

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
NÚCLEO DE INOVAÇÃO E TECNOLOGIAS APLICADAS A ENSINO E EXTENSÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO
EM METODOLOGIAS DE ENSINO SUPERIOR
MESTRADO PROFISSIONAL EM ENSINO

Julia Marina Quemel Matta

PROIBIDO
ALIMENTAR ANIMAIS
NESTE LOCAL

INTER OLHARES: PROPOSTA DE CONCEPÇÃO DE UMA
REVISTA DIGITAL PARA ABORDAR QUESTÕES QUE
AFETAM O COTIDIANO DA UFPA

BELEM- PARÁ
2020

Julia Marina Quemel Matta

**INTER OLHARES: PROPOSTA DE CONCEPÇÃO
DE UMA REVISTA DIGITAL PARA ABORDAR QUESTÕES QUE
AFETAM O COTIDIANO DA UFPA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior da Universidade Federal do Pará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ensino. Área de Concentração: Metodologias de Ensino-Aprendizagem. Linha de Pesquisa: Criatividade e Inovação em Processos e Produtos Educacionais (CIPPE).

Orientadora: Profa. Dra. Marianne Kogut Eliasquevici

BELÉM-PARÁ
2020

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Pará
Gerada automaticamente pelo módulo Ficat, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)**

- M435i Matta, Julia Marina Quemel
 Inter Olhares: proposta de concepção de uma revista digital
 para abordar questões que afetam o cotidiano da UFPA / Julia
 Marina Quemel Matta. — 2020.
 113 f. : il. color.
- Orientador(a): Prof^a. Dra. Marianne Kogut Eliasquevici
 Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação
 Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior,
 Núcleo de Inovação e Tecnologias Aplicadas a Ensino e Extensão,
 Universidade Federal do Pará, Belém, 2020.
1. Revista. 2. Revista digital. 3. Divulgação e circulação de
 conhecimentos. 4. Superpopulação de cães. 5. Universidade
 Federal do Pará. I. Título.

CDD 370.7118115

Julia Marina Quemel Matta

**INTER OLHARES: PROPOSTA DE CONCEPÇÃO
DE UMA REVISTA DIGITAL PARA ABORDAR QUESTÕES QUE
AFETAM O COTIDIANO DA UFPA**

Dissertação apresentada à Universidade Federal do Pará, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior, Mestrado Profissional em Ensino, para a Defesa de Dissertação.

Orientadora: Profa. Dra. Marianne Kogut Eliasquevici

RESULTADO: (X) APROVADO () REPROVADO

Data: 07/05/2020

Profa. Dra. Marianne Kogut Eliasquevici – Orientadora
Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior
Universidade Federal do Pará

Profa. Dra. Rafaella Lopes Pereira Peres – Membro externo
Faculdade de Artes e Comunicação
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Profa. Dra. Suzana Cunha Lopes – Membro interno
Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior
Universidade Federal do Pará

BELÉM-PARÁ
2020

Dedico os meus esforços a todos os anjos de quatro patas que passaram pela minha vida, mesmo que por apenas alguns segundos. Eles encheram o meu coração de amor e me estimularam a desenvolver esse trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Universidade Federal do Pará e ao seu Núcleo de Inovação em Tecnologias Aplicadas a Ensino e Extensão (NITAE²) pela oportunidade que me concederam de sonhar, aprender e amadurecer.

Agradeço à professora Marianne Kogut Eliasquevici, orientadora dessa pesquisa e coordenadora do Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior (PPGCIMES), por toda confiança, esforço, dedicação e carinho.

Agradeço à professora Maria Ataíde Malcher por me mostrar novos caminhos, por despertar em mim a vontade de continuar a minha formação e de contribuir com a sociedade por meio da pesquisa e da ciência. Da mesma forma, agradeço às professoras Fernanda Chocron e Suzana Lopes pelo incentivo e por todos os aprendizados.

Agradeço especialmente à Suelen Miyuki, a pessoa mais generosa e bondosa que eu tive o privilégio de conhecer. Obrigada por acreditar em mim, por trazer leveza e risadas tanto nos momentos bons, como nos ruins. Obrigada por tudo e pelo tanto que fez e faz por mim, espero um dia conseguir retribuir.

Agradeço à Lorena Emanuele por dividir comigo um pouco do seu amor pelas revistas.

Agradeço à Daniella Kaísa, Carlos Oliveira, Alexandra Cruz, Rômulo Baía e Helena Lamaga pela atenção, pelo tempo de cada um e pelas contribuições durante a pesquisa.

Agradeço ao Marcelo Pacheco, por ser um grande colega de orientação e compartilhar comigo conhecimentos que foram fundamentais para a consolidação da pesquisa.

Agradeço aos queridos amigos que fiz no Laboratório de Pesquisa e Experimentação em Multimídia e que foram fundamentais nos últimos anos: Felipe, Weverton, Arlene, Ângela, Roberto, Any, Marcelo, Kleberton, Cleide e Marcus.

Agradeço aos meus colegas de turma do PPGCIMES: Willam, Karina, Fransuze, Ronald, Andreza, Rosa, Ana Carolina, Jéssica e Árlon. Obrigada pela oportunidade de convívio e por compartilharem essa fase comigo.

Não poderia deixar de agradecer aos amigos que cultivei ao longo da vida: Brenda, Jéssica, Daniel, Thais e Pâmela. Agradeço por todo apoio que me forneceram ao longo desses dois anos, por compreenderem minhas ausências, por me incentivarem e por todas as energias positivas.

Nada disso seria possível sem o apoio da minha mãe, Samara de Magalhães Quemel e do meu pai, Milton Antônio da Silva Matta. Obrigada pelo amor incondicional.

Agradeço ao meu padrasto, Willys Campos, que sempre esteve comigo me fornecendo apoio e suporte.

Agradeço ainda às minhas irmãs, Nicole e Bruna, por fazerem parte da minha vida.

Agradeço à minha madrinha, Naglla, minha prima Karol e avó, Terezinha, por todo carinho e orações.

Por fim, agradeço a todos que, mesmo indiretamente, fizeram parte da minha história e contribuíram para que eu chegasse até aqui.

Muito obrigada!

RESUMO

As universidades se configuram como grandes espaços de formação de recursos humanos e de produção de conhecimento, entretanto, também apresentam questões que precisam ser enfrentadas e debatidas junto à comunidade acadêmica, tais como a violência, o preconceito, o descarte do lixo, entre outras que também são evidenciadas na sociedade de maneira geral. Entende-se que tais assuntos nem sempre são discutidos amplamente no âmbito da educação formal e, partindo desse princípio, no contexto da Universidade Federal do Pará (UFPA), esse trabalho tem como objetivo geral proporcionar a divulgação e circulação de conhecimentos referentes a problemas que envolvem o cotidiano da Universidade, como a superpopulação de cães, visando promover a ampla circulação, sensibilização e debate sobre temas complexos pela comunidade acadêmica, que demandam soluções integradas. Como objetivos específicos foram propostos: (i) identificar quais percepções a comunidade acadêmica possui sobre o assunto tratado no primeiro exemplar da revista; (ii) conceber uma revista digital para abordar problemas do cotidiano da UFPA; e (iii) avaliar e validar a proposta. Nesse contexto, foi produzida a revista digital denominada “Inter Olhares”, destinada a todos que transitam e circulam pela Instituição: alunos(as), professores(as), servidores(as) técnicos-administrativos(as), prestadores(as) de serviço e visitantes. A revista se estrutura em cinco seções: Percepção, Fato, Complexidade, Reflexão e Atitude, com uma proposta de periodicidade semestral e traz, na primeira edição, o tema da superpopulação de cães errantes na Cidade Universitária Professor José da Silveira Netto, sede da UFPA, em Belém. Para a concepção do produto foi necessário perpassar por algumas etapas metodológicas que abarcaram a elaboração de um instrumento para análise de percepção dos problemas existentes na UFPA e coleta de dados com a comunidade; a definição dos pré-requisitos da revista; a estruturação do plano editorial; a elaboração do primeiro número da revista; e a validação. Como resultados, foi possível constatar que a revista, de maneira geral, pode ser utilizada no contexto do ensino, principalmente no âmbito da educação não-formal, por conta da versatilidade, clareza de linguagem e acessibilidade. A disponibilização da revista em formato digital, com os diferentes recursos oferecidos, amplia os potenciais da revista, especialmente, por conta da possibilidade de ênfase na simplificação das informações e a combinação de diferentes mídias, o que pode aumentar as chances de aprendizagem dos assuntos tratados nas edições.

Palavras-chave: Revista digital. Divulgação e circulação de conhecimentos. Superpopulação de cães. Universidade Federal do Pará.

ABSTRACT

Universities are great spaces for training human resources and producing knowledge, however, they also present issues that need to be faced and discussed with the academic community, such as violence, prejudice or waste disposal, among others that are also evident in society in general. It is understood that these issues are not always widely discussed within the scope of formal education and, based on this principle, in the context of the Federal University of Pará (UFPA), this work has as its general objective the dissemination and circulation of studies related to problems that involve the everyday life of the University, like the overpopulation of dogs, seeking to promote a wide circulation, awareness and debate about complex topics by the academic community, which requires integrated solutions. The specific objectives were proposed: (i) to identify what perceptions the academic community has about the subject treated in the first example of the magazine; (ii) designing a digital magazine to address UFPA's daily problems; and (iii) evaluate and validate a proposal. In this context, a digital magazine called "Inter Olhares" was created, aimed at everyone who transits and circulates in the Institution: students, teachers, technical-administrative servers, service providers, service and visitors. The magazine is structured in five sections: Perception, Fact, Complexity, Reflection and Attitude, with a proposal for semiannual periodicity and brings, in the first edition, the theme of stray dogs overpopulation in the Professor José da Silveira Netto University City, headquarters of UFPA, in Belém. In order to design the product, it was necessary to go through some steps that covered the method of analyzing the perception of problems at UFPA and collecting data in the community; a definition of the journal's prerequisites; structuring the editorial plan; the preparation of the first issue of the magazine; and the validation. As a result, it was found that a magazine, in general, can be used in the context of teaching, especially in the scope of non-formal education, due to its versatility, clarity of language and accessibility. The availability of the magazine in digital format, with the different resources offered, expands the magazine's accessories, especially because of the possibility of simplifying information and the combination of different media, which can increase the chances of learning the subjects used in editions.

Keywords: Magazine. Digital magazine. Disclosure and information sharing. Overpopulation of dogs. Federal University of Pará.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - QR Code para acesso da revista	14
Figura 2 - A primeira revista: "Erbauliche Monaths Unterredungen"	20
Figura 3 - "The Penny Magazine", a revista popular	21
Figura 4 - Ilustrações em publicações impressas	22
Figura 5 - Publicidade nas revistas	23
Figura 6 - Cão na UFPA	50
Figura 7 - Postagem sobre dados do início das atividades do grupo	51
Figura 8 - Postagem sobre a enfermagem do Projeto Peludinhos da UFPA	52
Figura 9 - Postagem sobre problemas em relação à infraestrutura do abrigo	53
Figura 10 - Postagem sobre denúncia de vasilhas de ração destruídas por pessoas vinculadas ao prédio da Faculdade de Engenharia Mecânica	55
Figura 11 - Comentário denunciando ataques de cães	55
Figura 12 - Comentário de aluno denunciando ataques de cães em postagem do dia 16 de agosto de 2016	56
Figura 13 - Postagem sobre abandono de animais na UFPA	57
Figura 14 - Placa instalada na UFPA para coibir abandono de animais	58
Figura 15 - Nuvem de palavras, categoria "boa"	69
Figura 16 - Nuvem de palavras, categoria "neutra"	69
Figura 17 - Nuvem de palavras, categoria "ruim"	69
Figura 18 - Marca da Revista Inter Olhares	81
Figura 19 - Topo da revista	82
Figura 20 - Chamada da matéria da seção "Fato"	82
Figura 21 - Capa da revista	84
Figura 22 - Editorial da revista	85
Figura 23 - Sumário da revista	85
Figura 24 - Seção "Percepção", tela principal	86
Figura 25 - Tela da Seção "Percepção"	86
Figura 26 - Seção "Fato" da revista	87
Figura 27 - Seção "Complexidade" da revista	88
Figura 28 - Exemplo de depoimento de especialista na seção "Complexidade"	89
Figura 29 - Seção "Reflexão" da revista	90
Figura 30 - Seção "Atitude" da revista	91
Figura 31 - Propostas de modificações na marca	94
Figura 32 - Sugestão de nova palheta de cores	94

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Periódicos da UFPA	17
Quadro 2 – Principais componentes da revista.....	29
Quadro 3 – Modelos de revistas digitais.....	37
Quadro 4 - Quantitativo de animais na Cidade Universitária	52
Quadro 5 - Etapas do percurso metodológico da pesquisa	61
Quadro 6 - Eixos do instrumento eletrônico	62
Quadro 7 - Validação do instrumento eletrônico	63
Quadro 8 - Hábitos e atitudes que interferem na permanência dos cães	71
Quadro 9 - Requisitos do produto.....	73
Quadro 10 - Validação do plano editorial	78
Quadro 11 – Seções da Revista Inter Olhares	79
Quadro 12 - Validação do conteúdo	92

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Público participante da pesquisa.....	64
Tabela 2 - Turno frequentado na UFPA.....	64
Tabela 3 - Faixa etária do público.....	65
Tabela 4 - Escolaridade do público.....	65
Tabela 5 - Como as pessoas costumam se informar	66
Tabela 6 - Problemas vivenciados na UFPA.....	67
Tabela 7 - Assuntos que as pessoas gostariam de obter mais informações	68
Tabela 8 - Sentimento da comunidade da UFPA em relação aos cães	70
Tabela 9 - Ações que a comunidade está disposta a fazer.....	71
Tabela 10 - Assuntos de interesse do público.....	72

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 REVISTA COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO E SOCIALIZAÇÃO DE INFORMAÇÕES	20
1.1 DAS REVISTAS IMPRESSAS ÀS DIGITAIS	20
1.2 CARECTERÍSTICAS E COMPONENTES DE UMA REVISTA.....	27
1.2.1 Componentes gerais de uma revista	29
1.2.1.1 Plano editorial e título	29
1.2.1.2 Recursos visuais da revista	30
1.2.1.3 Das primeiras às últimas páginas: elementos internos da revista.....	32
1.2.2 Especificidades da revista digital	35
1.2.2.2 Características da linguagem	39
2 A SUPERPOPLAÇÃO DE CÃES EM AMBIENTES PÚBLICOS	45
2.1 UM PROBLEMA DE SAÚDE PÚBLICA E AMBIENTAL.....	45
2.2 AÇÕES E POLÍTICAS PÚBLICAS PARA CONTER O PROBLEMA NO PAÍS.....	47
2.3 A SUPERPOPLAÇÃO DE CÃES NA UFPA	48
3 REVISTA INTER OLHARES: A CONSTRUÇÃO DE UM PRODUTO EDUCACIONAL	60
3.1 PERCURSO METODOLÓGICO	60
3.1.1 Pesquisa de percepção com a comunidade da UFPA.....	61
3.1.1.1 Perfil dos pesquisados	64
3.1.1.2 Percepção em relação aos problemas da UFPA	66
3.1.1.3 Percepção em relação aos cães da UFPA	68
3.1.2 Definição dos requisitos	72
3.1.3 O produto	74
3.1.3.1 Plano editorial da revista	77
3.1.3.2 Por que “Inter Olhares”?	79
3.1.3.3 A marca da revista	80
3.1.3.4 Aspectos relacionados ao formato	81
3.1.3.5 A primeira edição com o tema superpopulação de cães.....	83
3.1.3.6 Processos de validação	92
3.2 PRÓXIMAS EDIÇÕES	93
CONSIDERAÇÕES FINAIS	95
REFERÊNCIAS	98
APÊNDICE A – INSTRUMENTO ELETRÔNICO DE PERCEPÇÃO (1ª EDIÇÃO)	103
APÊNDICE B – MENSAGEM DE DIVULGAÇÃO DO INSTRUMENTO ELETRÔNICO NO WHATSAPP	108
APÊNDICE C – INSTRUMENTO ELETRÔNICO DE PERCEPÇÃO (2ª EDIÇÃO)	109

INTRODUÇÃO

As universidades são organizações complexas e dinâmicas, compostas por uma diversidade de grupos e pessoas. A complexidade das práticas e das relações estabelecidas nas e pelas universidades são reflexos da própria organização das sociedades modernas. Nesse sentido, é possível entender a razão na qual os espaços físicos em que várias universidades brasileiras estão localizadas são denominados de “Cidades Universitárias”, pois suas dinâmicas internas se assemelham, dadas as devidas proporções, com a realidade das cidades.

Como aponta Martins (2017), o termo “Cidade Universitária” surgiu no século XX, na Europa e na América do Sul como uma interpretação modernista do “Campus Universitário” norte-americano, em que houve uma ressignificação que se distanciou da perspectiva da ruralidade (campus) norte-americana e se aproximou da noção de urbanidade (cidade), não só por sua implantação nos centros urbanos, mesmo que em áreas periféricas, como também devido a sua maior proximidade e relação com as cidades.

A maioria das grandes universidades possui hoje prédios, salas, laboratórios, hospitais para atendimento à população, campos experimentais, centros de esporte, lanchonetes, restaurantes, vias para circulação de todos os tipos de transporte, desde bicicletas até carretas, tudo isso buscando se constituir como um centro de formação e educação. Transitam todos os dias por esses ambientes centenas de pessoas entre alunos(as), professores(as), prestadores(as) de serviço, técnicos(as), servidores(as) e também visitantes. Desta forma, levando em consideração a sua estrutura, comunidade e organização, assim como os grandes centros, as Cidades Universitárias apresentam especificidades e problemas de várias ordens – econômicos, sociais, culturais, ambientais, de saúde pública, segurança, dentre outros – e precisam ser geridas por regras, princípios, normas e condutas para que possam funcionar e cumprir seu papel na sociedade.

