO
02	COM0309 PLANEJAMENTO GRÁFICO EM RELAÇÕES PÚBLICAS
02	HP1944 POLÍTICA I
02	COM0302 PRODUÇÃO DE LIVROS ARTESANAS
02	COM193 PRODUÇÃO DE REVISTAS CIENTÍFICAS EM PESQUISA E PUBLICAÇÃO
02	COM030 PRODUÇÃO GRÁFICA EM PRODUÇÃO EDITORIAL
02	COM0301 PRODUÇÃO SONORA
02	COM0308 PREPARAÇÃO DE CONTEÚDOS E NOVAS MÍDIAS
02	PSY0191 PSICOLOGIA SOCIAL E DA COMUNICAÇÃO
02	COM0304 REDAÇÃO PUBLICITÁRIA
02	COM0306 REVISTAS DIGITAIS INTERATIVAS
02	LTC192 PSICOLOGIA
02	COM0305 TÓPICOS DE ADMINISTRAÇÃO APLICADOS A COMUNICAÇÃO I
02	COM0309 TÓPICOS DE ADMINISTRAÇÃO APLICADOS A COMUNICAÇÃO II
02	COM0305 TÓPICOS DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADOS A COMUNICAÇÃO
02	COM0309 TÓPICOS DE HISTÓRIA APLICADOS A COMUNICAÇÃO I
02	COM0301 TÓPICOS DE HISTÓRIA APLICADOS A COMUNICAÇÃO II
02	COM0307 TÓPICOS DE LINGÜÍSTICA E DE LINGÜÍSTICA APLICADOS A COMUNICAÇÃO
02	COM0305 TÓPICOS DE LINGUA ESTRANGEIRA APLICADA A COMUNICAÇÃO
02	COM0307 TÓPICOS DE MARKETING APLICADOS A COMUNICAÇÃO
02	COM0303 TÓPICOS DE PSICOLOGIA APLICADOS A COMUNICAÇÃO
02	COM0304 TÓPICOS DE PSICOLOGIA APLICADOS A COMUNICAÇÃO
02	COM0308 TÓPICOS ESPECIALIZADOS A COMUNICAÇÃO I
02	COM0309 TÓPICOS ESPECIALIZADOS A COMUNICAÇÃO II
02	DC0204 TÓPICOS ESPECIALIZADOS EM PRODUÇÃO EDITORIAL
02	COM0306 TÓPICOS FILOSÓFICOS APLICADOS A COMUNICAÇÃO I
02	COM0307 TÓPICOS FILOSÓFICOS APLICADOS A COMUNICAÇÃO II
02	COM0309 TÓPICOS JURÍDICOS APLICADOS A COMUNICAÇÃO

Outros links

Contatos das Disciplinas Curriculares e Disciplinas da UFESM

Estratégias Pedagógicas de Curso de Produção Editorial

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Itália nº 1000
Cidade Universitária
Santo Camélio
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 51 3201.8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFESM
Av. Itália nº 1000
Prédio 21 - Sala 0371
Cidade Universitária - Santo Camélio
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: prod@ufes.br
Fone: 051 3205.8111 (Ramal 8071)

Copyright 2015 UFESM

Desenvolvido por: www.ufes.br

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM [Início](#) [Serviços](#) [Notícias](#) [Ajuda](#)

COMUNICAÇÃO SOCIAL
PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO CURSOS CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Integralização Curricular

DADOS INERENTES À INTEGRALIZAÇÃO CURRICULAR

Carga horária a ser vencida em:

- Disciplinas Obrigatórias: 2.35h
- Disciplinas Complementares de Graduação: 240h
- Atividades Complementares de Graduação: 180h

Carga horária total mínima a ser vencida: 2.745h

PRAZO PARA A INTEGRALIZAÇÃO CURRICULAR EM SEMESTRES

Mínimo: 08
Máximo: 12

NÚMERO DE TRANCAMENTOS POSSÍVEIS

Parciais: 07
Totais: 04

NÚMERO DE DISCIPLINAS

O número de disciplinas poderá variar em função de oferta de DCGs.

DADOS NECESSÁRIOS PARA A ELABORAÇÃO DO CATÁLOGO GERAL

Legislação que regula o Currículo de Curso:

- Resolução CNE/CEB N. 16 de 13 de março de 2002.
- Parecer CNE/CEB N. 492 de 01 de abril de 2001.
- Parecer CNE/CEB N. 1363 de 12 de dezembro de 2001.

