



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## AS NOVAS TECNOLOGIAS E A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA<sup>1</sup>

Elisa Lübeck

Aluna do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da  
Universidade Federal de Santa Maria. Mestranda em Extensão Rural do Curso de Pós-  
Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Santa Maria

Ada Cristina Machado da Silveira

Doutora em Jornalismo pela Universidade Autônoma de Barcelona. Profa. Adjunta do  
Depto. Ciências da Informação, Cursos de Comunicação Social e Curso de Pós-  
Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Santa Maria.

**RESUMO:** A investigação tem como tema o estudo dos instrumentos de comunicação e as novas tecnologias utilizadas na difusão do conhecimento científico. O objetivo principal consiste no estudo de outra proposta de *layout* para a versão eletrônica, disponibilizada na Internet, para a revista científica *Ciência Rural*, do Centro de Ciências Rurais da Universidade Federal de Santa Maria. A proposta de inovação no suporte eletrônico da *Ciência Rural* justifica-se pela necessidade de aperfeiçoar as formas de interação com seu público, valendo-se do uso de recursos multimídia também para a difusão de informações científicas. A investigação culmina com a análise comparativa entre a nova proposta de *layout* desenhada para *Ciência Rural*, confrontada com sua versão original.

**PALAVRAS-CHAVES:** Informação e Interatividade, Difusão de Informações,  
Processos Multimídia.

Com o desenvolvimento da comunicação através das novas tecnologias, inúmeras descobertas científicas puderam ser conhecidas através da divulgação de seus resultados. Neste contexto, a Internet vindo sendo reconhecida como um veículo que, desde o seu surgimento, prioriza a disseminação de informações. Essas informações encontram-se disponíveis para toda a comunidade, incluindo pesquisadores, professores, alunos e “curiosos”, criando uma forma diferenciada de se disponibilizar

---

<sup>1</sup> Trabalho final de Graduação do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da Universidade Federal de Santa Maria, RS e apresentado na Sessão de Comunicações – Temas Livres, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 03. setembro.2002.



as informações de acordo com as características do conhecimento cognitivo e realizado através de associações.

Por outro lado, a informática introduziu novas maneiras de pensar e de conviver. Para Pierre LÉVY (1993) as relações entre os homens, o trabalho e a própria inteligência dependem da mudança constante de dispositivos informacionais de todos os tipos. Portanto, a pesquisa científica não pode mais ser concebida sem uma aparelhagem complexa que redistribua as antigas divisões entre experiência e teoria – conhecimento por simulação.

Essa dimensão interativa expressa-se nos novos gêneros que a ecologia cognitiva informatizada transporta, a comunicação mediada. Ou seja, aquela interação que nem sempre é face a face e se dá por canais estratégicos de comunicação: jornais, livros, rádios, Internet, comunicados. Esta interação precisa de uma grande quantidade de informação e conteúdo simbólico para ser eficiente. LÉVY (1993) diz que cada usuário é capaz de reinterpretar as possibilidades de uso de uma tecnologia intelectual, atribuindo a elas um novo sentido.

A presente pesquisa justifica-se frente à questão da comunicação nas universidades. Eugênia BARICHELLO (1998) afirma que estas instituições precisam adequar-se aos novos modelos de comunicação a fim de projetar a sua imagem, ampliar e qualificar as trocas de informações com a comunidade, cumprindo, dessa forma, com uma de suas finalidades básicas que é a transmissão das informações científicas, resultado das pesquisas desenvolvidas.

De certa forma, a Internet e todos os seus recursos têm contribuído muito para transformar essa busca em realidade. Ela proporciona uma troca rápida, barata e eficaz de informações, transformando-se em uma importante ferramenta de relações públicas, alterando a maneira como as organizações se comunicam com seus públicos e esses se comunicam entre si.

## DESCRIÇÃO DA PESQUISA

Vive-se uma revolução digital que viabiliza em ritmo acelerado - a partir de uma linguagem digital única - a possibilidade de transmissão de conteúdos. Dentro desse contexto é que se verificou a necessidade de uma melhor utilização do suporte eletrônico da Revista Ciência Rural: divulgar e disseminar o conhecimento científico através da Internet; abranger o público interessado



nessa área de pesquisa; aperfeiçoar métodos de relacionamento; incentivar a troca de informações e divulgando a instituição e seus serviços.