Com o intuito de tentar compreender os problemas internos que são comuns às universidades foi realizada uma pesquisa exploratória em portais de notícias da Internet – como G1, Correio Braziliense, JC Online, Folha de São Paulo, Jornal Extra, Tribuna Online, O Povo, Terra, A Gazeta, Jornal da USP, entre outros veículos de abrangência regional e nacional – para mapear matérias que foram divulgadas (ano base 2018) sobre acontecimentos e temas que afetam o cotidiano das universidades do Brasil. Foi utilizado um navegador de pesquisa para o levantamento e no campo de busca foram inseridas palavras-chave como: “cidade universitária”, “universidade”,

“campus”, “universidade problemas”, “universidade violência”, “campus violência”, “universidade cães”, “abandono animais campus”, “universidade lixo”, “universidade saúde mental”, “racismo campus”, “universidade preconceito”, “campus assédio”, “campus bullying” e “campus infestação”. Ao todo foram encontradas cerca de 200 notícias referentes a 33 universidades.

Como resultado da pesquisa, observou-se que algumas questões se destacam e são recorrentes:

- Violência e segurança: notícias relacionadas a assaltos, homicídios, assédios, roubos e furtos em instituições de ensino.
- Preconceito/Racismo: notícias sobre racismo e homofobia nas instituições.
- Presença de cães errantes nas universidades: problemas relacionados ao abandono, maus-tratos, mordidas de cães, dentre outros.
- Infestação de insetos: notícias sobre problemas decorrentes de infestação de insetos como carrapatos e pulgas.
- Saúde mental: notícias sobre a relação das universidades com a saúde mental dos(as) alunos(as), professores(as) e servidores.

As questões levantadas são delicadas, necessitam do olhar da gestão superior das instituições para que seja elaborado um conjunto de intervenções que possam combater e sanar os problemas. Além disso, é importante incluir a comunidade acadêmica no processo de solução, levando informações e dialogando com as pessoas envolvidas. Assume-se, portanto, que este seja o panorama geral de diferentes universidades no Brasil, assim como da Universidade Federal do Pará (UFPA), onde também foi possível observar alguns dos problemas identificados.

Apesar de se configurar como referência no ensino, na pesquisa e na produção científica no âmbito da região amazônica, é possível identificar uma série de questões que afetam a rotina da UFPA e que podem, inclusive, colocar em risco a saúde e o bem-estar da comunidade acadêmica. Um desses problemas é o descontrole populacional de cães errantes que habitam a sede da Instituição. Ao circular pelas vias, corredores, lanchonete, prédios e até mesmo salas de aulas da UFPA, é comum encontrar a presença desses animais. A quantidade de animais é tão alta que um grupo de voluntários, formado por pessoas que trabalham e estudam na UFPA, se juntou para criar

o Projeto Peludinhos da UFPA, que se designa responsável por cuidar da saúde, alimentação e qualidade de vida dos animais que habitam a Cidade Universitária. Contudo, não é algo institucionalizado, ou seja, não é oficial e não é reconhecido ou autorizado pela administração superior. As ações do grupo são realizadas de forma independente, sem o recebimento de verba ou qualquer outro tipo de auxílio.

Em uma página criada na rede social Facebook, denominada “Projeto Peludinhos da UFPA”, o grupo divulga suas ações e pede ajuda da comunidade interna e externa para manter o cuidado com os animais. Nessa página, é possível verificar vários problemas que envolvem a presença dos cães na UFPA como mordeduras e agressividade dos animais, abandono, maus-tratos, zoonoses, entre outros. O problema inclusive chamou a atenção do Ministério Público Federal (MPF) que, em 2018, emitiu uma resolução recomendando providências imediatas para reverter a situação de abandono, acúmulo e circulação de animais errantes na sede da Instituição.

Como é possível observar, a situação é um problema que pode ser compreendido e estudado a partir de diferentes óticas: é possível entendê-la no âmbito da questão ambiental, pensando no bem-estar dos animais, como também pode ser encarada a partir da segurança, saúde e qualidade de vida da comunidade acadêmica. Assim como esse, há outros problemas na UFPA que precisam ser enfrentados e debatidos, tais como questões sociais, preconceito, violência e segurança; questões ambientais como o descarte do lixo, dentre outros. Partindo desse princípio, este trabalho, desenvolvido no âmbito do Mestrado Profissional em Ensino do Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior (PPGCIMES) da Universidade Federal do Pará, possuiu a seguinte questão-foco:

Como auxiliar no enfrentamento de questões que mobilizam a Universidade Federal do Pará e demandam soluções integradas à Cidade Universitária, como a superpopulação de cães, promovendo a circulação e divulgação de informações especializadas?

Com o objetivo geral de:

Proporcionar a divulgação e circulação de conhecimentos referentes a problemas que envolvem o cotidiano da Universidade Federal do Pará, como a superpopulação de cães, visando promover a ampla circulação, sensibilização e debate sobre temas complexos pela comunidade acadêmica, que demandam soluções integradas.

Para alcançar o objetivo geral, foram propostos os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar quais percepções a comunidade acadêmica possui sobre o assunto tratado no primeiro exemplar da revista.
- b) Conceber uma revista digital para abordar problemas do cotidiano da UFPA.
- c) Avaliar e validar a concepção da proposta.

Diante desse contexto, apresenta-se o produto desenvolvido: uma revista digital, denominada “Inter Olhares” (<http://inter-olhares.herokuapp.com/ed/1>), que também pode ser acessada por meio do QR Code (Figura 1), cuja proposta é contribuir com a Universidade Federal do Pará e com a sua comunidade, divulgando informações e gerando conhecimento sobre temas que mobilizam e estão presentes no dia a dia da Instituição, sendo a primeira edição destinada ao problema da superpopulação de cães.

Figura 1 - QR Code para acesso da revista



A motivação para a produção da revista surgiu ao longo da trajetória da pesquisadora desse trabalho na UFPA, quando iniciou em 2015 sua atuação como colaboradora do Laboratório de Pesquisa e Experimentação em Multimídia, integrado ao Núcleo de Inovação e Tecnologias Aplicadas a Ensino e Extensão (NITAE²) e, posteriormente, como aluna do PPGCIMES.

Ao longo desses quase cinco anos, foi possível conhecer e vivenciar a UFPA, compreendendo sua importância social para a região amazônica e identificar problemas de várias naturezas, como a superpopulação de cães. Essa questão chamou a atenção da pesquisadora por conta do seu envolvimento pessoal com o tema. Os animais sempre aparentavam viver em condições de abandono e descuido, o que gerava muita aflição e angústia. Motivada pela paixão pelos cães, participou como voluntária do Projeto Peludinhos da UFPA e assim conseguiu compreender melhor a realidade dos animais e a responsabilidade da comunidade acadêmica diante da situação.

Em um dos projetos de pesquisa desenvolvidos no Laboratório de Pesquisa e Experimentação em Multimídia, com uma equipe composta por profissionais da área da Saúde, também foi possível enxergar o problema para além do campo da afetividade, mas como uma questão de saúde pública, uma vez que a presença dos cães na Instituição pode provocar a transmissão de zoonoses à comunidade acadêmica. Assim, surgiu a necessidade de compartilhamento dessas (e de outras informações de suma importância) junto à comunidade acadêmica, uma vez que estes temas margeiam as relações que se estabelecem entre a Universidade e seus atores.

De acordo Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, “a educação abrange os processos formativos que se desenvolvem na vida familiar, na convivência humana, no trabalho, nas instituições de ensino e pesquisa, nos movimentos sociais e organizações da sociedade civil e nas manifestações culturais” (BRASIL, 1996). Sendo assim, a proposta da revista se manifesta, justamente, sob essa concepção de educação como fruto das relações sociais, especialmente em um viés de educação não-formal, uma vez que os assuntos abordados nela podem, não necessariamente, pertencer ao currículo acadêmico de certos cursos da Universidade.

Discutidas, portanto, na esfera da educação não-formal, as temáticas da revista configuram-se como “um processo sociopolítico, cultural e pedagógico de formação para a cidadania, entendendo o político como a formação do indivíduo para interagir com o outro e sociedade” (GOHN, 2014, p. 40). Nesse sentido, os processos de ensino e de aprendizagem envolvem algo muito maior que apenas o contexto das salas de aula e instituições de ensino.

A escolha da revista digital como produto educacional e como meio para divulgar e circular conhecimentos, foi feita primeiramente por conta da formação acadêmica da proponente desse trabalho – em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo – e, segundo, pela compreensão da revista como um produto versátil capaz de alcançar diferentes públicos. Ainda, pesquisadoras do jornalismo de revista, como Scalzo (2003) e Ali (2009), apontam o artefato como um meio de comunicação que tem como prerrogativa a abordagem dos assuntos com profundidade, uma maior relação de proximidade e familiaridade com o leitor, uma linguagem clara e objetiva, entre outras. Assim, compreende-se que a revista também pode ser usada no contexto da educação não-formal, pois suas características têm potencial para promover o entendimento dos assuntos tratados e auxiliar no envolvimento e na motivação do público. Segundo os meios de abordagem dos

conteúdos na revista é possível auxiliar e promover o processo de reflexão e de senso crítico nos indivíduos em relação aos problemas que estão presentes na Instituição e na sociedade, de modo geral.

Os públicos da revista produzida são: (i) alunos(as) de graduação e pós-graduação: de todas as áreas de ensino; (ii) docentes: de todas as áreas; (iii) técnicos(as) e demais servidores(as) públicos; (iv) prestadores(as) de serviços: profissionais terceirizados, donos(as) de lanchonetes/restaurantes; e (v) pessoas que transitam pela Cidade Universitária (visitantes): envolve pais de alunos(as), pessoas que praticam caminhada/corrída, dentre outros.

A revista foi desenvolvida com *layout* e programação que se assemelha a de um *website* e pode ser acessada por meio dos navegadores Google Chrome e Mozilla Firefox. Está estruturada a partir de cinco seções: Percepção, Fato, Complexidade, Reflexão e Atitude. A ideia é que seja lançada uma edição a cada seis meses. No Documento de Área de Ensino, da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), no item que descreve as categorias de produtos educacionais desenvolvidos no âmbito de mestrados profissionais, a revista produzida para este trabalho se enquadra na categoria de “materiais textuais”.

De acordo com dados do Portal de Periódicos da Universidade Federal do Pará¹, a Instituição possui atualmente 16 revistas científicas, conforme detalhado no Quadro 1.

¹ Endereço do Portal de Periódicos: <https://periodicos.ufpa.br/>.

Quadro 1 - Periódicos da UFPA

REVISTA	UNIDADE RESPONSÁVEL	PERIODICIDADE
Amazônia: Revista de Educação em Ciências e Matemáticas	Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Matemáticas	Semestral
Nova Revista Amazônica	Programa de Pós-Graduação em Linguagens e Saberes na Amazônia	Quadrimestral
Revista Agroecossistemas	Núcleo de Meio Ambiente (NUMA)	Semestral
Agricultura Familiar: Pesquisa, Formação e Desenvolvimento	Programa de Pós-Graduação em Agriculturas Amazônicas	Semestral
MOARA	Programa de Pós-Graduação em Letras	Semestral
Complexitas – Revista de Filosofia Temática	Grupo de Filosofia Temática (GFT) da Faculdade de Filosofia	Semestral
Amazônica - Revista de Antropologia	Programa de Pós-Graduação em Antropologia	Semestral
Revista Margens Interdisciplinar	Programa de Pós-graduação em Cidades, Territórios e Identidades	Semestral
Arteriais	Programa de Pós-graduação em Artes	Semestral
Revista Brasileira de Análise do Comportamento	Programa de Pós-Graduação em Teoria e Pesquisa do Comportamento	Semestral
Revista ExperimentArt	Grupo de Estudos e Pesquisa Cultura e Subjetividade no Ensino de Ciências, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Matemáticas	Semestral
Revista Conexões de Saberes	Programa Conexões de Saberes: diálogo entre a Universidade e as Comunidades Populares e pelo Programa de Educação Tutorial Interdisciplinar	Semestral
Novos Cadernos NAEA	Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA)	Semestral
Hendu – Revista Latino-Americana de Direitos Humanos	Vinculada ao consórcio Latino-Americano de Pós-Graduação em Direitos Humanos, produzida pela UFPA e a Universidade do Vale do Rio dos Sinos	Semestral
RVE - Revista Ver a Educação	Instituto de Ciências da Educação	Semestral
Revista Tucunduba	Diretoria de Apoio à Cultura da Pró-Reitoria de Extensão	Semestral

Fonte: elaborado pela própria autora.

Essas revistas são produzidas por institutos e programas de pós-graduação, destinadas à publicação de trabalhos de pesquisadores(as) e alunos(as), além da divulgação de pesquisas e estudos de cunho científico. Há, ainda, a revista “Beira do Rio”, produzida pela Assessoria de Comunicação da UFPA que, diferente das demais, não é científica e aborda assuntos referentes à Instituição de maneira geral, principalmente no que se refere aos avanços nas áreas de ensino,

pesquisa e extensão. Esta revista pode ser considerada ainda de divulgação científica.

Diferente do que já existe e circula pela UFPA, a revista, produto desse trabalho de mestrado profissional em ensino, tem como foco assuntos relacionados à Cidade Universitária e à comunidade acadêmica, que são transversais e de interesse geral. Sendo assim, no que tange aos aspectos criativos do produto, é possível destacar a dimensão da “originalidade”, “estética” e “aplicabilidade”. Besemer e Treffinger (1981), ao sistematizar uma proposta de critérios para avaliar a criatividade de produtos, incluem a originalidade como sendo a infrequência de um produto tomando um contexto ou população específica. Portanto, apesar de existir revistas na UFPA, nenhuma delas aborda os assuntos e temas com o viés proposto neste trabalho, então, o produto pode ser considerado criativo nesse aspecto.

É importante destacar que ao realizar uma busca em repositórios institucionais como UFRGS Lume, Biblioteca Digital USP, além do Google Acadêmico, para identificar trabalhos correlatos, no âmbito de mestrados profissionais em ensino, apenas um trabalho foi identificado: um pesquisador do Rio de Janeiro que propôs a produção de uma revista digital para o ensino de Bioquímica. Com isso, percebe-se que há originalidade também no âmbito do desenvolvimento de pesquisas, já que não foi encontrada nenhuma outra proposta semelhante ao que se buscou desenvolver.

Em relação à dimensão estética, Besemer e Treffinger (1981) apontam que ela envolve o grau de aperfeiçoamento do produto, como ele é desenvolvido e o que pode despertar de sensações no público. Uma das preocupações da revista, desde a construção da identidade visual e marca, foi tornar a experiência de leitura agradável e envolvente, tendo atenção aos princípios básicos do design, para assim facilitar a compreensão do público sobre os assuntos presentes na edição. Já a dimensão aplicabilidade, corresponde a quão importante o produto é para o público e sua aplicação no contexto do usuário. Entende-se que a revista pode ser considerada criativa nesse sentido, pois está adequada à realidade da comunidade da UFPA e é relevante no sentido de levar informações de assuntos que estão presentes no cotidiano da Instituição.

Para a concepção do produto foi necessário perpassar por várias etapas metodológicas que consistiram na elaboração de um instrumento para análise de percepção sobre os problemas na UFPA e coleta de dados com a comunidade, definição dos requisitos do produto, estruturação do plano editorial da revista, concepção do primeiro número da revista, publicação e validação.

Desse modo, a dissertação está organizada em três capítulos. No primeiro é discutida a

trajetória histórica da revista como meio comunicativo utilizado para circular e divulgar informações, são apresentadas suas características e especificidades. O segundo capítulo aborda o problema da superpopulação de cães, a partir da perspectiva que envolve saúde pública e bem-estar animal, fazendo aproximação com o que ocorre na Universidade Federal do Pará. Já o terceiro e último capítulo, apresenta o processo de desenvolvimento da revista digital Inter Olhares, como fruto dessa pesquisa, detalhando o percurso metodológico trilhado, bem como as expectativas para as próximas edições. A dissertação é concluída com as considerações finais sobre o trabalho produzido abordando os desafios, dificuldades e perspectivas futuras.

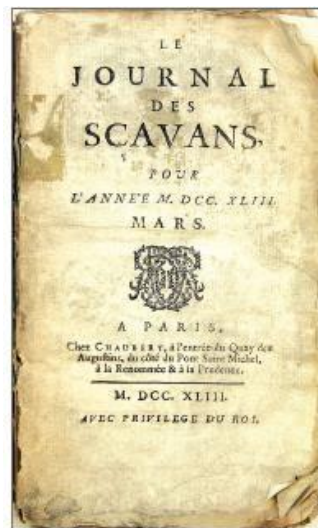
1 REVISTA COMO MEIO DE DIVULGAÇÃO E SOCIALIZAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Neste capítulo será discutido como a revista se constituiu e se consolidou ao longo dos séculos como meio para divulgar e socializar informações de diferentes naturezas. Para isso é feito um relato de sua trajetória como produto e meio de comunicação na sociedade, mostrando suas transformações ao longo dos anos, principalmente em relação aos seus formatos e suportes, até migrar para o cenário digital, quando adquire nova linguagem.

1.1 DAS REVISTAS IMPRESSAS ÀS DIGITAIS

Os primeiros exemplares de revistas surgiram no século XVII, na Europa, mas pouco se assemelhavam ao que existe atualmente no mercado. Eram dirigidos à elite, um seletivo público de leitores formado por cientistas, pesquisadores e pessoas mais instruídas. De acordo com Ali (2009), o primeiro exemplar foi produzido na Alemanha, em 1663, durante o Iluminismo, se chamava "*Erbauliche Monats Unterredungen*" (Edificantes Discussões Mensais) e era destinado à publicação de hinos religiosos (Figura 2). Dois anos depois, apareceu no mercado a primeira revista científica "*Le Journal Des Sçavans*" (Jornal dos Letrados), na França, com a proposta de divulgar pesquisas, descobertas científicas, estudos sobre anatomia, obras literárias e outros assuntos.

Figura 2 - A primeira revista: "*Erbauliche Monats Unterredungen*"

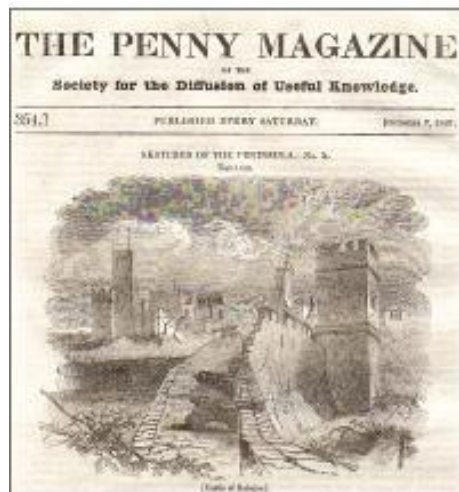


Fonte: Ali (2009).

