



O que faz um...?¹

Diego NOGUEIRA²

Fernando SÁ³

Juliano SCHWARZ⁴

Marcelo BARCELOS⁵

Faculdades ASSESC, Florianópolis, SC

RESUMO

O trabalho é um relato fundamentado em teoria e método sobre processo de construção da plataforma multimídia *O que faz um...?*, trabalho final apresentado à disciplina de Projeto Multimídia I. O produto foi criado com base nas técnicas de legibilidade, navegabilidade, arquitetura da informação, convergência e multimialidade. A proposta resultou em um site destinado à divulgação de conteúdo em torno das diferentes ocupações que profissionais da Comunicação Social podem ocupar em todas as suas habilitações. Em um cenário de constante transformação, permeado por inovações digitais e o surgimento de novas funções, a plataforma para a Internet se apresenta como um ponto de encontro para conhecer e compartilhar os perfis dos comunicadores.

PALAVRAS-CHAVE: multimídia; internet; comunicação; profissional; digital

1 INTRODUÇÃO

Este *paper* tem por objetivo de descrever e especificar a trajetória de construção do projeto multimídia *O que faz um...?* (<http://www.coneverde.com/oquefazum>) Para elaborá-lo, levamos em conta as condições, situações e contingências que envolveram o desenvolvimento de uma plataforma que une diferentes linguagens em ambiente web para trazer informações e falar sobre as diferentes carreiras que podem ser seguidas por profissionais da Comunicação Social.

No decorrer de sua elaboração, procuramos destacar os elementos correlacionados com o tema que propomos desenvolver durante a disciplina de Projeto Multimídia I do Curso de Comunicação Social com ênfase em Mídia Eletrônica das Faculdades ASSESC. Além de considerar este trabalho como uma tarefa autoavaliativa, acreditamos que ele é um

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Produção Multimídia.

² Aluno líder do grupo e estudante do 6º Semestre do Curso de Mídia Eletrônica, email: dieg@dieg.com.br.

³ Estudante do 6º Semestre do Curso de Mídia Eletrônica, email: fernando-sas@hotmail.com.

⁴ Estudante do 6º Semestre do Curso de Mídia Eletrônica, email: julianoschwarz@hotmail.com.

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Mídia Eletrônica, email: marcelobarcelos.jornalismo@gmail.com.



instrumento confessional das capacidades adquiridas durante o semestre. Isso, porque o projeto *O que faz um...?* pretende proporcionar aos usuários informações dinâmicas e atuais a respeito das mais variadas profissões e oportunidades da área de Comunicação Social.

2 OBJETIVO

Desenvolver uma plataforma multimídia colaborativa para produção e compartilhamento de conteúdo acerca das profissões da área de Comunicação Social.

3 JUSTIFICATIVA

A falta de informações precisas e organizadas na internet sobre cargos, perfis e novas funções dos profissionais de Comunicação Social e Mídia Eletrônica, em meio às transformações provocadas pela evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's), foram o ponto de partida para a criação do projeto *O que faz um...?* Com esse propósito, a plataforma foi desenvolvida, no intuito de ser uma alternativa digital para suprir a demanda, no formato de um guia de profissões da Comunicação Social que atende às tendências de convergência inerentes à criação multimídia, com estética e design minimalistas.

... com o avanço das TICs, todos os dados, voz, textos, gráficos, imagens, sons ou vídeos passaram a ser convertidos em bits. A tecnologia digital foi rapidamente integrada ao cotidiano de pessoas e instituições, transformando a maneira de se fazer negócios, criando uma oportunidade para as empresas de aproximar suas marcas com consumidores, tornando-se acessório indispensável e propiciando novas formas de comunicação e relacionamento. A partir daí, o conceito de interatividade ganhou projeção, provocando uma mudança no esquema clássico da comunicação, que é baseado numa ligação unilateral em que o receptor é o ponto final de uma comunicação. Além da interatividade, a digitalização das mídias proporcionou o cenário de convergência, que funde serviços e tecnologias, proporcionando uma homogeneização das infra-estruturas de comunicação, de transmissão, assim como o armazenamento do sinal que suporta essas tecnologias. Diferentes plataformas, tais como celulares, laptops, tornam-se capazes de processar e transmitir conteúdos de bilhões de bits por preços irrisórios. (BALDESSAR, et. al, 2009, p.23)

Trata-se de um ponto de encontro virtual para que estudantes e profissionais da área possam conhecer as atribuições de carreiras consolidadas e em ascensão e os desafios que estão em curso no mercado de trabalho. Por meio deste guia, o usuário tem acesso a informações como descrição de cargos, perspectivas de mercado, qualificações requeridas e dicas para aprimorar o seu conhecimento profissional.