Devido à relevância do tema, o presente estudo aborda aspectos relevantes ao estudo das novas tecnologias na difusão do conhecimento científico. Tem o objetivo geral de avaliar a proposta de um novo *layout* para a versão eletrônica da Revista Ciência Rural do Centro de Ciências Rurais da Universidade Federal de Santa Maria. Entende-se que a correta disponibilização das informações científicas da Revista Eletrônica pode trazer uma série de benefícios: otimizar o acesso dos usuários, facilitar a leitura hipertextual, modernizar sua interface com o público, agregar valor ao *site* eletrônico, desenvolver uma relação mais interativa com o usuário e utilizar os recursos multimídia. Pretende-se, com o uso adequado de tais recursos, favorecer a disseminação do conhecimento científico.

A utilização de suportes eletrônicos nas revistas se dá devido ao fato de que os modelos digitais permitem uma exploração interativa. Os modelos eletrônicos são plásticos e dinâmicos, dotados de uma certa autonomia de ação e reação. Para PARENTE (1999), a informática está redesenhando o destino da escrita, pois ela se tornou um meio de comunicação não só capaz de processar e difundir o texto junto com a imagem e o som, mas também, de redistribuir as fronteiras entre autor, editor e leitor. Os textos eletrônicos despertam novas modalidades de produção e difusão do texto, absolutamente diferente do texto impresso.

A versão impressa da Revista Ciência Rural foi criada em 1971. Desde a sua criação foram publicados aproximadamente dois mil artigos. Ela disponibiliza artigos científicos, revisões bibliográficas, relatos de casos e notas referentes à área de Ciências Agrárias. A versão eletrônica encontra-se disponível desde 1999, no endereço [www.ufsm.br/ccr/revista](http://www.ufsm.br/ccr/revista). O objetivo principal de Ciência Rural é o de exercer um papel importante junto à comunidade científica nacional e internacional. Por este motivo é que está constantemente sendo atualizada, acompanhando as novas tendências na área científica.

Por fim, o novo modelo de *layout* foi estruturado com base nos princípios de interatividade, recursos multimídia, facilidade de acesso e demais características fundamentais que visam permitir uma adequada interação com o usuário e conseqüente absorção das informações científicas. Busca-se, dessa forma, incrementar o fluxo de comunicação e facilitar o intercâmbio de informações.



## METODOLOGIA

O extraordinário desenvolvimento experimentado pelas técnicas de comunicação a partir da década de 70, representa para a humanidade uma conquista e um desafio. Conquista, na medida em que propicia possibilidades de difusão de conhecimentos e de informações numa escala antes inimaginável. Desafio, na medida em que o avanço tecnológico impõe uma séria revisão e reestruturação dos pressupostos teóricos de tudo que se entende por comunicação.

Com o progresso da imprensa no século XIX aparecem os primeiros estudos sobre a comunicação coletiva. Estes estudos revelaram a significação que o processo da transmissão de informações para um grande público despertavam nas ciências sociais. O surgimento do rádio, cinema, televisão e outros instrumentos gerados a partir da revolução da eletrônica foram decisivos para o estabelecimento das Ciências da Informação. MELO (1973) afirma ainda que, com o aparecimento dos recursos audiovisuais, as informações tornaram-se mais rápidas e acessíveis, ocasionando a explosão das comunicações.

A transmissão de informações é a primeira função da comunicação, porém, o ato de comunicação define a situação que vai atribuir sentido às mensagens trocadas. A confirmação de um estado de uma relação se dá com a circulação de informações. Dessa forma, a comunicação ajusta, transforma e precisa, através de mensagens, o contexto compartilhado entre os sujeitos.

Portanto, a comunicação social é um complexo formado pela interação dos veículos produzidos pela tecnologia da comunicação, pelos meios, pela ação das fontes organizadas, pela ação das agências de notícias, dos informadores e, finalmente, pela reação dos públicos, conforme o esquema proposto por POYARES (1974).