Com o passar do tempo, os temas foram ampliados, surgiram edições sobre a vida na corte, objetos de luxo e etiqueta, como a revista “Le Mercure Galant” (O Mercúrio Elegante), criada em 1672, também na França. No século XVIII foi produzida na Inglaterra a primeira revista feminina, intitulada “*The Ladies Mercury*” (O Mercúrio das Damas), que pretendia fornecer conselhos amorosos e sentimentais, respondendo cartas de leitoras. A revista, até o século XVIII, era vista como um produto de entretenimento para as classes mais altas e alfabetizadas e, a partir daí, muitas publicações foram surgindo com conteúdo diversificado (ALI, 2009).

No século XIX, a sociedade começou a ter uma nova configuração social e econômica. De acordo com Ali (2009), as classes médias e baixas tiveram mais oportunidades de estudar e os índices de alfabetização cresceram consideravelmente. Em paralelo, também houve avanços no campo das máquinas e tecnologias, com isso, os donos de revistas modificaram a produção dos seus exemplares, diminuíram o custo e aumentaram o número de tiragens. Naquele período foram produzidas as primeiras revistas populares, levando entretenimento e informação a um número maior de pessoas, como a “*The Penny Magazine*” (A Revista do Tostão), criada em 1832, na Inglaterra (Figura 3). Ali (2009) cita que foi a primeira publicação de baixo custo dirigida à classe trabalhadora, divulgando, assuntos de interesse geral.

Figura 3 - “*The Penny Magazine*”, a revista popular



Fonte: Ali (2009).

Ali (2009) afirma que os livros, até então, eram mais caros e de difícil acesso à população, por conta disso, os jornais e revistas eram os meios que mais circulavam pelas famílias menos favorecidas economicamente. Os assuntos permaneciam variados, dependendo da proposta de

cada revista era possível encontrar assuntos como economia, cultura, ensaios literários, arte, dentre outros.

No Brasil, o século XIX representou um período importante, pois em 1808 circulou a primeira publicação impressa no país, o jornal “*Correio Braziliense*”, de cunho político. A publicação foi um afronte para a Coroa de Portugal que era contra a imprensa e a liberdade de expressão. O jornal foi todo produzido de forma clandestina por José Hipólito da Costa, ex-funcionário do governo português que foi perseguido pela Inquisição. Nesse período, também foram produzidas as primeiras revistas ilustradas (Figura 4), pois até o século XVIII o visual das edições era formado apenas por tipografias diferentes. Esse fato foi um grande marco, principalmente para fortalecer a relação das revistas com o público leitor. Ali (2009) cita que pela primeira vez o público poderia enxergar algo que aconteceu ou que estava bem longe dele. A autora afirma, ainda, que os ilustradores eram considerados verdadeiros ídolos da sociedade, comparando com a afetividade que se tem hoje em relação aos atores de novelas. Em 1890, com a invenção da fotografia, as ilustrações passaram a ser substituídas por fotografias.

Figura 4 - Ilustrações em publicações impressas



Fonte: Ali (2009).

Em 1881, na Inglaterra, a revista “*Tit-Bits*” (Notinhas) entra no mercado com uma nova configuração de formato. Conforme Ali (2009), ela é a primeira publicação com textos mais curtos e barata, de linguagem simples e acessível à população que estava se alfabetizando. A popularização

das revistas na sociedade, de maneira geral, se deu a partir de 1893, quando três editores nos Estados Unidos, aproveitando os avanços tecnológicos, as novas técnicas de fabricação de papel e o crescimento da indústria, passaram a vender revistas mais baratas e em grande quantidade. Ali (2009) explica que os americanos desvendaram a verdadeira fórmula de fazer revista e lucrar com isso.

[...] vender uma revista atraente e necessária ao consumidor médio a preço baixo, até mesmo abaixo do custo, para aumentar significativamente o número de leitores e atrair as verbas de anunciantes interessados em promover os seus produtos para o grande público (ALI, 2009, p. 80).

A publicidade e a possibilidade das empresas inserirem anúncios nas revistas (Figura 5) fizeram com que a parte visual das publicações fosse aprimorada e colocada como uma das prioridades na produção dos exemplares. Ali (2009) cita que, a partir desse momento, houve uma maior preocupação com elementos gráficos como escolha da tipografia, estruturação do *layout* e imagens/ilustrações. Essa mudança também fez com que os leitores se sentissem mais motivados a comprar as revistas, uma vez que os conteúdos se tornaram mais atrativos. Assim, o comércio do produto cresceu consideravelmente e mais exemplares apareceram no mercado, com assuntos diferentes.

Figura 5 - Publicidade nas revistas



Fonte: Ali (2009).

Na metade do século XIX para o século XX, o entretenimento dividiu o lugar com o jornalismo de revista, como exemplos de publicações dessa natureza há a “*Time*”, criada em 1923, nos Estados Unidos, a “*Cruzeiro*”, de 1928, a “*Realidade*”, de 1966, e a “*Veja*”, de 1968, todas as três fundadas no Brasil. No início da trajetória das revistas, algumas publicações ensaiaram produzir notícias, principalmente de denúncias sobre eleições e corrupção, críticas aos governos, mas foi apenas no último século que passaram a publicar grandes reportagens investigativas, transformando o modo de produção do jornalismo. Os profissionais de comunicação tinham um tempo maior para escrever os textos, trabalhavam meses em uma única matéria, trazendo informações em profundidade, com riqueza em detalhes.

No século XXI, as revistas continuaram cada vez mais segmentadas, atendendo a públicos mais específicos. Ali (2009) aponta que as publicações sobre assuntos que envolviam simplicidade, espiritualidade e bem-estar eram tendências. A primeira revista nessa configuração foi a “*Real Simple*” (Realmente Simples), fundada em 2000, nos Estados Unidos, que traz assuntos relacionados a cuidados com a casa, crianças e bem-estar.

Em relação ao formato e suporte das revistas, com o avanço tecnológico do final do século XX e início do século XXI, as editoras de revistas impressas começaram a inovar e experimentar novas formas de distribuir suas edições e levar informações ao seu público, migrando seu conteúdo para o meio digital. Freire (2013), a partir de estudos de Antony Quinn, considera sete fases dessa migração, são elas: (i) revistas utilizando serviço de teletexto e *e-mail*, no início de 1980; (ii) era da produção digital, com o advento dos programas de editoração eletrônica, no final de 1980; (iii) revistas em *CD-Room*, meados de 1990; (iv) *websites* de revistas; (v) revistas digitais *online*; (vi) era da extensão de marca, com perfis em redes sociais, já no ano 2000; e (vii) revistas digitais exclusivamente *online*, também a partir de 2000.

A primeira fase apontada por Freire (2013) refere-se ao período de circulação dos conteúdos das revistas por *e-mail* e teletexto. Segundo Dourado (2013), a primeira publicação a utilizar a mídia eletrônica foi a “*Arcon User Magazine*”, da empresa de computadores *Arcon*, em 1982. A editora enviava por correio eletrônico – *e-mail* – as informações do conteúdo impresso para assinantes. Já a revista “*Oracle*” utilizava o serviço de teletexto que, segundo a Dourado (2013), consistia em um serviço eletrônico que fornecia informações textuais por meio da tela, muito utilizado pelas

televisões (DOURADO, 2013).

No final de 1980, as revistas impressas passaram a utilizar programas de editoração eletrônica, como o *Adobe Pagemaker* e *Quark X-press* para transpor o seu conteúdo do impresso para o digital, considerada a segunda fase das revistas nesse cenário. Em seguida, houve o período de distribuição de publicação por *CD-Room*. No Brasil, segundo Freire (2013), era comum revistas desse tipo associadas a jogos eletrônicos ou informática, tais como os títulos “*Revista do CD-Room*” e “*PC Master*”. Essas primeiras estratégias e tentativas não obtiveram sucesso na comercialização, pois o público não conseguiu se familiarizar com as tecnologias e nem com a forma de distribuição das informações, que eram pouco atrativas (FERREIRA e BRIGNOL, 2014).

As grandes mudanças ocorreram apenas após o advento da Internet, período no qual percebeu-se a oportunidade de os conteúdos impressos serem incorporados nos *websites, online*. Cunha (2011) relata que em 1995 apareceram os primeiros *sites* para revistas impressas. No Brasil, a revista “*Manchete*” foi a pioneira a criar uma página virtual para divulgar seu conteúdo, o “site foi resultado de parceria do empresário Adolpho Bloch, dono da revista, com o Banco Rural, que disponibilizou espaço na página <http://br.homeshopping.com.br/bloch>” (CUNHA, 2011, p. 31). Em seguida, uma grande quantidade de revistas passou a disponibilizar seus conteúdos nesse território novo como a “*Isto É*”, a “*Veja*” e outros títulos da Editora Abril, tais como “*Exame*” e “*Superinteressante*”.

Nesse contexto também surgiram diversos portais de conteúdos e provedores de Internet que hospedaram as revistas, como o *Portal UOL*. No início do ano 2000, o portal já contava com mais de 120 revistas hospedadas. As páginas das revistas na *web* possuíam “uma réplica dos mesmos textos encontrados na edição impressa, além de serviços de *chat* e fóruns de debate” (CUNHA, 2011, p. 31), iniciou-se a fase das revistas digitais *online*.

Alencar e Santos (2014) destacam que quando as revistas passaram a veicular seu conteúdo em páginas na *web*, a navegação ainda era bastante limitada por conta da velocidade de conexão. Naquele período não existia opção para *download*, por exemplo. A partir de 2000, os avanços das tecnologias para Internet e dispositivos móveis – como tecnologia 3G, banda larga, *Wi-fi* – permitiram que os aparelhos fossem utilizados também como plataformas para que as revistas pudessem divulgar seus conteúdos. Nesse período, considerado por Freire (2013) como “era da extensão da marca”, as revistas abriram mais janelas de divulgação como perfis em redes sociais. O

início do século XXI foi marcado ainda pelo nascimento das revistas digitais exclusivamente *online*, como a revista masculina “*Monkey*”, de 2006, produzida no Reino Unido.

Dourado (2013) relata que em 2009 e 2010 também apareceram no mercado os aplicativos (App) e os primeiros *tablets*, que possibilitaram que as revistas fizessem, novamente, alterações na sua configuração. Cunha (2011) explica que as editoras de revistas iniciaram a criação de aplicativos para que as pessoas pudessem acessar tanto o conteúdo de sua página na *Internet* “de forma personalizada e adaptada para o dispositivo, quanto para disponibilizar edições avulsas, que são vendidas na banca e, a partir de agora, disponibilizadas para o formato digital” (CUNHA, 2011, p. 55). Esse autor relata que a revista “*Época*” foi a primeira a criar um aplicativo para *Ipad*, o “*Época Digital*”.

Em termos de interface, a “*Época Digital*”, como foi chamada a primeira versão do aplicativo, pretendeu ser diferente dos demais já disponíveis, principalmente porque não pretendia apenas replicar o conteúdo impresso, no formato de PDF rico (com efeito de *Flip page*, simulando a virada de página, comum das revistas online para *desktops*), mas utilizar todas as funcionalidades do *tablet* (CUNHA, 2011, p. 55).

No cenário digital, as revistas não alteraram apenas o meio de divulgação de informações, não houve apenas a substituição do papel para os *bits* da Internet ou interface de celulares e demais dispositivos móveis, mas foram aprimoradas as formas de produção dos conteúdos e a linguagem do material disponibilizado. Essa migração para o meio digital se fez necessária pelo desenvolvimento das tecnologias, exigências do mercado e do público leitor, que passou a utilizar com mais frequência a Internet e outros dispositivos móveis para se informar. Assim, um dos principais desafios das revistas, como meio de circulação de informações, é pensar na melhor maneira de apresentar os seus conteúdos levando em conta as especificidades desse novo meio, bem como gostos e preferências do público leitor (NATANSOHN e CUNHA, 2010).

Ao revisitar o histórico das revistas, é possível perceber que esse veículo passou por várias transformações, acompanhando sempre as constantes mudanças econômicas, culturais e sociais do Brasil e do mundo. Superaram tempos difíceis para imprensa e se mantiveram sólidas no mercado, mesmo com o advento de novas mídias como o rádio, televisão e a Internet, se adaptando às novas demandas. Apesar das tantas modificações e adequações, percebe-se que a essência da revista, bem como suas características editoriais, permaneceram as mesmas.

1.2 CARECTERÍSTICAS E COMPONENTES DE UMA REVISTA

A reflexão sobre a configuração e o papel da revista ao longo dos séculos, demonstra a dificuldade em encontrar uma definição do que seria de fato uma revista. Autores, como Scalzo (2003) arriscam defini-la como “um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento” (SCALZO, 2003, p. 11). As revistas “cobrem funções mais complexas que a simples transmissão de notícias. Entretêm, trazem análise, reflexão, concentração e experiência de leitura” (SCALZO, 2003, p. 13).

Atualmente, há diversos meios e mídias que proporcionam a ampla circulação de notícias e informações, como o jornal, o livro, a revista, o rádio, a televisão e a Internet. Cada um desses meios apresenta especificidades e tem maneiras distintas de socializar as informações com o público. No caso das revistas, há características de temporalidade e expansividade que são essenciais. “No âmbito das mídias impressas, a revista semanal ou mensal ocupa um lugar definido entre o imediatismo do jornal e a durabilidade do livro” (ROSSI, 2008, p. 13). Assim, a revista de cunho informativo e jornalístico é capaz de preencher as lacunas informativas deixadas pelas coberturas dos jornais, rádio e televisão, podendo ter ainda mais profundidade e credibilidade do que as informações circuladas em portais de notícias da Internet.

Ainda, a revista impressa se configurou com o passar dos anos como “um produto jornalístico distinto, bem como adquiriu e reforçou marcas particulares que lhe proporcionam um lugar diferenciado no rol de opções informativas disponíveis no âmbito midiático” (TAVARES e SCHWAAB, 2013, p. 27). Outro ponto que diferencia a revista dos outros meios é a sua periodicidade, que pode ser semanal, quinzenal, mensal ou semestral. Justamente por não possuir produção e circulação diária de seus exemplares, as revistas costumam abordar temas com maior profundidade.

É sempre necessário explorar novos ângulos, buscar notícias exclusivas, ajustar o foco para aquilo que se deseja saber, conforme o leitor de cada publicação. Nas redações de jornais ou de telejornais, quando acontece um terremoto, por exemplo, tudo treme. É preciso correr e dar a notícia em cima da hora. Nas revistas, a redação não treme. Ou treme bem menos. Se for falar do terremoto, será necessário descobrir o que ninguém sabe sobre ele, explicá-lo de forma diferente (SCALZO, 2003, p. 41).

O relacionamento com o público também é um atributo marcante da revista como meio para divulgar e socializar informações. A revista, como nenhum outro meio, “estabelece um clima de

intimidade e amizade, inspiram lealdade e afeto” (ALI, 2009, p. 24). Para manter essa relação com os leitores, as boas revistas estudam o seu público, descobrem seus gostos, interesses, costumes, fazem disso uma estratégia editorial. Por conta disso também é observado que as revistas estão cada vez mais segmentadas, são produzidas para públicos específicos e bem definidos, com interesse em comum.

Apesar das especificidades da revista e da representatividade dela como um meio para divulgar informações, é possível observar que o número de circulação de títulos no Brasil reduziu nos últimos anos. De acordo com informações divulgadas pelo Grupo de Mídia de São Paulo (2018), em 2016 circulavam 15.712 títulos e, em 2017, esse número caiu para 5.074. Scalzo (2013) explica que, com as novas exigências do mercado, com mais concorrência, somente se mantêm vivos os títulos que apresentam objetivos e missão bem definidos, bem como fidelizam a relação com os seus leitores.

No mercado do Brasil e do exterior, Ali (2009) divide os tipos de revistas em três grupos principais:

- *Revistas de consumo*: criadas para consumo popular e podem ser classificadas em: (i) *revista de interesse geral*: semanais de notícias, televisão ou celebridades; (ii) *revistas segmentadas*: destinada a públicos determinados como mulheres, homens e jovens; e (iii) *revistas segmentadas por interesse*: automobilismo, culinária, fotografia, dentre outros.
- *Revistas profissionais*: dirigidas a um público específico como advogados, médicos e publicitários.
- *Revistas de empresas e organizações*: produzidas para a comunicação com funcionários, clientes, parceiros com o objetivo de divulgar suas ações e produtos, bem como estreitar o laço com seu público.

Além das citadas, há ainda, segundo a autora, os suplementos de jornais, que costumam vir acompanhados de jornais impressos e os zines, que são publicações de baixo custo dirigidas a um

pequeno grupo. Apesar de haver diferentes tipos e formatos de revistas, o processo de construção e elaboração das publicações, bem como os componentes constitutivos dos exemplares são similares.

1.2.1 Componentes gerais de uma revista

Independente de ser impressa ou digital, alguns componentes da revista permanecem essenciais e constantes em ambas as versões, como mostra o Quadro 2. Esses elementos são responsáveis por estabelecer a essência da revista, por facilitar o reconhecimento do leitor, entre outros.

Quadro 2 – Principais componentes da revista

PRINCIPAIS COMPONENTES DA REVISTA
Plano editorial: a razão de ser, definição da identidade.
Título: traduz o conceito da revista.
Recursos visuais: o <i>grid</i> , a imagem, a tipografia e as cores.
Elementos internos: capa e seções.

Fonte: elaborado pela própria autora.

1.2.1.1 Plano editorial e título

O processo de concepção de uma revista, o seu percurso até chegar nas mãos do leitor, se dá por meio de várias etapas iniciadas no planejamento do seu plano editorial. Essa fase é uma das mais importantes, pois delimita a missão, os valores, a linguagem e também ajuda a estabelecer a identidade da revista. “É o plano editorial que vai alimentar o plano de negócios e, por consequência, deve representar a visão exata da redação sobre a publicação, e sua relação com o leitor. O plano estabelece a missão, objetivos e a fórmula editorial” (SCALZO, 2003, p. 61).

A missão de uma revista é a sua base, segundo Ali (2009) é ela que comanda toda a produção, é o único elemento que deve permanecer sem qualquer tipo de alteração. O texto da missão deve conter o objetivo ou função da revista: informar, entreter, defender uma causa; deve deixar claro quem é o seu público leitor: homens, mulheres, adolescentes e o tipo de conteúdo. A partir dessa definição é possível pensar e planejar os outros elementos que constituem uma revista, como o título e a fórmula editorial.