Acesse também

Fórmulas de aproveitamento de disciplinas

PORTAL DO ALUNO
MOODLE
BIBLIOTECA
REVISTAS CIENTÍFICAS
GUIA DO ESTUDANTE
CALENDRÁRIO LETIVO
EDITAIS
LICITAÇÕES
CONCURSOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Roraima nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3226-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM
Av. Roraima nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: comunicacao@ufsm.br
Fone: (51)3229-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFSM Desenvolvido por: CFC - Webteam

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM [Início](#) [Serviços](#) [Notícias](#) [Ajuda](#)

COMUNICAÇÃO SOCIAL
PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO CURSOS CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Exibir # 10

Título	Autor	Acessos
Edital Nº 001/2015 de Seleção de bolsistas do grupo PET - Ciências Sociais Aplicadas	Escrito por andrei	Acesso: 9

PORTAL DO ALUNO
MOODLE
BIBLIOTECA
REVISTAS CIENTÍFICAS
GUIA DO ESTUDANTE
CALENDRÁRIO LETIVO
EDITAIS
LICITAÇÕES
CONCURSOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Roraima nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3226-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM
Av. Roraima nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: comunicacao@ufsm.br
Fone: (51)3229-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFSM Desenvolvido por: CFC - Webteam

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM Home Serviços Webmail UFSPD

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO CURSO CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Documentos para TCC

Instruções

Entrega do Formulário de Banca: da 09 de novembro de 2015
A Comissão de TCC receberá os formulários impressos e assinados na Sala 1110 do Prédio 67 (Laboratório de Experimentação em Jandara - Lax) das 9h às 19h30 e das 18h às 17h.

Entrega do trabalho de TCC: da 01 de dezembro de 2015
A Comissão de TCC receberá os formulários impressos e assinados na Sala 1110 do Prédio 67 (Laboratório de Experimentação em Jandara - Lax) das 9h às 19h30 e das 18h às 17h. As monografias no projeto experimental devem ser entregues em 04 vias. O aluno precisa comparecer ao local indicado para entrega e assinatura da ata.

Período de Defesas de TCC: 11 a 18 de dezembro
A data e os horários das defesas serão determinados pela Comissão de TCC, respeitando as informações prestadas pelo aluno no formulário de banca. [Acesse o Calendário de Defesas 2015/02.](#)

Entrega da versão final do trabalho de TCC: da 23 de dezembro
O prazo de entrega de cópia do TCC aprovado, em sua versão final, será no dia 23 de dezembro, das 7:30 às 13:30h, na coordenação do curso. Os TCCs devem ser entregues apenas em versão digital, em uma única cópia. O texto da monografia/relatório de projeto experimental deverá ser salvo no formato pdf, sem esquecer de incluir os arquivos dos produtos experimentais e demais anexos (quando for o caso).

Documentos para Download

Normas para TCC
Formulário de sugestão de banca
MDT 2015 UFSPD
Template para capa do CD

PORTAL DO ALUNO
MOODLE
BIBLIOTECA
REVISTAS CIENTÍFICAS
CLUB DO ESTUDANTE
CALENDRÁRIO LETIVO
EDITAIS
LICITAÇÕES
CONCURSOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Ramal nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3220-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSPD
Av. Ramal nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: produtoria@ufsm.br
Fone: (51)3220-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFSPD Desenvolvido por UFSPD - Webteam

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM Home Serviços Webmail UFSPD

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO CURSO CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Requerimento de ACGs

Instruções para pedido de validação de ACGs:

- O aluno deve preencher o formulário digital abaixo disponível para download.
- Para cada categoria de atividade pode haver mais de uma atividade realizada.
 - Exemplo: Em "ACG 7309 Apresentação de Trabalhos" pode ser solicitada aprovação de 02 (duas) ou mais apresentações. Deve ser observado, no entanto, o número máximo de horas permitido no regulamento.
- Entrega do pedido:
 - A entrega deve ser feita no formato impresso, com o documento devidamente assinado e com cópias dos comprovantes (justificativas e relativos exigidos, conforme regulamento) na mesma sequência que estão apresentados no documento disponível abaixo para download.

Download do documento
Formulário de pedido de validação de ACGs.