Dentro desse ambiente de economia globalizada — no qual o esforço econômico sempre tendeu para a superação das fronteiras —, torna-se necessário utilizar um meio mais abrangente de comunicação a fim de atingir um grande número de pessoas. André PARENTE (1999) afirma que os computadores conectados em rede disponibilizam as principais ferramentas da atividade produtiva: criação, produção e difusão de



informação, aquisição e produção do conhecimento. Vive-se na famosa “aldeia global”, onde a troca de informações e a disponibilização das mesmas através de meios de comunicação é fator determinante para a sobrevivência das instituições.

Já que se vive em uma sociedade em rede em que o fluxo de informações é extremamente rápido é necessário estabelecer eficientes canais de comunicação. Além disso, todo o saber científico e todos os avanços técnicos acumulados pela sociedade são, antes de tudo, um patrimônio histórico destinado ao uso universal. Dessa forma, o conhecimento científico deve ser divulgado para que possa ser útil à sociedade.

A divulgação científica é caracterizada pela veiculação de informações científicas e tecnológicas através dos meios de comunicação. Wilson da Costa BUENO (1988), um dos estudiosos do jornalismo científico no Brasil, estabelece três dimensões: divulgação, difusão e disseminação científica. Dentro desse contexto, a difusão é bastante abrangente e faz referência a qualquer processo ou recurso utilizado para a veiculação de informações científicas e tecnológicas. BUENO (1988, p. 22) assim define a difusão científica:

A extensão do conceito permite abranger periódicos especializados, banco de dados, os sistemas de informação acoplados aos institutos e centros de pesquisa, os serviços de alerta das bibliotecas, as reuniões científicas (congressos, simpósios e seminários), as seções especializadas das publicações de caráter geral, as páginas de ciência e tecnologia dos jornais e revistas, os programas de rádio e televisão dedicados à ciência e à tecnologia, o cinema dito científico e até mesmo os chamados colégios invisíveis. Neste sentido, a difusão incorpora a divulgação científica, a disseminação científica e o próprio jornalismo científico. [...] A difusão pode ser pensada em pelo menos dois níveis, segundo a linguagem em que as informações são escritas e segundo o público a que estas se destinam: 1) difusão para especialistas e 2) difusão para o público em geral. No primeiro caso, a difusão confunde-se com a disseminação da ciência e tecnologia; no segundo, refere-se, exatamente, a divulgação científica.

Já a disseminação da ciência pressupõe a transferência de informações em códigos especializados para um público seletivo de especialistas. Já a divulgação científica engloba a utilização de recursos, técnicas e processos para a veiculação de informações científicas para o público em geral. Portanto é função essencial do jornalismo científico descobrir a ciência e a tecnologia geradas no país e divulgá-las.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Os diferentes níveis de divulgação são conceituados por Manuel Calvo HERNANDO (1982) como sendo: emissão da mensagem, mensagem em si mesma e receptor segundo o nível sócio-cultural. Primeiramente é preciso analisar o público em geral, que se informa através dos grandes meios de comunicação coletiva - corresponde ao trabalho de sensibilização, chamar a atenção das pessoas. O segundo nível corresponde ao homem mais culto, o qual mantém um interesse razoável por tudo aquilo que o rodeia – este grupo inclui os estudantes universitários, profissionais e pessoas com formação superior.

Em terceiro lugar encontra-se o especialista científico, uma classe mais preparada intelectualmente. É claro que, para cada um destes níveis, deve-se ter uma divulgação científica. Para que uma divulgação seja eficiente o emissor deve conhecer os esquemas conceituais do receptor. O problema consiste em encontrar um ajuste adequado entre a estrutura do conhecimento científico e a estrutura do pensamento e hábitos mentais do público destinatário da mensagem. Divulgar é comunicar e a comunicação pressupõe uma linguagem comum.