Além disso, por se tratar de um projeto multimídia, a interatividade usuário-site é a chave de todo o processo, permitindo aos usuários enviarem suas críticas e dúvidas em relação aos assuntos escolhidos, e, também, avaliarem e discutirem sobre os próximos temas que deverão ser apresentados, transformando a ferramenta em uma grande rede de troca de informações profissionais e debate.

MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O grupo teve a preocupação constante em desenvolver um projeto que oferecesse eficiência à experiência do usuário por meio da interatividade, principalmente. Para isso, deteve-se na construção de um projeto de interface no qual a legibilidade do site oferecesse facilidade de compreensão – por meio de metáforas e hiperlinks – em busca de maior eficiência na Interação Homem-Computador (IHC). Como lembra Nielsen (2007), para um projeto de um website ser bem sucedido, a legibilidade do conteúdo tem de ser muito bem trabalhada. “Todo o resto – design, velocidade, conteúdo – falha quando os usuários não conseguem ler o texto” (NIELSEN, 2009, p. 19).

Portanto, para a interface atender às diretrizes básicas de legibilidade, o projeto seguiu uma “configuração de base” a partir da qual a sua interface favorece o contraste (fontes, cores e contornos) em uma navegabilidade com forte destaque para o modelo intuitivo, clareza na arquitetura da informação, facilidade de navegação, relevância de conteúdo, consistência, tempo suportável e foco no usuário.

Figura 1



Figura 1 – Página Principal



Essa configuração respeita critérios, princípios ou heurísticas de usabilidade propostos por diversos autores e instituições nas últimas décadas, como Nielsen (2007). Apesar de trabalharmos com textos e imagens, há um destaque intencional pela produção audiovisual, com foco ao compartilhamento e distribuição de conteúdo nas redes sociais, através de mecanismos de individualização (personalização), construção de perfis de forma pública e a construção de interações nestes sistemas.

Vivemos em um contexto no qual a sociedade se articula em rede por meio da internet. É nesse ambiente fluido, que se altera a todo instante à medida que novos personagens passam a contribuir e modificar conteúdos, que se dão fenômenos como a reprodução de ideias, de valores e comportamentos do usuário, como lembra Santaella (2008).

Oferecer uma plataforma que facilite esta comunicação e tenha conteúdo produzido em diferentes mídias favorece a interação e aumenta a possibilidade de satisfazer o desejo do usuário à medida que há, em um mesmo endereço no ciberespaço, material organizado e em constante atualização sobre um tema específico, se este for seu interesse. Segundo Lemos (2008, p. 3), no ciberespaço, cada sujeito é efetivamente um potencial produtor de informações e, hoje, cada vez mais, um indicador/divulgador deste conteúdo.

Um comportamento-ação que está intrínseco à vida é à cultura cibernética. Recuero (2009) pontua que sites de relacionamento interpessoal e outras formas de comunicação mediada pelo computador promovem a visibilidade e a articulação dos atores sociais e a manutenção, continua ou não, dos laços físicos estabelecidos no mundo off-line.

A autora alerta, porém, que os sites, por si só, não são redes sociais, mas sim, suporte para as interações que constituem as redes sociais. Sendo assim, o conteúdo ou a mídia gerada pelo usuário, são termos sinônimos que significam que o internauta controla o projeto *O que faz um...?*, na Internet, com capacidade de viralizar seus conteúdos e também de colaborar.

Um site de rede social, segundo Recuero (2009, p. 178), foca na publicização dos seus atores, ou seja, daqueles que interagem com ela, fazem conexões e a modificam. Em parte, apesar de não ter conotação de rede social, a plataforma multimídia está aberta à colaboração e ao compartilhamento de conteúdo. Portanto, promove e legitima seus atores.

Por isso, desde o princípio do projeto, buscamos ampliar a capacidade de conexões e troca de informações referentes às mais variadas profissões e oportunidades da área de Comunicação Social, como também possibilitar a difusão dos conteúdos em meio à internet.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.1 Site Multimídia – Passo a passo

Inicialmente, criamos uma plataforma simples, com o intuito de permitir a interação do usuário e, mais do que isso, fazer com que os usuários enviem seus conteúdos e colaborem com os materiais publicados em nossa página, para que posteriormente possamos oferecer uma gama diversificada de informações em uma linguagem totalmente voltada ao nosso público-alvo.