PORTAL DO ALUNO
MOODLE
BIBLIOTECA
REVISTAS CIENTÍFICAS
CLUB DO ESTUDANTE
CALENDRÁRIO LETIVO
EDITAIS
LICITAÇÕES
CONCURSOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Ramal nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3220-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSPD
Av. Ramal nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: produtoria@ufsm.br
Fone: (51)3220-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFSPD Desenvolvido por UFSPD - Webteam

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM [Home](#) [Serviços](#) [Universidade](#) [Instituição](#)

PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO CURSO CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATORIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Editora PE.com

pE.com

EDITORA EXPERIMENTAL

Basear logo em PIVG e EPS

A Editora Experimental pE.com UFSM constitui-se em projeto de extensão criada e coordenada pela professora Marilza de Araújo Barcellos, docente do Departamento de Ciências de Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria.

A pE.com, como é chamada, surge em 2012 como projeto extensionista com a proposta pedagógica para desenvolver atividades no laboratório de editora experimental, constante no PPC do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial (2010/2).

Seus fins lucrativos, também atende a demandas de publicações e atividades de incentivo à leitura no âmbito de parcerias na FACS e instâncias dentro e fora da UFSM, sejam elas provenientes do ensino, pesquisa ou extensão.

Propõe um catálogo plural no intuito de permitir a atuação dos discentes em diferentes frentes nas etapas do processo editorial. Menos uma linha editorial e mais o exercício do sabor fare do mercado a partir de uma editora experimental universitária.

Portanto, constitui-se como espaço laboratorial, de experimentação, de cunho pedagógico e de ensino para o corpo discente do Curso de Comunicação Social - Produção Editorial, com atuação em nível operacional pela coordenação do Projeto de extensão e a contribuição em nível estratégico pelos membros editoriais: Corpo e Conselho.

Com a proposta pedagógica de desenvolver competências voltadas para a editoração de maneira interdisciplinar, permite o exercício de saberes acadêmicos em ações relacionadas à proximidade entre academia e sociedade.

Localização
Prédio 67 | Sala 1114
Responsáveis: Profa. Marilza de Araújo Barcellos
E-mail: pecom@ufsm.br
Fone: (51) 3226-9033 | Ramal: 8033
Site: <http://ufsm.br/pecom/>
Redes Sociais: Facebook

Produções da pE.com

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Itália s/nº 91000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3226-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM
Av. Itália s/nº 91000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: pecom@ufsm.br
Fone: (51)3226-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015 - UFSM Desenvolvido por EPS - B&W&B

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM [Home](#) [Serviços](#) [Universidade](#) [Instituição](#)

PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO CURSO CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATORIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

EduMIX

EduMIX

editora aberta

PE - UFSM

Basear o logo em PIVG ou EPS

A EduMIX - Editora Aberta, foi criada em 2014 na disciplina de Projeto Experimental de Produção Editorial para educação e atua no paradigma da Educação e do Ensino Educacionais Abertos (REA). Visa-se a produção editorial colaborativa de materiais de ensino, aprendizado e pesquisa sobre temáticas curriculares ou transversais em diferentes suportes tecnológicos, que estão sob domínio público, ou estão licenciados de maneira aberta, permitindo que sejam utilizados e remaneados. Entre as produções da EduMIX destacam-se: livros interativos, vídeos, jogos, áudio book e sites sobre diferentes temáticas que podem ser consultados no Repositório de Cultura. A EduMIX se caracteriza por constituir-se em um espaço de exercício de consultoria com o uso de licenças abertas para uma educação aberta. A Editora está integrada ao MEDIA - Mapa Global de Iniciativas Abertas, ao REA Brasil e ao Banco Internacional de Objetos Educacionais.

Localização
Prédio 67 | Sala 1214
Responsáveis: Profa. Rosane Rosa
Fone: (51) 3226-8000 | Ramal: 6209
Site: <http://cobi.ufsm.br/2014/curriculosemabertas.php?projeto=editora-aberta>
Redes Sociais: Facebook | Twitter | SoundCloud | YouTube

Produções da EduMIX


UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Itália s/nº 91000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3226-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM
Av. Itália s/nº 91000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: pecom@ufsm.br
Fone: (51)3226-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015 - UFSM Desenvolvido por EPS - B&W&B


BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFMS Alunos Serviços Vídeoaula Moodle


Buscar no site UFMS em Português

INÍCIO CURSO CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

LAPPE



LAPPE
Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão
em Produção Editorial
Barrar logo em PNG e EPS.

O Laboratório de Ensino, Pesquisa e Extensão em Produção Editorial (LAPPE) é um espaço de experimentação laboratorial destinado a práticas editoriais acadêmicas do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria, localizado na sala 1218 do prédio 67, campus universitário.