Com relação a divulgação científica HERNANDO (1982, p. 36) afirma: “*La tarea de divulgación científica y educativa para un público tan heterogéneo resulta difícil y es necesario crear modelos adecuados, tal vez varios, para llegar con éxito a los distintos grupos*”. Ou seja, o jornalismo científico deve ser uma atividade educativa, dirigido a grande massa da população, buscando promover a popularização do conhecimento que é produzido nas universidades e centros de pesquisa. Para isso, deve utilizar uma linguagem que facilite o entendimento das informações pelos cidadãos e deve despertar o desejo permanente de conhecimento dos processos científicos.

Quanto aos objetivos do jornalismo científico destacam-se: a divulgação da atualidade científica e tecnológica através dos meios de comunicação de massa e das novas tecnologias de informação; criação de uma consciência pública sobre o valor da investigação científica; o uso da informação para reconciliar o homem com a ciência e a técnica e faze-las acessíveis a maior parte da população e advertir sobre as conseqüências sociais, econômicas, políticas, culturais e tecnológicas dos processos de mudança derivados do desenvolvimento científico e tecnológico.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Com relação aos públicos, HERNANDO (1982) define-os como uma quantidade de pessoas expostas aos mesmos estímulos sociais e que têm algo em comum. Cabe ressaltar que o público deixou de ser um conjunto passivo de destinatários de mensagens para adquirir uma dimensão nova, que se pode objetivar em termos de participação, acesso e retro-alimentação. A inovação tecnológica neste campo pode promover a participação e converter a comunicação de massas em um fluxo interativo.

Sendo assim, o volume diário de informação cresceu de maneira considerável nas últimas décadas, tanto para satisfazer o público quanto para suprir os meios de comunicação coletiva, cujo alcance e capacidade foram multiplicados pela técnica moderna. Portanto, é imprescindível ter um profissional de comunicação que conheça e identifique o público para direcionar as informações e suprir as necessidades da instituição. Dentro desse contexto, a Internet é uma ferramenta extremamente adequada a qual permite a transmissão de informações a um grande público com um baixo custo.

Desde o seu surgimento, a Internet tem apresentando um crescimento surpreendente, não só em relação ao número de usuários, mas também em volume de informação disponível. O seu desenvolvimento deve-se à filosofia democrática de disseminação do conhecimento.

A *Internet* oferece vários serviços que possibilitam a troca de arquivos e o acesso remoto de sistemas espalhados pelo mundo inteiro de uma forma rápida e simples, tais como correio eletrônico, protocolos de transferência de arquivos e a *World Wide Web*. Sendo este último serviço um dos estimuladores do crescimento da rede, tornando o processo de procura de informações rápido, poderoso e intuitivo.

Segundo pesquisa realizada pelo Datafolha em agosto de 2001, a Internet cresceu rapidamente no Brasil. Em apenas três anos, o número de conectados aumentou de 7 milhões (7% da população) para 23 milhões (19%), considerando-se os que têm 14 anos ou mais e que usam a rede eventualmente. A pesquisa mostra ainda a popularização do mundo virtual: a penetração da rede cresceu, nos últimos três anos, de 5% para 7% na classe C; de 24% para 50% nas classes A/B. Isso se deve à redução dos valores das assinaturas, o surgimento dos provedores gratuitos, as iniciativas de disponibilizar o acesso em escolas e locais públicos e as linhas de financiamento para a



compra do primeiro computador. Outro dado relevante é quanto ao número de conectados por estado brasileiro. As regiões mais ricas do país são as mais conectadas.

Um em cada cinco (21%) é usuário freqüente, que navega todo dia. Seu perfil remete à imagem do profissional. São, em geral, homens, entre 35 e 44 anos, com formação superior. Usam o correio eletrônico, fazem mais pesquisas, acessam suas contas bancárias e lêem mais notícias que os demais internautas.

Não há dúvida de que se presencia uma revolução tecnológica mundial que nada, nem ninguém pode deter e cujos alcances são imprescindíveis. Uma revolução que está transformando a maneira de se comunicar da sociedade e de suas instituições e organizações, transformando não só o acesso à informação, mas a maneira pela qual se usa e conceitua noções fundamentais do mundo da vida e do trabalho. Uma revolução que está incrementando o alcance e poder da comunicação dentro e fora do espaço institucional e organizacional (espaços virtuais). Revolução que só está sendo possível graças à rede mundial de computadores – Internet – e sua versão gráfica, a *World Wide Web* (WWW).