O site foi planejado como apresentação abaixo, conforme conhecimentos básicos sobre arquitetura da informação:

- Página inicial: apresenta os vídeos destaques (os vídeos mais acessados e melhores avaliados pelos internautas) e um link informando o usuário sobre o projeto e as formas de colaboração existentes na plataforma;
- Cadastro: para o usuário se tornar colaborador, é necessário a realização de um cadastro simples através de um formulário disponibilizado pelo site;
- Vídeo-mãe: na página principal de cada profissão está publicado um vídeo-mãe (vídeo encaminhado pela equipe do site e/ou o vídeo mais acessado) que ficará em destaque, sendo submetido à avaliação dos internautas tanto na forma de notas virtuais, como também em críticas na área dos comentários;
- Vídeos-relacionados: Todos os vídeos-mãe estarão sujeitos a um ou mais vídeos-relacionados (vídeos respostas e/ou complementares, criados pelos usuários do site) que terão a missão de atribuir mais informações ao material já publicado no site. Além disso, o vídeo-relacionado também estará sujeito à avaliação dos internautas, sendo que se o mesmo receber um número de visitas maior do que o vídeo-mãe, automaticamente o substituirá;
- Ícones: Três ícones são os responsáveis por guiar os usuários durante a navegação nas páginas principais de cada vídeo.

São eles:



- Enviar comentário (metaforizando o balão de conversa/ideia)



- Enviar foto (metaforizando o ícone da imagem JPG do Windows)



- Enviar vídeo (metaforizando a câmera filmadora)

Além destes, tanto no player do vídeo-mãe, quanto nos vídeos-relacionados temos algumas metáforas para facilitar a navegação dos usuários.

São elas:



- Play (iniciar o vídeo)



- Áudio (aumentar ou diminuir o volume do vídeo)



- Pop out (abrir o vídeo em outra janela)



- Expandir (expandir a janela de exibição do vídeo)



- Tela cheia (assistir o vídeo em tela cheia)

As metáforas foram utilizadas em nosso site com base nos conhecimentos adquiridos durante as aulas de Projeto Multimídia I, que foram somadas às pesquisas bibliográficas e de campo na internet realizadas pelo grupo durante a elaboração do trabalho.

5.2 Avaliações e comentários

Todo o conteúdo publicado no site é sujeito a avaliações e comentários dos internautas, que poderão usufruir das ferramentas de interatividade, tanto para acrescentar informação considerada ainda incompleta, quanto para comprovar e/ou criticar os dados postados por outros usuários.

Para controle dos comentários, foi projetada a criação de uma central de moderação, cuja principal tarefa será aprovar ou não os comentários, seguindo a política de comentários do site.



5.2.1 Política de Comentários do Site:

- Todos os comentários susceptíveis de serem considerados difamatórios e ofensivos, contendo linguagem imprópria e deselegante, e que visem o autor do vídeo, dos responsáveis e colaboradores do site *O que faz um...?* ou do autor de outro qualquer comentário, denegrindo, dessa forma, a imagem do portal, devem ser excluídos. Esta regra será também aplicável aos que dissimulem tais expressões ou que as substituam por expressões não conotadas como impróprias, mas com as mesmas intenções apontadas;
- Os comentários que, pela sua publicação repetitiva, tenham um conteúdo paulatina e reiteradamente utilizado com o objetivo de “boicotar” o tema ou assunto em discussão, devem, de igual forma, ser excluídos;
- Os visitantes do portal, de resto, possuem toda a liberdade para se expressarem, sempre em obediência às duas regras, assumindo, porém, toda a responsabilidade pelo conteúdo e sentido dos seus comentários;
- Para avaliar e enviar comentários o usuário não necessitará estar conectado e/ou ter cadastro em nosso sistema. Sendo este, apenas necessário para a produção do conteúdo (envio de vídeos, fotos e textos).

5.3 Textos

Todos os materiais publicados no site trarão micronarrativas. Além destes textos resumos e/ou explicativos, os usuários poderão enviar comentários e/ou correções sob qualquer material que estiver publicado, sendo estes, moderados por uma central que ficará responsável por autorizar, ou não, a sua publicação.