O objetivo do Lappe é configurar-se como ambiente de experimentação laboratorial, de modo a capacitar o aluno para a prática editorial a partir da atuação em disciplinas e projetos de ensino, pesquisa e extensão.

Sua proposta possibilita o aperfeiçoamento dos acadêmicos para a prática editorial por meio de atividades teórico-práticas de estudo na área de Produção Editorial, desenvolvimento de projetos de pesquisa, ensino e extensão, concepção e desenvolvimento de produtos editoriais em diferentes meios (impressos, eletrônicos, digitais), sob orientação de professores do departamento.

O laboratório foi criado em 2010, inicialmente instalado em pequena sala do prédio 67, sob coordenação do professor Flavi Ferreira Lisboa Filho. Em 2012, a então coordenadora do laboratório, professora Marilisa Barcellos, atuou para a transferência para sala em que se localiza atualmente, com a instalação de equipamentos, rede elétrica e de conexão à internet.

Como dinâmica de funcionamento prevê:

- Alocação de disciplinas a cada semestre;
- Desenvolvimento de projetos registrados no laboratório;
- Agendamento de uso por professores e alunos em horários definidos;
- Atuação de alunos voluntários, bolsistas e monitores nas atividades dos projetos.



Localização

Prédio 67 | Sala 1218
Responsáveis: Profª Leandro Stevens
E-mail: lappe1218@gmail.com
Site: <http://coral.ufsm.br/lappe>

Produções do LAPPE

A produção do Lappe concentra-se na realização de projetos de ensino, pesquisa e extensão na área de Produção Editorial e na elaboração de produtos editoriais em mídia impressa, online e digital na modalidade de publicações informativas, educativas e/ou institucionais, em múltiplos formatos, como revistas, jornais, sites e outros materiais inseridos na lógica da convergência de mídias.

Modalidades de produtos editoriais:

- Produtos editoriais inseridos em disciplinas;
- Produtos editoriais desenvolvidos a partir de projetos de ensino, pesquisa e extensão sob orientação de professores do curso;
- Produtos editoriais propostos por acadêmicos do curso de Comunicação Social - Produção Editorial.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Rozalina nº 1800
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3220-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFMS
Av. Rozalina nº 1800
Prédio 21 - Sala 8237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: coordenacao@lappe.ufms.br
Fone: (55)3220-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFMS
Desenvolvido por CPD - Multisite

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM Home Serviços UFsm! Novas

PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO CURSO CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

PUBLICA

PRODUÇÃO EDITORIAL
Laboratório de Pesquisa e Produção de Publicações Científicas

Bateria logo em PDF do EPS

O Laboratório de Pesquisa e Produção de Publicações Científicas (PUBLICA), criado no segundo semestre de 2011, é um espaço de experimentação destinado a práticas editoriais acadêmicas nos níveis do ensino, pesquisa e extensão do curso de Comunicação Social - Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria. O PUBLICA é coordenado pela professora Dr^a Cláudia Regina Zito Bonfá e sua implementação decorre pela necessidade de qualificar os acadêmicos do curso de Comunicação Social-Produção Editorial, por meio de atividades teórico-práticas, com o propósito de formalizar a atuação do editor de periódicos científicos, sendo, portanto, uma possível inserção para o profissional de Produção Editorial. O PUBLICA constitui-se em um setor de produção editorial, que propicia a partir de experiências laboratoriais, orientadas por docentes, oportunidades de aprendizagem sobre a prática profissional na área de Comunicação Científica.

O objetivo geral é possibilitar aos acadêmicos do curso de Comunicação Social-Produção Editorial da Universidade de Santa Maria a oportunidade de vivenciar a prática editorial, mediante o desenvolvimento e a gestão de publicações periódicas (revistas científicas e acadêmicas). Tem por objetivos específicos: proporcionar o envolvimento dos acadêmicos do curso em atividades de ensino, pesquisa e extensão; estimular a formação de grupos de trabalho e estudos experimentais sobre as publicações científicas; acessar os periódicos científicos do departamento e do programa de pós-graduação; mediar a inserção dos acadêmicos nas atividades de gestão e produção; instrumentalizar os acadêmicos para o campo de editoração científica, de modo que estejam aptos a atuar juntamente as equipes editoriais de publicações da UFSM.

O laboratório está situado na sala 5129, do prédio 21, no campus da UFSM. A estrutura está constituída de modo a atender as equipes editoriais. A sala conta com computadores equipados com softwares de edição de texto, vídeo e imagem, uma impressora e um acervo de periódicos científicos nacionais.