A *Web* é um conjunto de protocolos que fornece um suporte direto a outros serviços oferecidos pela *Internet*, transformando-se em uma ferramenta importante para a comunicação e para os negócios modernos. Corresponde a um sistema de localização e pesquisa de informações que permite o acesso a um volume ilimitado de dados em âmbito mundial. A *Web*, com seus recursos de som, imagem e animação, também se tornou a principal avenida para as pessoas que desejam viajar pela super via da informação.

Na Internet o acesso às informações se dá através de algo denominado hipertexto. Hipertexto, literalmente, significa “texto excessivo ou exagerado” ou, ainda “texto interativo ou ativado”. Trata-se de uma ferramenta que vincula as informações. Os *links* de hipertexto criam associações entre diversas fontes; uma palavra em um documento poderá ser vinculada à sua definição de texto, a um videoclipe, som ou documento à parte que abordem determinado assunto com maior especificidade.

LÉVY (1993) reconhece o hipertexto como um conjunto de nós (textos, palavras, páginas, imagens, gráficos) ligados por conexões não lineares. O hipertexto também pode ser um tipo de programa que permite organizar os conhecimentos ou dados,





adquirir informações e comunicar-se com uma rede original de interfaces. As possibilidades de pesquisa por palavras-chave e a organização subjacente das informações e leitura não linear são alguns dos dispositivos do hipertexto para projetar uma interface mais próxima do usuário, mais dinâmica e interativa.

Sabe-se ainda que o hipertexto e a multimídia interativa adequam-se, particularmente, ao uso educativo. Quanto mais uma pessoa participar da aquisição de um conhecimento, mais ela irá captar e reter aquilo que aprender. Isso se deve ao fato da multimídia interativa favorecer uma atitude exploratória face ao conhecimento. LÉVY (1993) complementa o conceito de hipertexto como não sendo apenas uma rede de microtextos, mas um grande texto – metatexto – de geometria variável, com gavetas, dobras, uma palavra remete a outra, um texto sugere diversas leituras complementares.

Os esquemas interativos tornam explicitamente disponíveis, diretamente visíveis e manipuláveis as macroestruturas de textos, de documentos multimídias, de programas informáticos, de operações a coordenar ou de restrições a respeitar. A interface também contribui para definir a maneira de capturar a informação, abrindo e orientando os domínios da significação, de possíveis utilizações de uma mídia, LÉVY (1993, p. 176) elabora o conceito de interface como:

A palavra interface designa um dispositivo que garante a comunicação entre dois sistemas informáticos distintos ou um sistema informático e uma rede de comunicação. Nesta acepção do termo, a interface efetua essencialmente operações de transcodificação e de administração dos fluxos de informação. [...] Uma interface homem/máquina designa o conjunto de programas e aparelhos materiais que permitem a comunicação entre um sistema informático e seus usuários humanos.

Dessa forma, a interface eletrônica das revistas deve ser constantemente aperfeiçoada e estudada visando disponibilizar a informação de forma planejada, interagindo melhor com o público leitor e consolidando a comunicação bilateral.

No que se refere à composição de páginas, sabe-se que é um processo que está se desenvolvendo sempre com o objetivo de apresentar as informações de forma mais densa e organizada. No entanto, quanto à apresentação das informações para despertar o interesse do leitor MCKINLEY (1998) argumenta que os documentos digitais devem ser bem planejados, pois se devem limitar a utilização da tela do computador. Com uma fração ínfima da resolução para apresentar imagens complexas, é preciso ser bem



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

talentoso e econômico nas apresentações de informação. Deve-se pensar na paciência dos leitores ocupados e elaborar os veículos de informação para que transmitam uma matéria com rapidez.

## RESULTADOS

A partir dos estudos realizados e da avaliação realizada por editores de outras publicações<sup>2</sup>, foi possível propor um novo *layout* para a Revista Eletrônica Ciência Rural, visando incrementar os acessos e disponibilizar as informações de forma mais eficiente.