O título é um elemento muito importante da revista. A mesma autora enfatiza que ele traduz o conceito, a identidade e o posicionamento da publicação. De acordo com Ali (2009), não há regras para a sua criação, entretanto, algumas recomendações como a preferência por títulos curtos e que possa dar ao leitor uma ideia clara da proposta da revista são significativas. É importante também fazer uma pesquisa de mercado, observar como os concorrentes estão se posicionando e pensar em algo diferente do que já existe.

1.2.1.2 Recursos visuais da revista

O visual, a disposição das informações, as cores, a tipografia e as imagens são os componentes importantes para atrair o leitor e promover uma comunicação adequada. Ali (2009) define esses elementos como parte do formato das revistas, eles juntos formam a sua linguagem. Os elementos gráficos, mais do que atrair a atenção, servem para surpreender, encantar e transmitir mensagens. A autora enfatiza que o leitor, ao ler uma revista, não separa o texto da parte gráfica e visual, a publicação é vista de forma integrada, sendo uma estrutura única. Dessa forma, para que a revista consiga atingir seus objetivos e estabelecer uma comunicação adequada com seus leitores, é necessário equilibrar todos os seus componentes, exemplificados por Ali (2009) como: “mensagem, linguagem, imagem, tipografia, espaço, cor, sequência, contrastes e ordem” (ALI, 2009, p. 65).

O responsável pela parte visual das publicações é o *design editorial*, considerado uma subárea do *design gráfico* que, por sua vez, consiste em “um processo de articulação de signos visuais que tem como objetivo produzir uma mensagem – levando em conta seus aspectos informativos, estéticos e persuasivos” (GRUSZYNSKI, 2008, p.23). A mesma autora cita que o *design editorial* é o campo que compete o desenvolvimento de projetos de livros, jornais e revistas.

O *design editorial* de revistas é constituído por etapas, tendo como ponto de partida o *briefing* que, de acordo com Gruszynski e Chassot (2006), é um documento com todas as informações necessárias para a elaboração do projeto incluídos público, verba, concorrentes, objetivos, preferências do cliente sobre cores, formatos, dentre outros. O *briefing* deve estar alinhado ao plano editorial. Em seguida, o processo de desenvolvimento do projeto de *design* da revista passa pela fase da pesquisa, definição de conceito, desenvolvimento/execução e produção.

Este processo estrutura o projeto gráfico da publicação, que estabelece padrões para o

layout a partir da determinação de uso – e relação – de diferentes elementos gráficos e visuais como a tipografia, os espaçamentos, o *grid*, as imagens e cores. Esses elementos devem ser definidos a partir de fatores relacionados a

princípios de legibilidade, ritmo, harmonia, coerência visual; ao conteúdo publicado e aos temas mobilizados, cujo conteúdo gráfico é revisto a cada edição; por interesses e necessidades do seu público-alvo e por critérios de edição (CALZA, 2015, p. 161).

Fetter (2011) explica que o projeto gráfico deve conter todos os elementos gráficos que servirão de base para as diferentes edições da revista, assim, todas terão uma identidade visual única. Essa identidade fortalece a relação com o leitor que passa a se identificar com as características visuais da publicação. Por meio do projeto gráfico, as revistas adquirem uma essência e, assim, são reconhecidas pelo leitor, mesmo que uma edição seja diferente da outra, pois o projeto gráfico deve permitir que o profissional faça variações a partir do padrão preestabelecido, podendo inovar a cada exemplar.

Gruszynski e Chassot (2006) consideram três os elementos principais do projeto gráfico que reforçam a identidade e características de uma edição de revista, são eles: o *grid*, a tipografia e as imagens. O *grid* funciona como linhas invisíveis na página e atua de forma a organizar o conteúdo, delimitando o número de colunas, o espaçamento entre elas, a espessura das margens. Dificilmente uma publicação periódica será organizada sem o uso de um *grid* preestabelecido, pois “mais do que alinhar os elementos, ele estabelece proporções e hierarquias que dirigem tanto a produção quanto a leitura que se fará daquela página (FETTER, 2011, p. 62). O *grid*, para Gruszynski e Chassot (2006), é o responsável por dar unidade às diferentes edições da revista.

O segundo elemento é a escolha da tipografia. A palavra “tipografia” vem do grego *typos*, que significa “forma” e *graphein* “escrita”, pode ser compreendida como a “composição e impressão de textos por meio de tipos, bem como a criação e produção desses tipos. Tipos, por sua vez, são letras e outros sinais gráficos gravados em suportes físicos ou digitais” (ALI, 2009, p. 45). Normalmente, no projeto gráfico de revistas, são escolhidas famílias tipográficas para dar forma ao conteúdo textual. Para Gruszynski e Chassot (2006) essas famílias abrangem caracteres semelhantes em relação à forma, com pequenas variações de tamanho, corpo e inclinação. “Cada família tem uma personalidade e um estilo, que ajudam a transmitir visualmente a mensagem pretendida” (GRUSZYNSKI; CHASSOT, 2006, p. 37). Além disso, elas também conseguem expressar de forma mais

clara o significado do texto e tornar a leitura mais dinâmica.

O terceiro elemento são as imagens. De acordo com Gruszynski e Chassot (2006), no projeto gráfico as imagens podem assumir diversas funções como destacar objetos do texto; descrever cenários, pessoas; narrar cenas, situações; representar uma ideia, revelar emoções, dentre outros. Ali (2009) aponta que a seleção de imagens – incluídas ilustrações, gráficos e infográficos – deve ser feita com muito cuidado, tendo um propósito estabelecido.

Assim como as imagens, outro elemento visual importante são as cores. A cor pode “expressar uma atmosfera, descrever uma realidade e codificar uma informação” (GOLFETTO, 2011, p. 36). Nesse sentido, é necessário pensar a utilização das cores para além dos fins estéticos, é essencial prezar pela finalidade comunicativa das cores. Segundo Golfetto (2011), ainda, o mau uso das cores pode prejudicar o entendimento da mensagem, causando problemas de interpretação.

1.2.1.3 Das primeiras às últimas páginas: elementos internos da revista

A capa é um dos componentes pensados no plano editorial e no projeto gráfico, sendo considerada a vitrine das revistas. Scalzo (2003) afirma que a capa deve apresentar um resumo da edição e a chamada principal/manchete, pois ela é capaz de aproximar ou afastar o leitor. A capa deve transmitir a identidade da revista para o seu público, deve passar a ideia do conteúdo abordado na edição. A capa de revista “é o elemento isolado mais importante para estabelecer a sua imagem; é provavelmente a primeira e melhor oportunidade para atrair o leitor na banca, fazer o assinante abrir no meio da correspondência” (ALI, 2009, p. 68).

As características visuais da capa são muito importantes para trazer familiaridade ao leitor, ele deve estabelecer padrões para disposição dos seus elementos (ALI, 2009). Normalmente, as capas apresentam o logotipo da revista reforçando a sua identidade, os dados da edição – preço, código de barras, número, ano – uma imagem representativa capaz de dar ideia ao leitor do que será tratado nas páginas seguintes ou que reforce a essência da revista, chamadas de capa e recursos cromáticos (CALZA, 2015).

Em relação às chamadas de capa, não há regras para a quantidade. Há revistas no mercado que investem nesse elemento e outras que preferem deixar a capa mais limpa, com pouco texto. Ali (2009) destaca que se a ideia é usar chamadas, então elas devem ser legíveis, para isso expõe três regras básicas: (i) tipografia clara; (ii) fundo contrastante/uniforme; e (iii) chamada principal visível

a pelo menos três metros de distância. Já o texto precisa ser atraente, envolvente, expressar uma emoção e ser objetivo, sem duplo sentido. A autora acredita que as capas não precisam de muitos elementos, pois informações demais podem afastar o leitor, entretanto, cada publicação tem características diferentes, conforme seus objetivos.

A capa pode ter a sua importância, entretanto, de nada adiantaria ter uma primeira página bem estruturada se as demais também não tivessem um projeto de *design* bem feito e uma organização visual planejada. O miolo, como é chamado o conteúdo entre a capa e contracapa, é o que o leitor busca depois ler as chamadas da capa. Assim, “conquistar um público cativo que garanta o sucesso da revista depende de fazer o leitor sentir-se parceiro de uma jornada. As etapas dessa aventura se desenrolam pouco a pouco, com cada seção e cada matéria” (ALI, 2009, p. 75).

Como já explicitado, o plano editorial define quais seções a revista terá e o tipo de conteúdo que cada uma abordará. As seções normalmente são fixas, mas dependendo da edição pode haver acréscimos ou alterações. De acordo com Ali (2009), as seções fixas reforçam a personalidade da revista e ajudam a estabelecer a relação de familiaridade com o leitor. O sumário é um exemplo de seção fixa que está presente nas primeiras páginas das revistas, pode ser comparado com o cardápio da edição, apresentando tudo o que será abordado nas próximas páginas e guiando o leitor até os assuntos de seu interesse. O recomendável, segundo a autora, é que o sumário tenha uma hierarquia visual clara e apresente os assuntos mais relevantes da edição.

Nas primeiras páginas também consta o expediente da revista, com a relação dos nomes e cargos de todas as pessoas que trabalharam na sua produção. Uma forma de reconhecer e dar crédito ao trabalho de todos. Há ainda o espaço reservado para a coluna do editor. Geralmente o texto é simples, com linguagem clara e acessível, é o momento em que o editor estabelece uma conversa, um diálogo com os leitores relatando sinteticamente a essência da edição. A coluna pode chamar atenção para o conteúdo, contar sobre os bastidores da produção da revista, comentar os temas principais da edição e apresentar novos colaboradores. O espaço também é utilizado para avisar ao leitor sobre possíveis mudanças e novos rumos da publicação (ALI, 2009).

Em seguida, são estruturadas as seções da revista que podem apresentar colunas, matérias, reportagens ou outro tipo de conteúdo, que varia de acordo com a publicação. Sobre as matérias, Ali (2009) pontua:

- *Matéria noticiosa*: refere-se a notícias que aconteceram no mundo, de forma geral. A autora destaca que uma das características dessas matérias publicadas em revistas é a preocupação com o estabelecimento de um elo com o leitor, o cuidado de fazer com que o acontecimento ou o assunto sejam realmente entendidos. As notícias também possuem um certo teor de exclusividade, uma vez que há um tempo maior de apuração. O jornalista pode conseguir informações com maior profundidade, trazer depoimentos inéditos, entrevistas exclusivas, dentre outros.

- *Reportagem investigativa*: são matérias mais apuradas que demoram mais tempo para serem finalizadas, podem ser baseadas em pesquisas ou investigações de cunho jornalístico. “Elas expõem um escândalo, fazem denúncias, revelam a incompetência na gestão dos recursos públicos, abuso de poder, crimes ambientais, corrupção política, crimes contra o consumidor, entre outras questões” (ALI, 2009, p. 70).

- *Celebridades*: notícias, fatos e fofocas sobre o meio artístico.

- *Enquete ou debate*: destinada a discussão de um assunto por um grupo um grupo de pessoas.

- *Depoimento*: geralmente são narrativas realizadas em primeira pessoa com o relato de uma experiência.

- *Ensaio*: texto curto produzido sobre crítica literária, manifestos políticos ou reflexões, expondo a opinião do autor.

- *Autoajuda*: informações e reflexões que ajudem o leitor a passar por situações/mudanças/transições.

- *Listas*: apresenta uma relação de coisas para comprar, lugares para visitar, razões para fazer ou não fazer algo.

- *Serviço*: matérias que partem das necessidades do público leitor, são informativas e podem influenciar comportamentos, dar dicas como cuidar da casa, das finanças ou começar um projeto novo, por exemplo.

Ali (2009), ainda, distingue matérias relacionadas à moda, saúde, beleza, viagem e decoração; e além delas, aponta a diferença dos conteúdos de reportagens. As reportagens são mais longas que as matérias, apresentam mais detalhes, exploram o assunto a partir de vários ângulos e demoram mais tempo para serem produzidas, exigem mais pesquisa, apuração de dados e fatos. Nesse contexto, o jornalista deve buscar informações por meio de diversas fontes e, provavelmente, realizar entrevistas com estudiosos ou pessoas envolvidas no assunto.

As colunas são outro tipo de conteúdo que pode estar presente nas revistas e normalmente contam com o auxílio de colaboradores para ser escrita. Podem abordar diferentes assuntos – economia, autoajuda, gastronomia, ciência, educação – sempre expondo a opinião de um autor.

Independentemente do tipo de conteúdo, contudo, é necessário que haja cuidado com a linguagem textual adotada nas seções. Segundo Scalzo (2003), o texto de revista é diferente do texto de jornal, televisão ou qualquer outro meio. Ele precisa conter informações exclusivas, apuradas e, principalmente, atender às necessidades e desejo do leitor. “Em revista, bom texto é o que deixa o leitor feliz, além de suprir suas necessidades de informação, cultura e entretenimento” (SCALZO, 2003, p. 76). O texto também precisa ser claro, acessível, “livre de palavras cansativas, colocações desnecessárias e descrições extensas” (ALI, 2009, p. 73).

1.2.2 Especificidades da revista digital

Como já apontado, as revistas acompanharam os avanços tecnológicos e o ritmo da sociedade, passando a usar diferentes mídias para divulgar e comercializar seus conteúdos. No ambiente digital, as publicações adquirem novos formatos, novas características e nova linguagem. O primeiro formato das publicações nas páginas *web* foi o “*Portable Document Format*” (PDF), permitindo que a revista fosse visualizada tal como foi criada. Esse formato é utilizado até hoje por muitas revistas, como, por exemplo, a “*Woof!*”². Natansohn et al. (2010) afirmam que umas das

² Endereço: www.woofmagazine.net

desvantagens do PDF é que ele não possui muita interatividade, além de permitir “linkar” páginas do próprio documento.

Nesse contexto, o lançamento do *Flash* possibilitou ampliar a interatividade e a relação com o leitor de revistas na *web*. A tecnologia “permite exibir conteúdo multimídia, principalmente animações, deixando o arquivo final relativamente mais leve” (CUNHA, 2011, p. 35). Um dos seus recursos mais reconhecidos do *Flash* é o *Flip page*, uma animação que simula o folheio de página e que foi muito utilizado, pois proporcionava uma experiência diferente ao leitor e o fazia lembrar da versão impressa. A revista “*Meio Digital*”, por exemplo, criada em 2000 e publicada pela editora Meio & Mensagem, investia em recursos em *Flash* e cada página folheada apresentava animações no título, texto e/ou imagens.

Natansohn et al. (2010), ainda, apontam outras vantagens do uso do *Flash* na divulgação de publicações, em comparação ao PDF, como a usabilidade e a leitura, uma vez que o PDF precisa de um programa leitor para o conteúdo poder ser visualizado que é mais pesado do que o *plugin* necessário para visualizar arquivos em *Flash*. Em relação à leitura, o *Flash* é carregado gradativamente, conforme a navegação do leitor, já o PDF precisa ser completamente baixado para permitir a leitura. Entretanto, no sentido da comercialização, o formato PDF acaba se tornando mais seguro, pois salvar os arquivos é mais fácil, não precisa de outras ferramentas e o *Flash* depende de conhecimentos técnicos mais específico. Por conta disso, algumas empresas passaram a oferecer o serviço de publicação de revistas na *web* em *swf*, terminações de arquivos produzidos no *Flash*.

A revista “*Monkey*”, no entanto, já nascida nesse ambiente virtual, passou a inovar na divulgação do conteúdo, incluindo a inserção de vídeos que podem ser assistidos diretamente nas páginas, há jogos interativos e elementos do conteúdo que podem ser girados em 360° (NATANSOHN ET AL., 2010). Esse tipo de publicação se distancia das versões impressas e aproveita com mais profundidade os recursos e possibilidades do ambiente da *web*. Busca tornar o seu conteúdo atrativo e proporciona experiências diferenciadas aos leitores que passam a ter novas formas de interagir e consumir as informações presentes na revista.

Em relação aos suportes, devido aos avanços tecnológicos e possibilidades de conversões de arquivo, as edições de revistas na *web* puderam ser compartilhadas tanto em páginas *web*, como em *sites* e *blogs*, além de redes sociais. Freire (2013) propõe o conceito de *site agregado*, definindo-o como o local em que as editoras inserem parte do conteúdo das revistas impressas, podendo

disponibilizar também a revista integralmente aos leitores. “Esse tipo de site pode variar com a utilização da rede apenas como uma *teaser* da revista de papel trazendo trechos das matérias ou apenas como uma representação da empresa com endereço comercial” (FREIRE, 2013, p. 49). Um exemplo de site de revista dessa natureza é o da “*Rolling Stones Brasil*”³ que apresenta matérias noticiosas, colunas sobre música e cultura, tudo vinculado à edição do mês, funcionando como um complemento da versão impressa.

Com o lançamento do *Ipad*, *tablets* e o desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis, as revistas puderam ampliar a forma de divulgar seu conteúdo, contando também com esses outros meios. Assim, a partir das variedades de formatos e suportes, Dourado (2013) classifica as publicações existentes no mercado que se autodenominam *revistas digitais*, dividindo-as em seis modelos, conforme apresentado no Quadro 3.

Quadro 3 – Modelos de revistas digitais

MODELO	DESCRIÇÃO
<i>Sites de revista</i>	Abrange as publicações que possuem site na <i>web</i> . Servem para intensificar a comunicação com os leitores, aprofundar conteúdos inseridos na edição do mês, dentre outros. Normalmente, disponibilizam a versão digital da edição em PDF, para assinantes.
<i>Webzines</i>	Esse modelo explora os potenciais e recursos do meio digital, investindo em animações, hipertextos e demais recursos multimidiáticos. Diferente dos sites de revista, apresentam a estrutura de uma revista impressa com capa, miolo e contracapa.
<i>Revistas portáteis</i>	São modelos de revistas adaptadas para as telas de celulares.
<i>Revistas expandidas</i>	Funcionam a partir de <i>tablets</i> e <i>Ipads</i> , complementando as versões impressas das publicações e trazendo alguns recursos multimídia.
<i>Revistas nativas digitais</i>	São as nascidas na era digital, oferecendo produções interativas, inovadoras e experimentais, já adaptadas para diferentes plataformas de acesso existentes na <i>web</i> .
<i>Revistas sociais</i>	Podem ser compreendidas como “revistas que são visualizadas através de <i>softwares</i> que rodam em sistemas operacionais de <i>tablets</i> ” (DOURADO, 2013, p. 96).

Fonte: adaptado de Dourado (2013, p. 96).