5.4 Vídeos

Como o foco do nosso site serão os vídeos informativos, antes de colocarmos a plataforma online, produziremos alguns vídeos em forma de viral, espalhando-os em meio às principais redes sociais, objetivando a divulgação tanto da ideia, quanto do nosso novo site em meio à internet. O plano é que os usuários passem, em um segundo momento, a produzirem os seus próprios conteúdos. Mesmo assim, notamos a necessidade de central de monitoramento que ficaria responsável por conferir o vídeo encaminhado. Nessa dinâmica, a produção colaborativa ganhará destaque no site, estando sujeita à avaliação dos internautas.

Figura 2

The image shows a screenshot of the website "O que faz um videomaker?". At the top, there is a search bar with the text "Pesquise seu vídeo aqui" and a "Pesquisar" button. To the right, there are input fields for "Usuário" and "Senha", and an "Entrar" button. Below the search bar, the main heading "O que faz um videomaker?" is displayed. A large video player is the central focus, showing a man sitting at a desk with a computer. The video title is "O que faz um VIDEOMAKER?". Below the video player, there is a description: "Vídeo produzido por Juliano Schwarz e Marcelo Carneiro Leão, em que Marcelo fala sobre os desafios da profissão e aponta os principais passos para alcançar o tão sonhado sucesso através do controle criativo de um vídeo." To the right of the video player, it says "532 visitas". Below the video player, there are two user comments: "João Arantes disse: Excelente profissão. Trabalho como videomaker a pouco tempo e já estou adorando!" and "Pedro Gonçalves disse: Não conhecia ainda essa profissão, achei muito interessante. Parabéns pelo vídeo, bem legal!". To the right of the main video player, there is a section titled "Veja também:" with three smaller video thumbnails: "O que faz um fotógrafo?", "O que faz um radialista?", and "O que faz um cinegrafista?". At the bottom of the page, there is a navigation menu with links: "Sobre · Equipe · Profissões · Anúncios · Privacidade · Termos · Ajuda". Below the navigation menu, there is a copyright notice: "O que faz um © 2011. Todos os direitos reservados."

Figura 2 – Página de publicação dos vídeos

Todos os vídeos encaminhados para o site *O que faz um...?* serão ou deverão estar hospedados no YouTube – www.youtube.com

5.5 Fotos

Além dos vídeos, o usuário também poderá encaminhar fotos para que elas sejam publicadas nas galerias de cada profissão. Da mesma maneira que o vídeo, a foto ficará exposta no site sujeita a avaliação e feedbacks dos internautas. Todas as fotos



encaminhadas para o site *O que faz um...?* serão ou deverão estar hospedadas no Flickr – www.flickr.com

6 CONSIDERAÇÕES

O grupo percebeu, durante a construção da sinopse, que havia um déficit de informação, em formato multimídia, que desse conta de informar quais são as principais funções e cargos que um comunicador social pode ocupar em sua área. Com o aparecimento, cada vez mais frequente de novas competências diante do cenário digital, essa necessidade de esclarecer e revelar o que fazem estes profissionais aumentou.

No entanto, o modelo de gerência baseado no compartilhamento de informações tem apresentado resultados significantes e encabeçam a lista das maiores comunidades em escala global. Assim, o guia *O que faz um...?* será o único a reunir e apresentar este nicho de informações em uma plataforma multimídia, pois o projeto surgiu com este objetivo.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BALDESSAR, José Maria (Org.). **Comunicação Multimídia**: objeto de reflexão no cenário do século XXI. 1 ed. Florianópolis: CCE/UFSC, 2009

BAUER, Marcelo. **Colaboração e Interatividade**. Brasília: Ministério da Cultura, 2010. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2010/11/16/colaboracao-e-interatividade/>>. Acesso em: 7 nov. 2010.

CROOK, Charles. **Computers and the Collaborative Experience of Learning**. New York, Routledge: 1996.

DUARTE, Fábio; QUANDT, Carlos; SOUZA, Queila. **O Tempo Das Redes**. Perspectiva S/A: 2008.

KAYE, Anthony. **Apprendimento colaborativo basato sul computer**. Technologie Didattiche. N.4, Autunno: 1994.

LEMOS, André. **A arte da Vida**: Diários Pessoais e Webcams na Internet. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25., Salvador: 2002

NIELSEN, N; LORANGER, Hoa. **Usabilidade na web**. Projetando websites com qualidade. Rio de Janeiro, Campus: 2007.

PARET, Benito. **Banda Lenta**. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, caderno Opinião, 4 jul. 2009.



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

SCHRAGE, Michael. **No More Teams! Mastering the Dynamics of Creative Collaboration**. New York, Currency Doubleday: 1995.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens Líquidas na Era da Mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.