Sugestões levantadas pelos editores para o suporte eletrônico da Revista: *e-mail* mais visível para contato; local para onde os trabalhos devem ser enviados para publicação; disponibilizar uma página de *links* com instituições e pesquisadores da área; divulgar novas descobertas na área das ciências agrárias; deixar mais claro os vínculos com a Instituição e o Centro de Ensino e explicar melhor os tramites para estabelecer permutas. Também foram observados elogios quanto às normas de publicação e funcionalidade dos *links*.

A proposta de um novo *layout* foi realizada com base no estudo do material informativo sobre a Revista Ciência Rural e, em uma análise detalhada de como estruturar um conjunto de páginas de forma a disponibilizar com melhor clareza e flexibilidade a informação desejada.

O desenvolvimento de páginas e aplicações *Web* depende de como a informação é apresentada no documento e como o usuário pode acessá-la (interface). Para que se garanta funcionalidade e continuidade entre os vários componentes do *site* eletrônico, é necessário uma boa estruturação do mesmo. SAVOLA (1997) destaca que, embora os

---

<sup>2</sup> Foram levadas em consideração as avaliações realizadas pelo editor de uma revista científica da Universidade Federal de Santa Maria de circulação internacional; um professor do Curso de Comunicação Social - que trabalha com novas tecnologias de comunicação; e uma professora responsável pela edição eletrônica de um jornal científico de comunicação de circulação nacional.



aplicativos *Web* não sejam lineares sob a perspectiva dos usuários, na verdade possuem uma estrutura e um conteúdo previamente planejados e definidos, oferecendo um enfoque claro nas informações organizadas de forma clara e acessível, constituindo-se no primeiro passo para a criação de um *site* bem-sucedido. Atualmente, os projetos tendem a usar imagens pequenas menus de textos, permitindo um bom efeito visual e que sejam carregadas rapidamente.

De posse destes dados e a partir dos estudos realizados, foi desenvolvido um novo *site* eletrônico de divulgação da Revista Eletrônica Ciência Rural, organizado de maneira que atenda às necessidades do público-alvo, sem deixar de transmitir as informações científicas e utilizando-se este novo meio de comunicação social que é a *Internet*.

O novo *site* possui alguns *links* um pouco diferentes do modelo anterior (Figura 01), com o objetivo de otimizar a relação com o usuário e facilitar a sua navegação. Assim, ele ficou composto da seguinte forma:

1 – Histórico: aborda os antecedentes da revista Ciência Rural, seus objetivos, bem como a lista de consultores e editores.

2 – Publicações: este item engloba a busca – seja ela por título, autor ou palavra-chave -, normas de publicação e situação dos trabalhos. Também dentro deste *link* é possível observar as normas de publicação de trabalhos e o andamento dos mesmos.

3 – Edições: disponibilizam-se todas as edições da revista para o usuário escolher.

4 – Notícias: este item foi incluído com o intuito de aproximar a comissão editorial dos leitores, com informações úteis e notícias curtas como prazos, trabalhos interessantes, entre outros.

5 – Assinatura: permite ao leitor informar-se sobre as formas de obter a versão impressa da revista; Também poderá obter informações sobre permutas.

6 – Contato: através deste *link* o usuário poderá enviar mensagens para os editores da revista, seja pedindo informações, trocando idéias ou enviando sugestões para o aperfeiçoamento do *site* eletrônico.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

7 – Links: este item permite associar a revista a outras páginas disponíveis na rede como outras revistas e órgãos incentivadores de pesquisa como CAPES, FAPERGS e CNPq.

8 – Língua: possibilidade de escolher a língua de visualização das páginas – originalmente, a página aparece em Português, porém, o usuário poderá visualiza-la em Inglês.