Cada modelo apresentado e descrito por Dourado (2013) possui características próprias e se diferem pela forma de disponibilizar o conteúdo – algumas utilizam como suporte apenas sites, outras os celulares, outras *tablets* e *Ipads*, há ainda aquelas que adaptam seu conteúdo para as diferentes plataformas existentes –, pela linguagem e pelos recursos multimídia e de interatividade

³ Endereço: <https://rollingstone.uol.com.br/>

que oferecem. Assim, como é possível notar a partir dessas colocações, não existe um padrão estabelecido para revistas digitais.

1.2.2.1 Em busca de um conceito de revista digital

Com tantos modelos diferentes, os pesquisadores estão encontrando formas de trazer definições e conceitos para o que seria de fato uma revista digital ou revista *online*. Pluinage e Horie (2012) partem do princípio de que para uma revista ser considerada digital, não basta disponibilizar na *web* um PDF estático com o seu conteúdo igual à sua versão impressa. “É necessário que a revista tenha, efetivamente, uma linguagem digital, e que reaja e responda aos toques do leitor na tela do dispositivo de leitura” (PLUVINAGE; HORIE, 2012, p. 15). Os autores complementam afirmando que as revistas digitais possuem elementos gráficos e editoriais das revistas impressas com recursos digitais, estabelecendo uma nova configuração e linguagem.

Paulino (2013) centra seu olhar no suporte e linguagem ao definir as revistas digitais. Para ela, “as revistas digitais são publicações para computador ou *tablet/Ipod* e/ou dispositivos móveis” (PAULINO, 2013, p. 93). A autora destaca que o componente principal da revista digital é a interatividade e, diferente dos autores citados acima, ela não menciona a necessidade de integrar características das publicações impressas.

Costa (2015), por sua vez, ao tentar compreender os diferentes modelos de revistas presentes nas redes e dispositivos móveis, foge do conceito revista digital e incorpora uma outra terminologia denominada *revista em multiplataforma*, sendo entendida como publicações que estão inseridas em diferentes plataformas de acesso e

[...] adequam seu conteúdo e/ou seu projeto gráfico, articulando suas características identitárias próprias de revista, em geral, e do veículo, em particular, às diferentes potencialidades oferecidas pelos novos dispositivos tecnológicos e às práticas a eles associadas (COSTA, 2015, p. 32).

Freire (2013), também, na tentativa de definir as revistas digitais, retoma as características das revistas apresentadas por Silber (2009), citando o consultor Bob Sacks:

- É medida. É paginada. Tem começo, meio e fim.
- É editada, ou tem curadoria.
- É editorada por designer.

- Tem data definida.
- É permanente. Uma vez criada, não pode ser mudada.
- É periódica. Tem um calendário ou ritmo. Tem uma série de edições (SILBER, 2009, p. 1).

A partir dessas características, o autor identifica o que é e o que não é revista e afirma que as revistas digitais rompem “com as limitações do papel e se aproximam de uma estrutura própria, equilibrando características da mídia tradicional e potencialidades do ciberespaço” (FREIRE, 2013, p. 114). Para ele é necessário que a revista digital atenda pelo menos algumas das características da linguagem digital e do *webjornalismo* como *hipertextualidade*, *personalização*, *multimedialidade*, *interatividade* e *memória* – que são discutidas no tópico seguinte deste trabalho –, além disso precisa também manter a essência da revista impressa, obedecendo certo padrão de estrutura e organização, abordando as informações com profundidade, se relacionando intimamente com o leitor e investindo no aspecto visual. As revistas digitais, portanto, podem ser configuradas e estruturadas a partir de diferentes formatos.

[...] podem ser convergentes ou nativas digitais; aplicativos para dispositivos móveis, *sites* ou *flip pages* para consumo em *browser*, ou *PDFs* para consumo em *readers*. Não pretendemos eliminar preliminarmente qualquer possibilidade desde que ela explore as potencialidades do meio, do dispositivo e respeite as características das revistas (FREIRE, 2013, p. 115).

O autor, inclusive, nega a identidade de alguns modelos trazidos por Dourado (2013) como sendo revistas digitais, para ele os *sites de revistas* ou *site agregado* não se configuram como revista. Edições em PDF, lançadas na *web* também são vistas como simples arquivos digitais e não como revista, pois não apresentam linguagem digital, com elementos como *hipertextos* e *hyperlinks*.

Como é possível perceber, o conceito de revistas digital ainda não é consenso no meio acadêmico, cada pesquisador possui uma leitura e análise diferente do que pode ou não ser considerado revista digital. Não é o objetivo deste trabalho encontrar uma definição, mas para o desenvolvimento da proposta da dissertação, de concepção de uma revista digital, foi tomada como base a pesquisa desenvolvida por Freire (2013).

1.2.2.2 Características da linguagem

Com as diversas potencialidades dos recursos disponíveis na Internet para produção e

divulgação de conteúdo, as revistas, no ambiente digital, reconfiguraram sua linguagem e narrativa. Entendendo aqui a revista como um produto jornalístico que produz informações sobre uma variedade de temas, faz-se necessário nesse momento então compreender como é caracterizado o jornalismo online ou *webjornalismo*.

Buscando as principais particularidades do texto no ambiente digital, Freire (2013) recorre a componentes citados por Bardoel e Deuze que são: a *interatividade*, *hipertextualidade*, *customização de conteúdo*, e a *multimedialidade* e, a partir de estudos de Palacios (2002), acrescenta: *instantaneidade*, *memória* e *supressão do limite espaço-tempo*. A análise de cada componente desses possibilita entender como as revistas digitais estão produzindo seus conteúdos.

A *interatividade* é uma das potencialidades do meio digital e pode ser entendida como a forma como o leitor se relaciona ou se envolve com o produto jornalístico. Para Dourado (2013) a interatividade pode ser arquitetada de diferentes formas, seja pelo clique a ícones pré-estabelecidos, por proporcionar autonomia ao leitor de escolher o percurso da leitura, possibilidade de participação em fóruns de discussões, ao disponibilizar um espaço para envio de comentários, sugestões ou outros. Mielniczuk (2003), de forma complementar, propõe que a interatividade se dá a partir de um conjunto de processos interativos, ou como ela denomina: multi-interativo, “processos que envolvem a situação do leitor de um jornal na *web*” (MIELNICZUK, 2003, p. 41). Essa autora enfatiza que o leitor pode estabelecer, dependendo da proposta do veículo, relações com a máquina, com a publicação, por meio do hipertexto e até com outras pessoas que também estejam conectadas.

A *hipertextualidade*, por sua vez, é “caracterizada por uma série de blocos informativos ligados entre si por hiperligações e permite uma leitura não linear, cuja ordem será determinada pelo usuário/leitor” (COSTA, 2015, p. 33). Segundo Paulino (2013), os meios digitais superaram a narrativa linear dos meios impressos, podendo o leitor construir sua própria narrativa, da maneira que preferir. O público das revistas, mais especificamente, passa a ter, portanto, novas experiências e mais autonomia na forma de consumir as edições eletrônicas.

A característica *customização de conteúdo* ou *personalização* é discutida por Mielniczuk (2003) como a possibilidade oferecida ao leitor de selecionar o que prefere consumir de conteúdo.

Também pode ser considerado como personalização, a possibilidade de cada leitor estabelecer um percurso individualizado de leitura a partir da navegação pelo hipertexto.

Assim, cada indivíduo construiria um produto individualizado, fruto de sua leitura (suas escolhas individuais) pelos caminhos oferecidos na narrativa hipertextual. Isto significa que dois leitores, ao navegar pelo mesmo hipertexto, ao final, terão lido textos distintos (MIELNICZUK, 2003, p. 45).

A *multimedialidade*, ainda segundo Mielniczuk (2003), é definida como a utilização de som, vídeo, áudio, imagens e textos para construir a narrativa de um fato jornalístico. A proposta é que as diferentes mídias possam ampliar as informações sobre o assunto e oferecer novas perspectivas.

Já a *instantaneidade* é uma das características do jornalismo *online* que pode ser vista como a rapidez com que as informações chegam ao leitor. Com a utilização dos aparatos tecnológicos e os próprios dispositivos móveis, os fatos podem ser transmitidos em tempo real. Entretanto, no âmbito das revistas digitais a *instantaneidade* acaba não sendo presente, visto que os conteúdos são pensados e produzidos com mais tempo.

A *memória* está relacionada, de acordo com Mielniczuk (2003), com a facilidade de revisitação pelo leitor dos conteúdos disponíveis na *web*. Muitos *sites* de notícias e revistas digitais disponibilizam matérias antigas e edições anteriores para que o leitor consulte quando desejar. Por último, a *supressão dos limites espaço-tempo* é definida por Freire (2013) como a ausência de limites temporais e de espaço para produção de conteúdo.

Isso quer dizer que o jornalista não está restrito por um número de páginas, como no impresso, ou por uma quantidade de minutos, como na TV ou no rádio. Ele tem liberdade para, dentro de suas rotinas e possibilidades, construir uma narrativa complexificada e que ofereça ao leitor, como dissemos, uma perspectiva mais ampla e multivocal do acontecimento. Para isso, lança mão de bancos de dados e memória como ferramentas de trabalho (FREIRE, 2013, p. 108).

Discutir e refletir sobre essas características presentes na produção de conteúdo para *web* ajudam compreender melhor as especificidades das revistas digitais e como elas se configuram e comunicam.

1.2.2.3 Repensando o *design* de revistas no meio digital

O *design* acompanhou as mudanças das mídias impressas, como livros, jornais e revistas, para o cenário digital. Os avanços tecnológicos trouxeram uma variedade de *hardwares* e *softwares* que permitiram inovações no campo de editoração e elaboração de projetos gráficos.

Gruszynski (2015) aponta que no início do processo de digitalização e da migração das revistas para *web*, período de circulação das publicações por *CD-Room* e *e-mail*, o *design editorial* permanecia atrelado aos fundamentos do modelo impresso. A proposta inicialmente seria apenas a transposição de um conteúdo para o outro. Entretanto, conforme os recursos foram se aperfeiçoando e as linguagens mudando, principalmente com a presença da *hipertextualidade* e das narrativas não-lineares, lógicas diferentes do impresso, o *design* e os profissionais da área passaram a enfrentar novos desafios.

Tratava-se agora de projetar espaços de informação pelos quais os leitores/usuários podiam mover-se por meio da interação. Pode-se considerar que existe mobilidade através das páginas dos impressos, interação por meio de sumários, índices, notas de rodapé etc. que apontam percursos de leitura; mas as camadas potencialmente presentes no ambiente digital demandam novas estratégias de organização informacional (GRUSZYNSKI, 2015, p. 578).

Para além do planejamento do *grid*, da seleção da tipografia, produção de imagens/ilustrações e outros elementos gráficos, o *design*, no meio digital, precisa levar em conta, também, as novas especificações do meio para melhorar as experiências do leitor. Essa preocupação com a experiência do indivíduo, a forma como ele vai interagir com produto em questão, neste caso revistas digitais, são aspectos do *design da experiência*. O autor Garrett (2011), em seu livro, destaca que o objetivo do design da experiência é

[...] garantir que nenhum aspecto da experiência do usuário com o seu produto ocorra sem a sua intenção explícita e consciente. Isso significa levar em consideração todas as possibilidades de cada ação que o usuário provavelmente tomará e entender as expectativas do usuário em todas as etapas do processo (GARRETT, 2011, p. 19).

Diante disso, o autor traça cinco níveis que devem ser levados em consideração para o planejamento de um produto. O primeiro nível, como base, seria a *estratégia*, com a definição dos objetivos do produto, demanda do público, dentre outros. Depois viria o *escopo* que está relacionado às funções que o sistema deve oferecer, requisitos do produto. A *estrutura* define aspectos relacionados à funcionalidade do produto, como o usuário vai manuseá-lo e qual a hierarquia das informações. O *esqueleto* é o nível responsável pela disposição dos itens de navegação como botões, menus, blocos de texto/imagem/vídeo. Levando para o contexto das revistas, no esqueleto é possível estabelecer uma relação mais direta com o *design editorial*, pois é

o nível que trabalha aspectos do *layout* (COSTA, 2015). Por último, a *superfície* é o nível que se refere a parte visual e mais concreta do produto. Nele, são trabalhados no *design* sensorial quatro sentidos: visão, audição, tato e paladar (GARRETT, 2011). No caso de revistas digitais, geralmente são destaque a visão, a audição, orientada pelos sons de avisos e tato, com as experiências de vibração e o *touch* da tela.

Nesse sentido, o trabalho do profissional de *design* na era digital não é somente “o de buscar a eficácia comunicativa por meio dos elementos gráficos e verbo-visuais, mas o de permitir que a interação do usuário com a interface seja fluida ao máximo” (COSTA, 2015, p. 50). É claro que os elementos do *layout* continuam tendo um papel muito importante, como destaca Garrett (2011):

- *Contraste*: utilizado como estratégia para chamar a atenção do usuário, este recurso possibilita destacar os aspectos essenciais da interface e orientar a leitura.
- *Uniformidade*: corresponde à padronização dos elementos na tela e garante uma melhor comunicação com quem está consumindo o conteúdo.
- *Layout baseado em grid*: o autor retoma um dos recursos da mídia impressa e destaca a importância do *grid* para dar uniformidade ao *layout* e permitir que sejam feitas variações das peças gráficas.
- *Cor*: a seleção das cores é um aspecto presente tanto nas mídias impressas como digitais. Quando escolhidas adequadamente, as cores, auxiliam na comunicação do conteúdo e reforçam a identidade da marca.

Uma paleta de cores deve incorporar cores que se prestem a uma ampla gama de usos. Na maioria dos casos, cores mais brilhantes ou mais fortes podem ser usadas para o primeiro plano do seu design - elementos para os quais você quer chamar a atenção. Cores mais suaves são mais usadas para elementos de plano de fundo que não precisam sair da página (GARRETT, 2011, p. 145).

- *Tipografia*: a escolha das fontes de textos deve considerar o uso de estilos diferentes para indicar diferenças de informações e fornecer contraste para melhorar a leitura.

Como é possível observar, os desafios do *design* na era digital são muitos, no âmbito das revistas digitais é preciso pensar nas experiências do leitor com a publicação, a interatividade e a forma de navegação.

2 A SUPERPOPLAÇÃO DE CÃES EM AMBIENTES PÚBLICOS

Neste capítulo será apresentado o problema da superpopulação de cães, tema trabalhado na primeira edição da revista desenvolvida no âmbito do mestrado profissional, partindo do pressuposto de que é uma questão que está presente em várias cidades brasileiras, envolve saúde pública e bem-estar animal. O capítulo evidenciará ainda como esse problema ocorre na Universidade Federal do Pará.

2.1 UM PROBLEMA DE SAÚDE PÚBLICA E AMBIENTAL

A relação e a interação das pessoas com os animais perpassam por muitos períodos históricos da humanidade, iniciando no final do período paleolítico quando os lobos foram utilizados para a caça e ajudavam na sobrevivência humana. De uma relação utilitária, com o passar dos séculos, conforme foram surgindo as espécies caninas, essa relação começou a ser pautada por afeto, companhia e lealdade. Os cães deixaram de servir apenas para o trabalho, atuando na segurança de propriedades e ocuparam um espaço no ambiente familiar.

De acordo com dados do Instituto Pet Brasil⁴, base 2018, atualmente há mais de 55,2 milhões de cães vivendo em ambientes domésticos, demonstrando o interesse que as pessoas possuem de conviver com um animal. Lima e Luna (2012) apontam que criar cães é uma tradição para a população brasileira. Entretanto, apesar desse dado, uma parcela da população não sabe sobre os cuidados básicos que os cães exigem, principalmente sobre controle de natalidade. Também há a cultura de criar os cães soltos, deixando-os na rua por muito tempo, prática que aumenta a possibilidade de cruzamento com outros cães. Dessa forma, aumenta-se também o número de abandono e de animais nos centros urbanos, pois muitos proprietários não se responsabilizam pelos filhotes que nascem. Lima e Luna (2012) sugerem que grande parte dos animais que vivem nas ruas, provavelmente, nasceram em um lar.

A Organização Mundial da Saúde (OMS) divulgou em 2018 que há mais de 30 milhões de animais errantes no Brasil, entre cães e gatos. Entende-se por animal errante “qualquer animal que seja encontrado na via pública ou outro lugar público fora do controle e guarda dos respectivos

⁴ O Instituto Pet Brasil é uma organização que foi fundada em 2013, buscando estimular o desenvolvimento do setor de produtos e serviços para animais de estimação. Seu endereço eletrônico é: <http://institutopetbrasil.com/>.

proprietários ou relativamente ao qual existem fortes indícios de que foi abandonado” (RODRIGUES, 2008, p. 11). Além do abandono por parte de proprietários, esse quantitativo é motivado pela falta de políticas públicas eficientes que busquem conter a natalidade desses animais. De acordo com Paula (2012), a omissão do poder público e da própria população diante da situação, expõe animais e seres humanos a inúmeros problemas, tais como: transmissão de zoonoses, agressões envolvendo pessoas ou outros animais, contaminação ambiental por dejetos e dispersão de lixo. Dessa forma, toda situação que envolve a superpopulação de cães se torna um problema de saúde pública.

As zoonoses, doenças transmitidas entre animais e humanos estão entre os aspectos considerados mais graves da superpopulação de cães no contexto da saúde pública. Faria (2014) aponta que existem pelo menos de 150 a 200 doenças zoonóticas, entretanto, apenas 35 agentes desse tipo de doenças podem afetar animais e humanos por meio de convivência. Destaca-se abaixo as principais e mais graves zoonoses:

- *Leishmaniose*: doença infectocontagiosa, que segundo Faria (2014) pode se apresentar de duas formas: visceral ou tegumentar. É causada por protozoários do gênero *Leishmania* que transmite a doença por meio de insetos, sendo os cães os principais infectados. Os cães não transmitem a doença diretamente aos seres humanos, mas podem contribuir para a proliferação. A doença é considerada muito grave, tanto para os cães, como para os humanos. Nas pessoas, os sintomas são: febre, emagrecimento, infecções e hemorragias, podendo inclusive levar ao óbito. Nos cães, há tratamento, entretanto, orienta-se a eutanásia pelos riscos de contaminação.
- *Leptospirose*: é “uma doença bacteriana que afeta várias espécies de mamíferos, incluindo seres humanos, sendo causada por qualquer espécie patogênica do gênero *Leptospiraspp*” (FARIA, 2014, p. 40). É transmitida para os seres humanos por meio do contato com a urina dos animais contaminados ou por meio da água. De acordo com Faria (2014), está muito associada a locais que apresentem infestações de roedores, mas os cães também podem transmitir a doença aos humanos.
- *Raiva*: é uma doença infectocontagiosa causada por um vírus que pertence à família *Rhabdoviridae*, gênero *Lyssavirus*. Conforme Joffily et al. (2013), a transmissão ocorre

por meio da saliva ou mordida de um animal contaminado. É altamente grave, causa encefalite – inflamação no cérebro –, podendo levar ao coma e óbito do ser humano.