PORTAL DO ALUNO
MOODLE
BIBLIOTECA
REVISTAS CIENTÍFICAS
GUIA DO ESTUDANTE
CALENDRÁRIO LETIVO
EDITAS
LICITAÇÕES
CONCURSOS

#SobrePE - Laboratório Publica

Localização

Prédio 21, Sala 5129
Responsáveis: Prof^a Cláudia Regina Z. Bonfá
E-mail: publicaca1@gmail.com
Fone: (51) 3225-7977 | Ramal: 7977
Redes Sociais: Facebook | Twitter

Produções do Publica

EDITASIA
Revista O Qi

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Ramalã nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3225-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM
Av. Ramalã nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: producaoeditorialufsm@gmail.com
Fone: (51)3225-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFsm Desenvolvido por CPD - WebSite

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM Home Serviços UFsm! Novas

PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO CURSO CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS PRODUÇÕES ACADÊMICAS

Trabalhos de Conclusão de Curso

Título

TCCs defendidos em 2014

PORTAL DO ALUNO
MOODLE
BIBLIOTECA
REVISTAS CIENTÍFICAS
GUIA DO ESTUDANTE
CALENDRÁRIO LETIVO
EDITAS
LICITAÇÕES
CONCURSOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Ramalã nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3225-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFSM
Av. Ramalã nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: producaoeditorialufsm@gmail.com
Fone: (51)3225-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFsm Desenvolvido por CPD - WebSite

BRASIL Acesso à Informação Participe Serviços Legislação Canais

UFSM [Home](#) [Serviços](#) [Vestibul](#) [TCCs](#)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
PRODUÇÃO EDITORIAL

INÍCIO CURSO CURRÍCULO DOCUMENTOS LABORATÓRIOS **PRODUÇÃO ACADÊMICA**

PORTAL DO ALUNO
MOODLE
BIBLIOTECA
REVISTAS CIENTÍFICAS
CLUB DO ESTUDANTE
CALENDRÁRIO LETIVO
EDITAS
LICITAÇÕES
CONCURSOS

TCCs defendidos em 2014

Autor: BRUST, Fabo Rucker
Título: A prática da autopublicação: o papel do autor-editor e as novas possibilidades de publicação.

Autor: CORRÊA, Luiza Barot
Título: "Porque essa mulher mudou a minha vida": consumo e identidade de gênero em comunidade de fãs de Lady Gaga no Facebook.

Autor: FANFA, Maurício de Souza
Título: Colaboração, Cultura Livre e Educação Aberta na Produção de Vídeos e Cinema.

Autor: FARIAS, Juliana Mello
Título: O ofício do Editor no Mercado Editorial atual do Rio Grande do Sul.

Autor: FERREIRA, Izabelli de Oliveira
Título: Revista Plástico Dream: a apropriação dos recursos digitais na revista para bebês.

Autor: FRATOR, Inati Jardim
Título: O design editorial em um livro impresso: um estudo de sua influência no processo de leitura da obra "Aventuras de Alice no País das Maravilhas".

Autor: LIMA, Maíra Sandefly de Silva
Título: O livro enquanto propagador de mito: uma análise da percepção do Gênero Test-bell por adolescentes e o mito do Inimigo Incolor através de suas obras.

Autor: MACHAVELLI, Marina
Título: "Faz a pessoa abrir a cabeça para um novo mundo": leituras sobre o consumo do livro por adolescentes.

Autor: MELLO, Breno Benedito Emanuel; MACHADO, Luis Filipe Almeida
Título: Revista Digital Interativa LAPPE.

Autor: SEGALLA, Juliana Facco
Título: Ebooks – O livro na era digital e o consumidor Santa-Mariense.

Autor: ROSA, Camilla Neves de
Título: Editores e livros artesanais: notas e reflexões sobre processos de criação e produção.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
Av. Roraima nº 1000
Cidade Universitária
Bairro Camobi
Santa Maria - RS
CEP: 97105-900
+55 (51) 3226-8000

PRODUÇÃO EDITORIAL - UFPM
Av. Roraima nº 1000
Prédio 21 - Sala 5237
Cidade Universitária - Bairro Camobi
Santa Maria - RS - CEP: 97105-900
E-mail: contato@producaoeditorial.com
Fone: (51)3226-8811 | Ramal: 8811

Copyright 2015. UFPM Desenvolvido por: [LTPS - R&D](#)