A primeira tela proposta (figura 02) destaca a marca da Revista Eletrônica e apresenta uma foto composta por algumas áreas de pesquisa disponíveis em suas edições. Também aparece com destaque a marca da Instituição (UFSM) e da Unidade de Ensino (CCR):



Figura 01 – Tela Inicial Revista Ciência Rural. Fonte: [www.ufsm.br/ccr/revista](http://www.ufsm.br/ccr/revista)



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

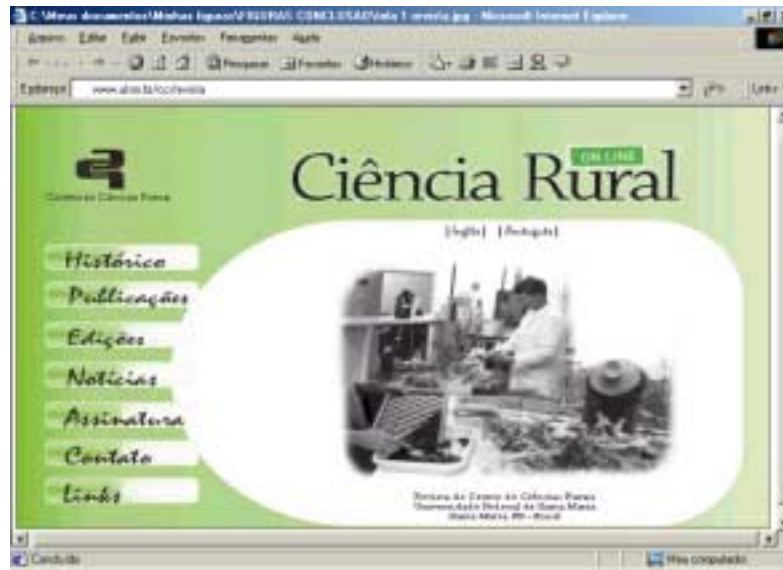


Figura 02 – Tela Inicial do Novo *Layout*

A partir da tela inicial pode-se navegar por todo o *site* com a ajuda dos botões de navegação: Histórico, Publicações, Edições, Notícias, Assinatura, Contato, *Links*, entre outros.

Sendo assim, a reestruturação do *site* eletrônico da Revista Eletrônica Ciência Rural buscou aproximar o público-alvo da revista, ampliar o intercâmbio de informações e atribuir um caráter mais atual ao suporte eletrônico, condizente com o constante aperfeiçoamento das tecnologias de comunicação.



## CONCLUSÕES

Atualmente, presencia-se o desenvolvimento da ciência e tecnologia, que induzem a uma reorganização permanente das formas de viver, o deslocamento dos atores sociais, a transformação da mídia em meio ao excesso de informações e carência de significados e sentidos, além do predomínio da imagem sobre a escrita.

Dentro desse contexto, a utilização eficaz de toda nova tecnologia exige uma adequação a cada negócio. Conhecer suas potencialidades e limitações é tão ou mais importante do que, propriamente, implementá-las. A Internet, ou qualquer outro meio de comunicação digital, exige uma nova forma de gerir as informações, pois suas características requerem uma postura comunicacional diferente daquela assumida anteriormente.

A presente proposta de alteração de *layout* pretende contribuir para um melhor aproveitamento dos meios modernos de divulgação, com baixo custo, atingindo um grande número de pessoas, fornecendo dados atualizados e de forma criativa, transformando uma fonte de pesquisa e mostrando os propósitos e os trabalhos desenvolvidos pela Revista Ciência Rural. Ou seja, o planejamento da informação disponibilizada no *site* permitirá uma maior interatividade com o usuário, o que poderá fornecer um *feedback* com comentários e sugestões para que o trabalho realizado seja melhorado constantemente. Tudo isso para que a Revista Ciência Rural possa cumprir o seu papel de divulgar a ciência, manter e expandir o seu público-alvo.