- *Larva migrans*: é um parasita que se instala no intestino delgado de cães e gatos, podendo ser transmitido para o ser humano por meio do solo contaminado ou pelo contato com as fezes dos animais. A larva pode ocasionar lesões na pele, coceiras e a doença conhecida como “bicho geográfico” (FARIA, 2014).

Em paralelo, o problema também é prejudicial para o bem-estar dos animais. Segundo Silvano (2010), o conceito de bem-estar animal, inclui os seres humanos e pode ser compreendido como

[...] a capacidade e condição particular de um ser vivo em enfrentar seu ambiente, incluindo-se as atitudes do indivíduo diante deste enfrentamento, seu sucesso ou fracasso, os sentimentos relacionados a esse enfrentamento e o seu posicionamento em relação ao habitat (SILVANO, 2010, p.3).

Nesta perspectiva, a autora entende que o bem-estar é uma condição do indivíduo que pode ser alterada positivamente ou negativamente diante de algo que é fornecido a ele. De acordo com ela, outros fatores também estão relacionados ao bem-estar, tais como: necessidades, liberdade, competição, sensações, sofrimento, dor, ansiedade, medo, estresse e saúde. Nota-se, portanto, que ambientes públicos, como as vias urbanas e rurais, sem assistência ou cuidados básicos de saúde e alimentação, exposição à fome, frio e medo contribuem para que os animais tenham condições de vida precárias.

2.2 AÇÕES E POLÍTICAS PÚBLICAS PARA CONTER O PROBLEMA NO PAÍS

Até a década de 1980, as políticas públicas voltadas aos animais errantes eram pautadas no controle de transmissão de doenças e nos ataques à população. Com isso, eram adotadas as medidas de captura dos cães e gatos das ruas, seguido de eutanásia. De acordo com Santana e Oliveira (2004), a partir de 1990 chegou-se à conclusão de que a presença dos animais nas cidades está relacionada principalmente à procriação desordenada, então, as autoridades passaram se

preocupar com a superpopulação de cães e com o abandono, entendendo que o extermínio não é eficaz para sanar o problema e também inflige os princípios humanitários e os direitos dos animais.

Assim, em substituição ao extermínio, surge a necessidade da implementação de outras medidas e políticas públicas para coibir abandonos e conscientizar a população sobre a guarda responsável dos animais. Joffily et al. (2013) afirmam que o 8º Relatório do Comitê de Especialistas em Raiva da Organização Mundial da Saúde (OMS) trouxe contribuições para a temática, elaborando uma série de recomendações e medidas ao poder público para combater a problemática:

- a) Controlar a população de animais por meio do método eficiente da esterilização;
- b) Promover a alta cobertura vacinal, inclusive contra a raiva;
- c) Incentivar uma educação ambiental voltada para a guarda responsável, com implementação de programas educativos que levem os guardiões de animais a assumirem seus deveres, com o objetivo de diminuir o número de cães soltos nas ruas e a disseminação de zoonoses;
- d) Viabilizar a elaboração e efetiva implementação de legislação específica sobre guarda responsável, inclusive com aplicação de sanções administrativas, civis e penais que desestimulem os atos atentatórios à saúde, ao bem-estar e à dignidade dos animais;
- e) Efetivar o controle de comércio de animais;
- f) Implantar um eficaz sistema de identificação e registro dos animais;
- g) Permitir apenas o recolhimento seletivo dos animais em situação de rua;
- h) Promover a socialização e o melhor entendimento da comunicação canina, objetivando diminuir agressões;
- i) Realizar o monitoramento epidemiológico;
- j) Estimular a adoção de animais (JOFFILY et al., 2013, p. 13).

Essas medidas, entretanto, só são eficazes se contarem com o apoio da sociedade civil. Assim, é essencial a realização de amplas campanhas de conscientização e educação ambiental, além da necessidade de implantação de um programa eficaz de esterilização (SANTANA e OLIVEIRA, 2004). A sociedade precisa ter conhecimento sobre as questões que envolvem a superpopulação de cães e sua responsabilidade diante do problema. É importante destacar que esse não é um problema exclusivo dos grandes centros urbanos, mas também ocorre em ambientes menores como em universidades.

2.3 A SUPERPOPULAÇÃO DE CÃES NA UFPA

A UFPA é uma Instituição pública de ensino superior brasileira, situada no estado do Pará. Uma das mais conceituadas e importantes universidades da região Norte do Brasil, fundada em 1957, pela Lei nº 3.191, de 2 de julho, sancionada pelo então presidente do Brasil Juscelino

Kubitschek de Oliveira. Na ocasião, uniu sete faculdades existentes no município de Belém: Medicina, Direito, Farmácia, Engenharia, Odontologia, Filosofia, Ciências e Letras e Ciências Econômicas, Contábeis e Atuariais, que eram organizadas de forma livre (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ, 2019). A criação da Universidade Federal do Pará representou um marco para a educação da região, ampliando a qualidade do ensino, a produção científica e a difusão de conhecimento.

A sede, Cidade Universitária Professor José da Silveira Netto, foi inaugurada em 1968, com o objetivo de centralizar as atividades da Instituição em único local, pois até aquele ano, elas funcionavam em diferentes edificações em Belém, capital do Pará. O espaço foi instalado às margens do Rio Guamá, com aproximadamente 450 mil metros quadrados de área urbana. Foi neste ambiente que a UFPA deu os seus maiores saltos, cresceu, superou desafios políticos e econômicos e ampliou sua atuação para o interior do Estado, com a construção de campi nas cidades de Abaetetuba, Altamira, Ananindeua, Bragança, Breves, Cametá, Capanema, Castanhal, Salinópolis, Soure e Tucuruí. Em números, as ações da UFPA abrangem 77 municípios do Pará.

Atualmente, a população da Universidade ultrapassa a marca de 61 mil pessoas (ano base 2018) entre alunos, professores e técnicos. Em relação às atividades de ensino, a Instituição oferta 88 cursos de graduação, na modalidade presencial e a distância, 45 cursos de doutorado e 90 cursos de mestrado, nas mais diferentes áreas de conhecimento, segundo informações do Relatório de Gestão da UFPA, ano 2018 (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ, 2018).

A UFPA também investe em pesquisas e atividades de extensão, buscando parcerias com órgãos de fomento como a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), o que possibilita o desenvolvimento de projetos inovadores e com relevância social. A atuação da Instituição tem sido reconhecida nacional e internacionalmente, estando atualmente entre as 36 universidades brasileiras citadas no Ranking de Melhores Universidades do Mundo, publicada pela revista inglesa *Times Higher Education* (ano 2018). Também foi considerada a Melhor Universidade da Amazônia, ocupando a 29ª posição no *Ranking Universitário Folha* (ano 2019), que avalia o desempenho das universidades brasileiras.

Apesar da sua grande trajetória, importância para a região e se consagrar como referência no âmbito da pesquisa, ensino e extensão, a UFPA e sua comunidade, tem convivido com um problema que é muito recorrente em outras instituições públicas de ensino brasileiras e também

em outros ambientes públicos, como centros urbanos: a superpopulação de cães errantes (Figura 6).

Figura 6 - Cão na UFPA



Fonte: acervo da autora.

Para tentar compreender e contextualizar o problema relacionado à vivência dos cães na Universidade, foi realizado um mapeamento na página do grupo *Projeto Peludinhos da UFPA* no *Facebook*. Esse grupo é formado por pessoas que trabalham e/ou estudam na Universidade e que se denominam voluntários e protetores. Essas pessoas tentam fornecer assistência aos animais que vivem na Cidade Universitária, auxiliando nos cuidados com a saúde, a alimentação e intermediando adoções. Entretanto, o projeto não é institucionalizado pela UFPA.

Foram mapeadas e coletadas todas as publicações do grupo desde 2013, ano de criação da página, até o mês de agosto de 2018. Os dados foram capturados por meio da ferramenta *Lightshot*, uma extensão do navegador *Google Chrome* que permite que o usuário selecione qualquer conteúdo da tela do computador e salve em formato de imagem. Em seguida, foram criados arquivos no *Word* com as imagens das publicações, divididas por assuntos como: pedido de doação, publicações sobre abandonos de animais na UFPA, prestação de contas, doenças, maus-tratos, adoções, dentre outros. No período do mapeamento, 1.189 publicações foram contabilizadas.

Em uma das postagens publicadas no dia 26 agosto de 2016, o grupo relata que a estrutura para cuidar dos cachorros e o voluntariado existem há 20 anos, como mostra a Figura 7. O que propõe que esse problema na Universidade não é recente.

Figura 7 - Postagem sobre dados do início das atividades do grupo



Fonte: Página no Facebook "Projeto Peludinhos da UFPA."

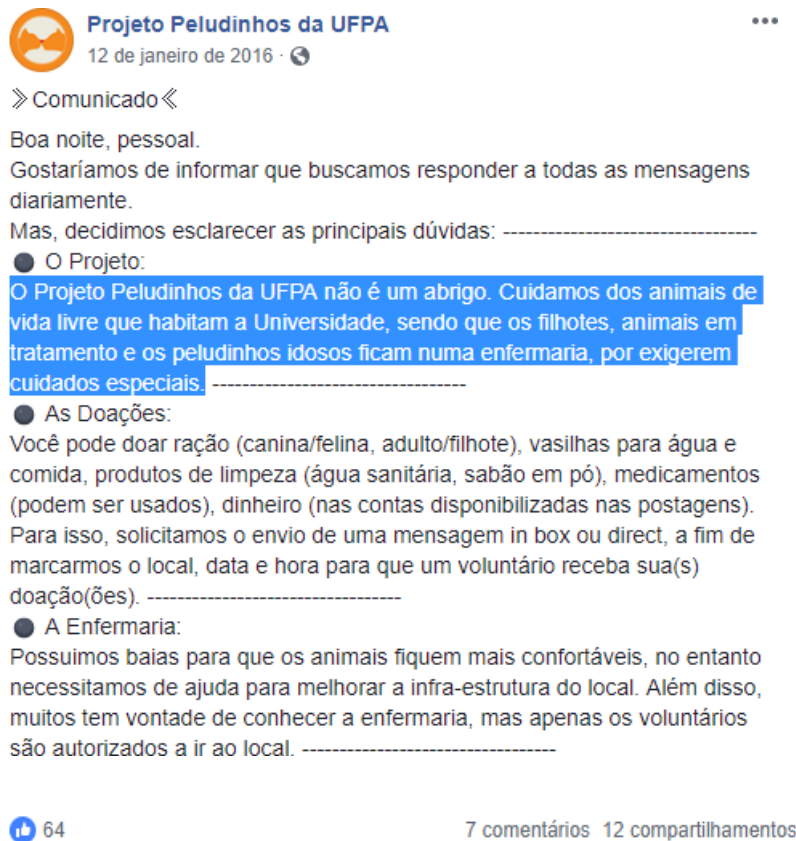
Em relação ao número de animais presentes nos espaços da Universidade, os únicos registros obtidos são da página do grupo *Projeto Peludinhos da UFPA*. Desde 2013, houve oito postagens informando quantos cães estavam sendo assistidos pelo projeto. Já o quantitativo de gatos, foi divulgado apenas a partir de 2016, em quatro postagens, conforme Quadro 3. A última postagem, em janeiro de 2018, informou que na UFPA há 150 cachorros e 70 gatos, entretanto, observa-se que os dados, provavelmente, não são precisos e que não há, de fato, um controle acurado sobre o número de animais. O Quadro 4 mostra, por exemplo, que em julho de 2013 e nos anos de 2015 e 2018 havia 150 cachorros. Ao pesquisar por dados mais atualizados de 2019 e 2020, não foram encontradas novas postagens, nesse sentido, entende-se que o quantitativo não sofreu alterações ou os dados não foram atualizados desde então. Como não existem medidas para o controle dessa população, não parece coerente que o quantitativo de cães permaneça o mesmo em três anos.

Quadro 4 - Quantitativo de animais na Cidade Universitária

MÊS E ANO	QUANTITATIVO
Agosto de 2013	126 cães
Julho de 2013	150 cães
Outubro de 2015	150 cães
Dezembro de 2016	120 cães e 53 gatos
Março de 2017	120 cães e 40 gatos
Dezembro de 2017	120 cães e 40 gatos
Janeiro de 2018	150 cães e 70 gatos

Fonte: elaborado pela própria autora, a partir de mapeamento realizado.

Parte desses animais vive de forma livre na Cidade Universitária, mas há ainda uma parcela de cães e gatos que são confinados em uma estrutura criada pelo *Projeto Peludinhos da UFPA*, denominado por eles de “enfermaria”, composta de pequenas estruturas de madeira, como mostra Figura 8.

Figura 8 - Postagem sobre a enfermaria do *Projeto Peludinhos da UFPA*


Projeto Peludinhos da UFPA 12 de janeiro de 2016 · 🌐

» Comunicado «

Boa noite, pessoal.
Gostaríamos de informar que buscamos responder a todas as mensagens diariamente.
Mas, decidimos esclarecer as principais dúvidas: -----

- O Projeto:
O Projeto Peludinhos da UFPA não é um abrigo. Cuidamos dos animais de vida livre que habitam a Universidade, sendo que os filhotes, animais em tratamento e os peludinhos idosos ficam numa enfermaria, por exigirem cuidados especiais. -----
- As Doações:
Você pode doar ração (canina/felina, adulto/filhote), vasilhas para água e comida, produtos de limpeza (água sanitária, sabão em pó), medicamentos (podem ser usados), dinheiro (nas contas disponibilizadas nas postagens). Para isso, solicitamos o envio de uma mensagem in box ou direct, a fim de marcarmos o local, data e hora para que um voluntário receba sua(s) doação(ões). -----
- A Enfermaria:
Possuímos baias para que os animais fiquem mais confortáveis, no entanto necessitamos de ajuda para melhorar a infra-estrutura do local. Além disso, muitos tem vontade de conhecer a enfermaria, mas apenas os voluntários são autorizados a ir ao local. -----

👍 64 7 comentários 12 compartilhamentos

Fonte: Página no Facebook “Projeto Peludinhos da UFPA”.

Em uma postagem no *Facebook*, publicada no dia 12 de janeiro de 2018, o grupo esclarece que na enfermaria há baias que servem para acomodar os animais que estão doentes, os filhotes ou aqueles que precisam de alguma atenção especial. O local é mantido apenas pelas voluntárias e foi construído sem a autorização da gestão superior da UFPA. Passa por uma série de problemas, principalmente relativos à questão do alagamento depois de fortes chuvas, como mostra postagem do dia 16 de março de 2016 (Figura 9).

Figura 9 - Postagem sobre problemas em relação à infraestrutura do abrigo

 Projeto Peludinhos da UFPA adicionou 2 novas fotos. ...
16 de março de 2016 · 🌐

Oi, bom dia!

Eu sou o Vítório, e como vocês podem ver, sou paraplégico. Moro permanentemente em um local que o projeto Peludinhos tem para abrigar meus amiguinhos que são sequelados de cinomose ou estão doentes, idosos e filhotinhos. Por favor, NÃO É ABRIGO, é apenas um local para recolher animais do CAMPUS DA UFPA que precisam de atenção especial.

Venho aqui pedir AJUDA DE TODOS, pois este local alaga quando a enchente do rio coincide com chuvas fortes, e eu fico dentro da água. Com a ajuda de vocês conseguimos reformar as quatro baias, mas elas estão lotadas com cães e gatinhos.

Contudo, e mesmo sabendo que o local é inapropriado, é o que temos e é por isso que estamos aqui vivos, mas sabemos que podemos melhorar.

Com a feira que fizemos na UFPA arrecadamos 1.400,00 reais e queremos com esse dinheiro e mais a ajuda de todos construir em um local seco um lugar para nós. DOEM TIJOLOS, MADEIRAS, CIMENTO, AREIA, ATERRO, PREGOS, LAJOTAS E MUITO AMOR PARA NÓS. Contato: 991753009




  85 10 comentários 89 compartilhamentos

Fonte: Página no *Facebook* “Projeto Peludinhos da UFPA”.

A questão que envolve a construção de estruturas improvisadas para manter animais presos é muito discutida no âmbito do bem-estar dos animais, pois apesar de haver boas intenções, a iniciativa pode prejudicar ainda mais aqueles animais que já estão em situações de risco. Souza et al. (2010) explicam que proliferação de doenças, superpopulação, conflitos sociais, acomodações inadequadas e falta de exercícios são problemas comuns desses locais. Os cães acabam desenvolvendo estresse e as defesas do seu organismo também são comprometidas.

Um dos problemas que envolve os animais na Cidade Universitária é a agressividade. Somente na página do *Projeto Peludinhos da UFPA*, desde 2013, houve 17 relatos de pessoas que já foram mordidas por animais na Instituição, que presenciaram algum ataque ou que já se sentiram ameaçadas por eles. Além de causar medo e machucados, as mordidas oferecem riscos à saúde, tendo em vista que esses animais não recebem vacinação ou tratamento para possíveis doenças que podem ser transmitidas aos humanos. Os alunos do curso de Engenharia Mecânica foram o que mais se manifestaram, pois há indícios de que em 2016 uma matilha atacava as pessoas nas proximidades do prédio da Faculdade de Engenharia Mecânica, principalmente no período da noite.

Os principais relatos foram publicados por meio de comentários em uma postagem da página no dia 26 de agosto de 2016 (Figura 10), que denunciava que pessoas vinculadas ao prédio estavam destruindo vasilhas de ração. Nos comentários, percebemos que essas medidas foram adotadas pela comunidade para evitar ou amenizar os ataques.

Figura 10 - Postagem sobre denúncia de vasilhas de ração destruídas por pessoas vinculadas ao prédio da Faculdade de Engenharia Mecânica



Nos comentários, os alunos da faculdade relataram a dificuldade em circular pelos arredores do prédio e conviver com os animais, como mostram as Figuras 11 e 12.

Figura 11 - Comentário denunciando ataques de cães

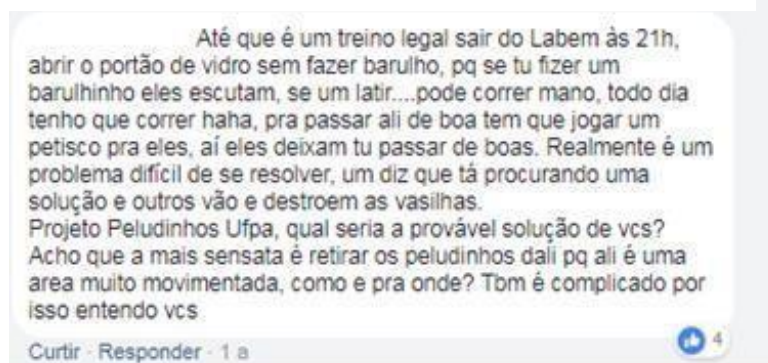
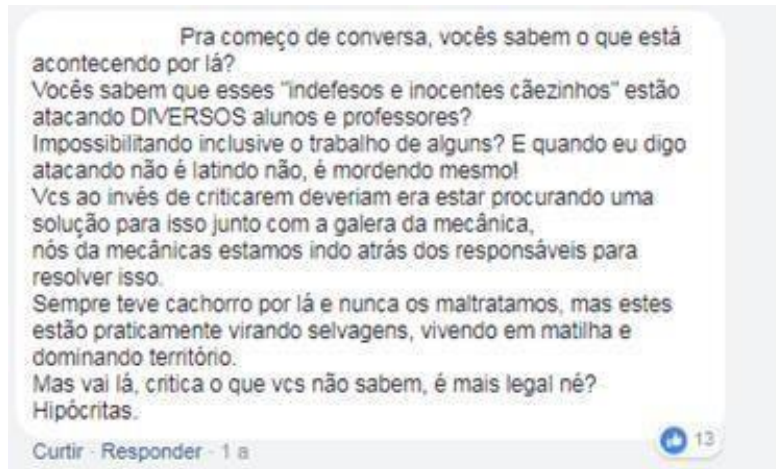


Figura 12 - Comentário de aluno denunciando ataques de cães em postagem do dia 16 de agosto de 2016



Fonte: Página no Facebook “Projeto Peludinhos da UFPA”.

A situação da superpopulação de cães na UFPA não afeta somente a comunidade acadêmica, afeta também os próprios animais que ali vivem. Há vários registros de denúncias de maus-tratos na página do *Projeto Peludinhos da UFPA*. Desde 2013, foram contabilizadas 18 postagens sobre esse tema e os atropelamentos são as denúncias mais frequentes.

Grande parte dos animais que vivem, atualmente, na UFPA são fruto de abandono dos próprios alunos e moradores do bairro do Guamá, local de instalação da sede da Instituição. No Código de Posturas da UFPA, aprovado pela Resolução n. 657, de 23 de dezembro de 2008, há uma seção específica para a questão dos animais na Instituição que proíbe tanto o abandono de animais quanto a permanência deles, entretanto, a normativa não foi ou é suficiente para combater o problema.

Art. 83. É proibida a permanência de animais nas dependências dos campi e demais espaços da UFPA.

Art. 84. Os animais encontrados abandonados na área dos campi e demais espaços da universidade serão apreendidos e entregues ao departamento de Zoonoses (UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ, 2008, p. 14).

Na página do *Projeto Peludinhos da UFPA* foram identificadas 15 postagens abordando o abandono. Em uma publicação no dia 21 de junho de 2018 (Figura 13) é possível observar como os abandonos acontecem. Neste caso, uma caixa de papelão com filhotes de cachorros foi deixada na Cidade Universitária. O grupo de voluntários recolhe os animais abandonados e divulga na página

pedindo auxílio financeiro para mantê-los ou lar temporário/adoção.

Figura 13 - Postagem sobre abandono de animais na UFPA

 **Projeto Peludinhos da UFPA** publicou 4 fotos. 21 de junho · 🌐

Projeto Peludinhos da UFPA pede respeito!
 Mais uma vez abandonaram em uma caixa seis filhotes na UFPA.
 Pedimos, que as pessoas tenham compaixão, pois tirar filhotes que ainda mamam é crueldade com eles e conosco que não temos recursos para cuidar de tantos animais, por isso sofremos as perdas.
 Só nos chamar ou entregar para nós os animais necessitados de dentro do Campus é fácil e parece confortável, mas dificilmente a ajuda para suprir as necessidades dos animais vem junto.
 Estamos com pouca ração e animais doentes.
 Não temos condições de manter financeiramente esses animais sem ajuda da sociedade civil.
 Quem puder nos ajudar com vermifugos Drontal Pupy e ração para filhotes, agradecemos.
 Contato Elizabete Pires 982733009
 Para depósito
 Banco do Brasil
 Agência 3074-0
 conta 11809-5
 COMPARTILHEM!



🙄👍👎 38 Mais relevantes ▾

27 compartilhamentos 3 comentários

Fonte: Página no Facebook "Projeto Peludinhos da UFPA".

Na UFPA, os animais também não encontram alimentação ideal, comendo muitas vezes restos de comida, lanches e até mesmo lixo. Os péssimos hábitos alimentares e a falta de atenção e de cuidados básicos, fazem com que os cães fiquem expostos a diversas doenças. Além disso, ao procurar comida, eles acabam espalhando lixo, o que atrai outros transmissores de doenças como ratos e torna a situação preocupante tanto para o bem-estar dos animais, como da comunidade.

Em setembro de 2018, a UFPA recebeu um ofício do Ministério Público Federal (MPF), que

recomendava providências imediatas para reverter a situação de abandono, acúmulo e circulação de animais errantes na sede da Instituição. Na Recomendação nº 33/2018, emitida pela Procuradoria Regional dos Direitos do Cidadão, o MPF estabeleceu o prazo máximo de 90 dias para a UFPA efetuar a retirada da totalidade de animais errantes em situação de abandono da Cidade Universitária.

Além disso, recomendou a implementação de ações de vigilância nas entradas e dentro da UFPA, de modo a inibir os recorrentes casos de abandono e acumulação de animais, e a responsabilizar, quando for o caso, as pessoas que praticam abandono; recomendou também a desmobilização dos espaços denominados de abrigos para animais, de modo a evitar a proliferação de doenças que atualmente colocam em risco a saúde de pessoas e animais. Outra recomendação é que a UFPA promova ações de comunicação visual, relativas à proibição do abandono e da disponibilização de comida para os animais.

Em 2019, a Universidade Federal do Pará começou a executar algumas das recomendações. Uma delas foi a instalação de placas em vários locais da Instituição proibindo o abandono de animais e o fornecimento de alimentação a eles próximo a restaurantes e lanchonetes (Figura 14). A prefeitura da UFPA também iniciou o cadastro de voluntários para fornecer alimentação aos animais, em espaços específicos e adequados.

Figura 14 - Placa instalada na UFPA para coibir abandono de animais



Fonte: acervo da autora.

Como é possível observar a partir do exposto, a presença de cães errantes na UFPA é um

assunto bastante sério que deve ser debatido com a comunidade acadêmica no intuito levar informações e até mesmo conscientizar sobre atitudes e comportamentos, como abandono: que além de ser crime, contribui para tornar a situação ainda mais agravante. Por conta disso, e por ser uma questão atual à Instituição, o tema foi escolhido para compor a primeira edição da revista digital, desenvolvida no âmbito desta pesquisa.

3 REVISTA INTER OLHARES: A CONSTRUÇÃO DE UM PRODUTO EDUCACIONAL

Este capítulo detalhará o percurso metodológico trilhado até a elaboração do produto educacional proposto neste trabalho, em que será descrita cada etapa da pesquisa realizada. Também será apresentada a Revista Inter Olhares, resultado desse trabalho.

3.1 PERCURSO METODOLÓGICO

O percurso metodológico adotado para o desenvolvimento dessa pesquisa e concepção do produto educacional, envolveu etapas de cunho qualitativo e quantitativo. Este tipo de trabalho caracteriza-se por ser uma pesquisa de abordagem mista. Os métodos mistos “representam um conjunto de processos sistemáticos e críticos de pesquisa e implicam a coleta e análise de dados quantitativos e qualitativos, assim como sua integração e discussão conjunta, para realizar inferências como produto de toda informação coletada e conseguir um maior entendimento do fenômeno em estudo” (SAMPIERI, COLLADO e LUCIO, 2013, p. 550). Com isso, obtêm-se um panorama mais amplo do assunto pesquisado. Entre as vantagens de utilizar esta abordagem, destaca-se: enriquecimentos da amostra, permitir que os dados sejam explorados com mais profundidade e integridade do tratamento ou intervenção.

Deste modo, o processo de pesquisa do trabalho foi dividido em etapas, conforme detalhado no Quadro 5.

Quadro 5 - Etapas do percurso metodológico da pesquisa

ETAPAS	AÇÕES
1. Elaboração de instrumento para análise de percepção e coleta de dados	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conceber um instrumento eletrônico para identificar e compreender a percepção de alunos(as), professores(as), técnicos(as)/servidores, prestadores de serviço e visitantes sobre o tema abordado na primeira edição da revista. ▪ Divulgar o instrumento eletrônico e coletar dados. ▪ Analisar os dados coletados na pesquisa exploratória.
2. Definição dos requisitos do produto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir aspectos relacionados à linguagem, ao formato e ao conteúdo da revista.
3. Estruturação do plano editorial da revista	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fazer pesquisa bibliográfica sobre revista.
4. Concepção do primeiro número da revista digital com o tema: superpopulação de cães na UFPA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Produzir conteúdo. ▪ Revisar conteúdo. ▪ Diagramar a revista. ▪ Construir a revista digital com profissionais da área de Tecnologia da Informação. ▪ Hospedar a revista no ambiente digital.
5. Validação do produto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Validação do instrumento eletrônico. ▪ Validar o plano editorial. ▪ Validar o conteúdo da revista. ▪ Validar o design da revista.

Fonte: elaborado pela própria autora.

A primeira etapa consistiu na elaboração e concepção do instrumento eletrônico que permitiu identificar a percepção da comunidade acadêmica sobre o assunto tratado na primeira edição da revista. A partir da análise dos dados, foi possível passar para a segunda etapa de definição dos requisitos do produto, levando em consideração aspectos relacionados ao conteúdo, formato e a navegabilidade. Com essa definição foi estruturado a plano editorial da revista, bem como, iniciado o processo de produção da publicação. A última etapa, de validação, foi realizada de forma paralela à concepção da revista, com a participação de especialistas de diferentes áreas.

3.1.1 Pesquisa de percepção com a comunidade da UFPA

Como primeira etapa metodológica, foi elaborado um instrumento eletrônico (APÊNDICE A), utilizando a plataforma *LimeSurvey* – um *software* livre para aplicação de questionários *online*, com o intuito de identificar o perfil do público participante, a percepção das pessoas em relação aos problemas existentes na UFPA, a percepção sobre a situação da superpopulação de cães na Cidade Universitária e, por último, a seleção dos assuntos mais recorrentes em relação ao tema trabalhado

na primeira edição da revista, conforme Quadro 6.

Quadro 6 - Eixos do instrumento eletrônico

EIXOS CENTRAIS	OBJETIVOS
Perfil do público	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar o perfil do público a partir do gênero, faixa etária, escolaridade, tipo de vínculo com UFPA. ▪ Identificar como as pessoas se atualizam, buscam por notícias e informações sobre os assuntos de seu interesse.
Problemas na UFPA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar se as pessoas percebem outros problemas na UFPA e mapear quais são para possivelmente abordá-los em outras edições da revista.
Percepção sobre os cães na UFPA	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar qual a relação da comunidade acadêmica com os cães da UFPA, se gostam, se sentem medo ou outro tipo de sentimento. ▪ Verificar se as pessoas sabem que suas atitudes e hábitos podem interferir no problema da superpopulação de cães na Instituição.
Assuntos de interesse da comunidade na revista	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar quais assuntos as pessoas gostariam de saber sobre o tema.

Fonte: elaborado pela própria autora.

Até chegar a sua versão final, o instrumento foi validado em dois diferentes momentos. A primeira versão foi enviada por *e-mail* para três pesquisadores da área da Comunicação e Ensino, para que fosse avaliado se: (a) as perguntas estavam adequadas aos objetivos; b) a linguagem estava clara e objetiva; e c) a linguagem apresentou qualquer indício de ambiguidade. Esse processo demorou cerca de uma semana. Os professores sugeriram, apenas, ampliar o número de perguntas do eixo referente ao perfil do público.

A partir das contribuições, o instrumento foi modificado e encaminhado para outro processo de validação, dessa vez com representantes do público da revista. Foram selecionadas e convidadas nove pessoas, entre alunos(as), técnicos-administrativos(as) e prestadores(as) de serviço para realizar um pré-teste do instrumento. O material foi enviado por *e-mail* e, em alguns casos, distribuídos em versão impressa, o prazo estipulado para o retorno foi de cinco dias. Verificou-se, neste processo, dificuldade na compreensão das perguntas e se as pessoas tinham ponderações a fazer sobre algumas das questões. De maneira geral, o instrumento foi avaliado de forma positiva, e foi indicado que fosse evidenciados os objetivos da pesquisa na apresentação do questionário e

uma das questões, sobre os problemas da UFPA, foi reformulada porque houve falhas de interpretação. Após ajustes, o instrumento foi readequado e finalizado. O resumo do processo de validação do instrumento pode ser visto no Quadro 7.

Quadro 7 - Validação do instrumento eletrônico

METÓDO	PARTICIPANTES	CRITÉRIOS AVALIADOS	MODIFICAÇÕES
Primeiro momento: validação com especialistas.	- Duas professoras da área da Comunicação da UFPA; - Um professor da área de Ensino da UFPA.	- Pertinência das perguntas; - Linguagem adotada.	- Ampliação das perguntas relacionadas ao perfil do público.
Segundo momento: validação com o público.	- Três alunos(as); - Três técnicos(as); - Três prestadores de serviço.	- Compreensão das perguntas; - Interpretação correta.	- Reformulação de uma das questões sobre problemas na UFPA.

Fonte: elaborado pela própria da autora.

O instrumento final esteve disponível para coleta de dados no período de 26 de junho a 30 de julho de 2019 e contou com a participação de 225 pessoas, entre alunos(as), professores(as), técnicos-administrativos(as), colaboradores(as), prestadores de serviço e visitantes. A divulgação foi realizada por meio de *e-mails* para faculdades e institutos da UFPA, solicitando a colaboração com a pesquisa e também foi enviada uma mensagem com o *link* do instrumento para grupos de alunos(as) e professores(as) no Whatsapp (APÊNDICE B). No caso dos(as) visitantes e prestadores(as) de serviço, que normalmente trabalham com vendas de lanches, foi entregue uma versão do instrumento impressa para preenchimento. Em um momento posterior, a pesquisadora inseriu os dados desses questionários na plataforma *LimeSurvey*.

A amostra da pesquisa possui caráter não-probabilístico e, dessa forma, não pode ser considerada como representativa da comunidade acadêmica da UFPA, entretanto, ela dá indícios de como a comunidade percebe os problemas na Instituição e como ela enxerga a situação que envolve a presença de cães na UFPA. Marotti et al (2008) explicam que esse tipo de amostragem não possui rigor estatístico e depende dos critérios estabelecidos pelo pesquisador. Dentre os tipos de amostragem dessa natureza, se enquadra no trabalho a amostragem por conveniência, que é realizada quando não é o objetivo levantar dados precisos. Os resultados da pesquisa serão

apresentados a seguir de acordo com a ordem dos eixos do instrumento.

3.1.1.1 Perfil dos pesquisados

Em relação ao perfil do público que respondeu, observa-se que a maioria é formada por alunos(as) (Tabela 1). Em relação ao gênero, 54,7% do público respondente é masculino e 44,9% são mulheres, apenas uma pessoa não se identificou com nenhum dos gêneros.

Tabela 1 - Público participante da pesquisa

PÚBLICO	FREQ.	%
Alunos(as)	126	56,0 %
Professores(as) em exercício	26	11,6 %
Prestadores(as) de serviço	25	11,1 %
Colaboradores(as)	21	9,3 %
Técnicos-administrativos(as)	16	7,1 %
Visitantes	11	4,9 %
Total	225	100,0%

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Também foi questionado qual era o tempo de permanência dessas pessoas na UFPA, os resultados mostraram que os turnos mais frequentados pelas pessoas respondentes são manhã e tarde (Tabela 2).

Tabela 2 - Turno frequentado na UFPA

TURNO	FREQ.	%
Manhã/Tarde	114	50,7%
Manhã	32	14,2%
Manhã/Tarde/Noite	28	12,4%
Tarde	15	6,7%
Tarde/Noite	13	5,8%
Noite	13	5,8%
Frequentam a Instituição esporadicamente	10	4,4%
Total	225	100.0%

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Em relação a faixa etária, observou-se que o público respondente foi formado prioritariamente por jovens de 20 a 29 anos (Tabela 3). A divisão de idade foi organizada de acordo com o método do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Tabela 3 - Faixa etária do público

FAIXA ETÁRIA	FREQ.	%
20 a 24 anos	58	25,8 %
25 a 29 anos	46	20,4%
30 a 34 anos	31	13,8%
15 a 19 anos	27	12,0%
35 a 39 anos	12	5,3%
45 a 49 anos	12	5,3%
40 a 44 anos	10	4,4%
50 a 54 anos	10	4,4%
65 anos ou mais	8	3,6%
55 a 59 anos	6	2,7%
60 a 64 anos	5	2,2%
Total	225	100,0%

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Sobre o nível de escolaridade, identificou-se que a maior parte do público possui o ensino superior incompleto, dessa forma, entende-se que houve muitas respostas de alunos(as) de graduação da UFPA (Tabela 4).