A multimídia também foi outro recurso utilizado. Sabe-se que a multimídia designa uma convergência tecnológica de mídias, combinando figuras, animações e sons gerenciados por um sistema de hipertexto. Porém, a grande vantagem da multimídia em relação aos sistemas lineares de organização da informação é a facilidade que o usuário tem de folhear os diversos documentos e navegar entre os elementos da rede informacional construída. Ela possibilita que os conteúdos sejam interligados por associações de contexto, por relações lógicas e semânticas, criando um ambiente instigante e propício para a descoberta que, como já dizia São Thomás de Aquino, constitui um dos principais caminhos para o conhecimento.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

O *design* também foi objeto de estudo durante o desenvolvimento do trabalho já que faz parte do universo de comunicação social. Segundo conhecidos conceitos de Hebe WEY, os meios de comunicação estão adquirindo um maior padrão estético, na medida em que a qualidade, o imediatismo e a eficácia da mensagem são proporcionadas à sua legibilidade, autenticidade e prazer estético. As instituições apresentam mensagens através de imagens gráficas como instrumentos para chegar com eficácia e rapidez à participação do público.

Outro aspecto relevante observado durante o desenvolvimento do projeto foi a resistência do público interno frente à possibilidade de mudança mesmo que a alteração do *site* trouxesse a possibilidade de progresso individual ou fosse induzida para facilitar o trabalho de todos os membros da Revista.

Sabe-se que embora alguns casos possam ser mais difíceis, os processos de mudança encerram dois aspectos: por um lado desestabilizam a dinâmica da organização e por outro geram oportunidade de crescimento. Muitas vezes a reestruturação é um passo importante na otimização das tarefas.

Mesmo com a dificuldade em abrir caminhos o projeto do novo *layout* da Revista foi desenvolvido, embora não tenha sido possível disponibilizá-lo para teste e avaliação dos usuários. A avaliação de outros editores e usuários foi realizada com base no modelo antigo, contribuindo para aperfeiçoar a nova proposta, destacando pontos positivos, negativos e sugerindo alterações. Portanto, é importante lembrar que o estudo propôs uma forma de comunicação diferenciada e a etapa de implementação pode ser objeto de pesquisa para futuros trabalhos.

Dessa forma, este projeto buscou, através dos novos meios de comunicação, garantir a propagação e o intercâmbio do conhecimento científico, abrindo, assim, espaço para as técnicas de *marketing*, divulgando os serviços prestados, trabalhos, histórico e produção científica da Revista Ciência Rural, mantendo, agora literalmente, a sintonia com seus clientes.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

ALCÂNTARA, Andréia. FIGUEIRA, Carlos. BRASIL, Cibele do Amaral, et *alli*. Home Pages: recursos e técnicas para criação de páginas WWW. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

BARICHELLO, Eugenia Mariano da Rocha (org.). Universidade e Comunicação. Santa Maria: Imprensa Universitária, UFSM, 1998.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo Científico no Brasil: Aspectos Teóricos e Práticos. São Paulo: Departamento de Jornalismo e Editoração da ECA-USP, 1988.

CIÊNCIA RURAL. Universidade Federal de Santa Maria. Centro de Ciências Rurais. Vol. 31, nº2 (mar/abr, 2000). \_\_\_\_\_ . – Santa Maria, 2000.

HERNANDO, Manuel Calvo. Civilización Tecnológica y informacion. Barcelona: Mitre, 1982.

\_\_\_\_\_. Periodistas para el III Milênio. Fundación Universitaria San Pablo Ceu: Valencia, 1987.

LÉVY, Pierre. As tecnologias da inteligência – o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Editorial 34, 1993.

MATTELART, Armand. Comunicação – Mundo: história das Idéias e das estratégias. Petrópolis. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

MCKINLEY, Tony. Do Papel até a *Web*. São Paulo: Quark Books, 1998.

MELO, José Marques de. Comunicação Social – teoria e pesquisa. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1971.

\_\_\_\_\_. Comunicação e Sociedade – Jornalismo Científico / Jornalismo Brasileiro. *Revista Semestral de Estudos de Comunicação*, Ano IV – nº. 7, 1982.

PARENTE, André. O hipertextual. *FAMECOS*. nº10, junho de 1999.

POYARES, Walter. Comunicação Social e Relações Públicas. Rio de Janeiro: Agir, 1974.

\_\_\_\_\_. O Carisma da Comunicação Humana. São Paulo: Elevação, 1998.

REVISTA DA FOLHA. Somos 23 milhões de conectados. p 06-13. 27 set. 2001.

SAVOLA, Tom. Usando HTML. Rio de Janeiro: Campus, 1997.