Tabela 4 - Escolaridade do público

ESCOLARIDADE	FREQ.	%
Ensino Superior Incompleto	66	29,3%
Mestrado Incompleto	35	15,6%
Ensino Superior Completo	24	10,7%
Mestrado Completo	21	9,3%
Doutorado Completo	20	8,9%
Ensino Médio Completo	19	8,4%
Especialização Completa	16	7,1%
Especialização Incompleta	9	4,0%
Doutorado Incompleto	9	4,0%
Ensino Médio Incompleto	3	1,3%
Ensino Fundamental Incompleto	2	0,9%
Ensino Fundamental Completo	1	0,4%
Total	225	100,0%

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Ainda, para compreender aspectos relacionados ao perfil do público, foi perguntado como as pessoas costumam se informar sobre assuntos do seu interesse e, nessa questão, era permitido marcar mais de uma opção. O resultado mostrou (Tabela 5) que as revistas digitais foram a sexta opção mais votada pelas pessoas, ficando à frente dos livros, jornais impressos, revistas impressas e rádio, considerados meios mais tradicionais de circulação de informações. Esse dado mostra que

as revistas digitais têm ganhado credibilidade por meio do público. Ainda assim, outras opções foram mais votadas que as revistas digitais como: redes sociais, portais de notícias, televisão, conversas com familiares(as)/amigos(as) e canais do *YouTube*. Entretanto, pensando no planejamento da revista proposta neste trabalho, objetivos, aplicabilidade e custos, não caberia a produção de nenhuma das outras alternativas. No caso específico das redes sociais, pode ser planejado, de forma estratégica, a criação de um perfil da revista no *Facebook* ou *Instagram* para integrar à revista digital, sendo mais uma janela de comunicação e de divulgação de informações.

Tabela 5 - Como as pessoas costumam se informar

LOCAL/MEIO	FREQ.	%
Redes sociais	175	77,8, %
Portais de notícias	163	72,4 %
Televisão	110	48,9%
Conversando com familiares/amigos(as)/conhecidos(as)	83	36,9%
Canais do YouTube	78	34,7%
Revistas digitais	59	26,2%
Livros	57	25,3%
Jornais impresso	29	12,9%
Emissoras de rádio	26	11,6%
Revistas impressas	17	7,6%
Outros	6	2,7%

Fonte: dados da pesquisa (2019).

A ideia com este questionário foi checar como as pessoas estavam se informando para tentar adequar as características de cada meio à produção do conteúdo da revista. Por exemplo, os portais de notícias foram um dos meios mais citados na busca por informações. Portanto, para a produção dos conteúdos da revista, buscou-se utilizar uma linguagem semelhante a dos portais. Se fosse apontado o rádio como meio mais utilizado, o foco seria na produção/inserção de recursos de áudio, agregados aos textos.

3.1.1.2 Percepção em relação aos problemas da UFPa

Após a identificação do perfil do público, o segundo eixo de perguntas do instrumento eletrônico voltou-se para a percepção das pessoas em relação aos problemas presentes na Instituição. Os resultados dessas questões foram importantes para pensar sobre os possíveis temas e definir futuras edições da revista.

Na primeira questão, foi apresentada uma série de possíveis problemas na UFPA e o público deveria marcar as opções de situações que já tivessem vivenciado no seu dia a dia na Instituição. Os três problemas mais citados foram: problemas relacionados à infraestrutura, falta de segurança e incômodo com a presença de cães circulando pela Universidade (Tabela 6).

Tabela 6 - Problemas vivenciados na UFPA

PROBLEMAS VIVENCIADOS NA UFPA	FREQ.	%
Problemas relacionados à infraestrutura (falta de acessibilidade aos espaços, falta de água nos bebedouros públicos, água nos bebedouros públicos com algum tipo de coloração, falta iluminação em alguns locais da UFPA, constantes quedas de energia)	185	82,2%
Falta de segurança (receio de circular pela UFPA em determinados horários)	167	74,2%
Incômodo com cachorros circulando em corredores/lanchonetes/salas de aula da UFPA por medo de ataques ou pena, devido às condições de saúde dos animais	125	55,6%
Casos de pessoas com problemas psicológicos devido à rotina vivenciada na UFPA	96	42,7%
Casos de pessoas consumindo ou vendendo drogas	87	38,7%
Problemas de relacionamento entre alunos(as)/professores(as)/técnicos-administrativos(as)/prestadores(as) de serviço/colaboradores(as)	86	38,2%
Poluição (sonora, mal descarte do lixo)	80	35,6%
Dificuldades relacionadas ao transporte na Universidade	65	28,5%
Casos de assédio entre alunos(as)/professores(as)/técnicos-administrativos(as)/prestadores(as) de serviço/colaboradores(as)	65	28,9%
Espaços infestados por insetos	59	26,2%
Casos de racismo e/ou preconceito entre alunos(as)/professores(as)/técnicos-administrativos(as)/prestadores(as) de serviço/colaboradores(as)	42	18,7%
Não vivenciou nenhuma das situações acima	6	2,7%
Outros	5	2,2%

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Ao serem questionados sobre quais das situações vivenciadas o público gostaria de obter mais informações, os três assuntos mais citados foram: a questão da segurança na UFPA, problemas relacionados a infraestrutura e casos de pessoas com problemas psicológicos devido à rotina vivenciada na UFPA (Tabela 7). Entende-se, portanto, que essas respostas são indicativas de temas que causam grande preocupação na comunidade acadêmica e que devem instigar pesquisas e divulgação de informações.

Tabela 7 - Assuntos que as pessoas gostariam de obter mais informações

ASSUNTOS	FREQ.	%
Falta de segurança	54	24,0%
Problemas relacionados à infraestrutura	43	19,1%
Casos de pessoas com problemas psicológicos devido à rotina vivenciada na UFPA	32	14,2%
Incômodo com cachorros	27	12,0%
Casos de assédio entre alunos(as)/professores(as)/técnicos-administrativos(as)/prestadores(as) de serviço/colaboradores(as)	16	7,1%
Problemas de relacionamento entre alunos(as)/professores(as)/técnicos-administrativos(as)/prestadores(as) de serviço/colaboradores(as)	15	6,7%
Casos de pessoas consumindo ou vendendo drogas	10	4,4%
Não tem interesse em saber mais sobre nenhum assunto	12	5,3%
Casos de racismo e/ou preconceito entre alunos(as)/professores(as)/técnicos-administrativos(as)/prestadores(as) de serviço/colaboradores(as)	6	2,7%
Dificuldades relacionadas ao transporte na Universidade	4	1,8%
Espaços infestados por insetos	1	0,4 %
Outros	5	2,2%
Total	225	100%

Fonte: dados da pesquisa (2019).

A partir dessas respostas foi possível planejar o tema da próxima edição da revista. Como critério de seleção, elencou-se a situação mais votada pela comunidade que foi a questão que envolve a segurança na UFPA.

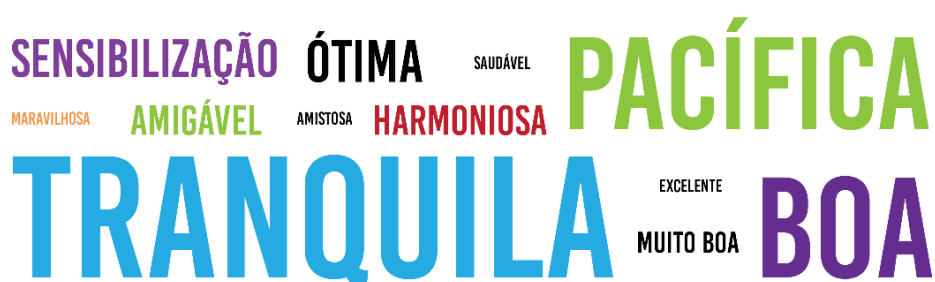
3.1.1.3 Percepção em relação aos cães da UFPA

O terceiro eixo de perguntas do instrumento foi direcionado ao assunto da primeira edição da revista que é a superpopulação de cães na Instituição. O primeiro questionamento feito foi se o público identificava a presença de cães na UFPA e 99,6% das pessoas responderam que sim. Em seguida, buscou-se conhecer qual a relação das pessoas com esses animais na UFPA: se gostam, desgostam, se sentem medo ou outro sentimento. Para isso, foi inserida uma questão aberta, pedindo para o público completar a seguinte sentença: “A minha convivência com os cães da UFPA é. ”. As 225 respostas recebidas foram categorizadas e separadas em três grupos: “boa”, “neutra” e “ruim”. Na categoria “boa” foram incluídas respostas como “maravilhosa” e “excelente”, na categoria “neutra” foram inseridas respostas como “indiferente” e, na categoria “ruim” respostas semelhantes a “horrrível” e “péssima”. Houve ainda uma porcentagem de respostas que fugiram da

categorização, por isso, não foram contabilizadas. As respostas mais citadas, em cada categoria, foram incorporadas em nuvens de palavras (Figuras 15, 16 e 17).

Observou-se, portanto, que 59,3% do público respondente possui uma boa convivência com os cães, 22,7% é neutro em relação aos animais, não gostam e nem desgostam. Outra parcela, de 14,7%, se incomoda com a presença dos animais na UFPA. Essa questão ajudou no planejamento da forma de abordagem dos conteúdos da primeira edição da revista Inter Olhares.

Figura 15 - Nuvem de palavras, categoria "boa"



Fonte: dados da pesquisa (2019).

Figura 16 - Nuvem de palavras, categoria "neutra"



Fonte: dados da pesquisa (2019).

Figura 17 - Nuvem de palavras, categoria "ruim"



Fonte: dados da pesquisa (2019).

Ainda com a intenção de conhecer a relação da comunidade acadêmica com os cães, solicitou-se que as pessoas marcassem a(s) alternativa(s) que mais se adequasse(m) ao seu comportamento, a partir da sentença: “Quando eu vejo um cão na UFPA...”. As respostas (Tabela 8), evidenciaram que o sentimento predominante é pena e vontade de fazer algo para ajudar a amenizar a situação.

Tabela 8 - Sentimento da comunidade da UFPA em relação aos cães

SENTIMENTOS	FREQ.	%
Eu sinto pena.	131	58,2%
Eu sinto vontade de ajudá-lo de alguma forma.	126	56,0%
Eu apenas o ignoro e sigo meu o caminho.	77	34,2%
Eu compartilho os restos do meu lanche/almoço, caso esteja comendo ou tenha algo na mochila/bolsa.	63	28,0%
Eu paro para fazer carinho.	47	20,9%
Eu sinto medo.	28	12,4%
Eu passo longe, pois a maioria parece apresentar doenças.	25	11,1%
Eu tento enxotá-lo batendo o pé no chão ou com algum objeto que esteja segurando.	4	1,8%

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Ao serem questionados sobre possíveis ações que estariam dispostos a realizar para colaborar com a solução da situação que envolve a presença de cães na UFPA, as respostas que mais apareceram foram: participar de campanhas de conscientização e/ou educativas e alimentar adequadamente os cães, deixando ração em lugares estratégicos na Universidade (Tabela 9). Dados como estes propõem um interesse da comunidade em participar de forma ativa de iniciativas que possam ajudar a resolver o problema na UFPA, inclusive atuando de forma mais direta, no manejo dos cães. Assim, na revista, a partir dessa perspectiva, foram incluídas dicas e orientações de como cada um pode fazer sua parte para contribuir com a Universidade e o bem-estar dos animais.

Tabela 9 - Ações que a comunidade está disposta a fazer

AÇÕES	FREQ.	%
Participar de campanhas de conscientização e/ou educativas	103	45,8%
Alimentar adequadamente os cães, deixando ração em lugares estratégicos na Universidade	94	41,8%
Participar como voluntário(a) de eventos de adoção	62	27,6%
Não possui interesse de me envolver em nenhuma ação dessa natureza	48	21,3%
Auxiliar no manejo dos cães para rastreio/triagens clínicas/banhos/aplicação de remédios	45	20,0%
Ministrar ou participar de palestras que envolvem a temática	44	19,6%
Participar como voluntário(a) de mutirões de castração	36	16,0%
Adotar animais	14	6,2%

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O questionário contava, também, com uma pergunta sobre a percepção que as pessoas têm do impacto de suas atitudes e hábitos no dia a dia da UFPA com relação aos cães, o resultado mostrou que 80,9 % do público acredita que suas ações não possuem relação com a problemática. Esse dado demonstrou a necessidade de enfatizar na revista digital a responsabilidade que a comunidade possui diante da situação, expondo quais atitudes podem ajudar a solucionar o problema ou agravá-lo.

Para as pessoas que responderam “sim”, foi indagado de que maneira essas atitudes e hábitos interferem no problema. A pergunta era aberta e, ao analisar os dados, notou-se que as pessoas tiveram dois tipos de interpretação: um grupo entendeu as atitudes e hábitos como ações positivas, para solucionar a questão e, outro grupo, compreendeu as atitudes e hábitos no sentido de serem agravantes ao quadro, contribuindo para a permanência dos cães (Quadro 8).

Quadro 8 - Hábitos e atitudes que interferem na permanência dos cães

HÁBITOS E ATITUDES QUE INTERFEREM NA PERMANÊNCIA DOS CÃES NA UFPA
“Ao participar de ações e de palestras nos munimos de informações que podem ser úteis para tentar solucionar o problema dos cachorros da UFPA” (Colaborador).
“Ajudando na comunicação com relação ao abandono ou maus-tratos” (Aluno de graduação).
“Colocando comida, água e tentando achar um lar para eles” (Aluna de especialização).
“Quando alimento e dou carinho eles se sentem seguros e tendem a ficarem no ambiente que forem bem tratados” (Visitante).
“Ora, se os cães forem hostilizados, talvez se afastem” (Aluno de graduação).
“Ajudando na alimentação (distribuindo ração), ajudando na adoção” (Prestadora de serviço).

Fonte: elaborado pela própria autora.

Ao final, foi perguntado se as pessoas gostariam de obter informações sobre assuntos relacionados à presença dos cães na UFPA, e 71,1% das pessoas responderam sim. Ao serem questionadas sobre quais seriam esses assuntos, a maioria das respostas apontou para: ações e iniciativas da Universidade para amenizar a questão e apontamento de atitudes e cuidados necessários diante da situação que envolve a presença de cães na UFPA (Tabela 10). A partir deste resultado, levando em consideração a preferência do público, foram estabelecidas as seções da revista e as propostas de conteúdo.

Tabela 10 - Assuntos de interesse do público

ASSUNTOS DE INTERESSE	FREQ.	%
O que a UFPA faz em relação à presença e circulação de cães na UFPA	137	60,9%
Quais atitudes e cuidados as pessoas devem ter diante da situação que envolve a presença de cães na UFPA	88	39,1%
Cuidados e bem-estar animal	77	34,2%
Maus-tratos, leis que coíbem a prática	76	33,8%
Problemas relacionados à superpopulação de cães em espaços públicos	70	31,1%
Doenças transmitidas por cães e formas de prevenção	67	29,8%
Procedimentos de castração e seus benefícios	61	27,1%
Abandono, entender o que caracteriza o abandono, leis que coíbem a prática	51	22,7%
Adoção	49	21,8%
Outros	2	0,9%

Fonte: dados da pesquisa (2019).

A partir da análise dos dados da pesquisa, foi possível traçar o perfil do público, conhecer a relação que a maioria das pessoas possui com os animais que vivem na UFPA e quais assuntos elas gostariam de saber a respeito do tema. Chegou-se à conclusão de que a situação, de fato, comove a comunidade e o sentimento que prevalece é a empatia, o afeto, pena e a vontade de ajudar, seja por pensar no bem-estar dos animais, ou por pensar na saúde da comunidade acadêmica. Diante destes resultados, foi possível estruturar os requisitos da revista e planejar a sua concepção.

3.1.2 Definição dos requisitos

Outra etapa importante do percurso metodológico deste trabalho, consistiu na definição dos requisitos do produto, a partir da pesquisa com a comunidade acadêmica e da revisão bibliográfica

sobre revistas. Os requisitos foram divididos em quatro eixos: editorial, *design*, conteúdo e técnicos (Quadro 9).

Quadro 9 - Requisitos do produto

REQUISITO	DIMENSÃO	DESCRIÇÃO
Requisitos do editorial		
Título apropriado à proposta	Editorial	Título adequado e apropriado à proposta do trabalho
Proposição de seções, assuntos e temáticas adequadas	Editorial	Escolha apropriada dos assuntos e temáticas.
Requisitos do <i>design</i>		
Representação visual adequada	Formato	Uso adequado de imagens, figuras, gráficos.
Recursos multimedia	Formato	Permite apresentar conteúdos em diferentes formatos.
Requisitos do conteúdo		
Linguagem clara e acessível ao público	Conteúdo	Conteúdo claro, objetivo e acessível.
Profundidade	Conteúdo	Assuntos trabalhados em Profundidade
Requisitos técnicos		
Ser acessível	Técnica	Respeita as restrições de acessibilidade
Facilidade para navegação	Técnica	Não apresenta problemas e dificuldades para a navegação do usuário.

Fonte: adaptado dos trabalhos de Veloso, Malcher e Eliasquevici (2019) e Mercado e Freitas (2013).

Entendendo o plano editorial de revista como um dos elementos fundamentais da sua elaboração, nos requisitos desse eixo houve uma preocupação em estruturar de forma precisa e coerente os objetivos da revista, a sua missão de ser, visão e valores. Com o documento elaborado, foram organizadas as seções da revista, definida a abordagem, a linguagem e o conteúdo. O nome foi um dos últimos elementos a ser definido.

Em relação aos requisitos de *design*, preocupou-se com a elaboração da marca e identidade visual da revista, no intuito de conseguir transmitir ao público a sua proposta. Outra questão levada em consideração foi a utilização adequada de imagens e ilustrações, pensando nos objetivos comunicacionais de cada seção.

Como a revista será lida por diferentes públicos, um dos requisitos fundamentais do

conteúdo é a construção de uma linguagem clara e acessível, por isso, houve cuidado, também, com a elaboração dos conteúdos textuais. A intenção foi trabalhar cada tema com profundidade, a partir de perspectivas diferentes. Para isso, especialistas de diferentes áreas foram convidados a participar da produção do material.

Sobre os requisitos técnicos, houve uma preocupação com a navegabilidade, simplicidade e de não apresentar problemas ou dificuldades ao leitor/usuário. Ao pensar no formato e linguagem técnica, um dos critérios de seleção da plataforma foi permitir a possibilidade de inserção de recursos multimídia como *hiperlinks*, áudios e imagens. Outro requisito técnico do produto foi utilizar uma plataforma e linguagem de programação que possibilitassem a inserção de recursos de acessibilidade a deficientes visuais como contraste de cor, para acesso das pessoas com baixa visão; possibilidade de implementação de leitores de tela e navegação pelo teclado.

Com base na definição dos requisitos, foi desenvolvida a revista digital Inter Olhares, proposta nesta pesquisa de mestrado.

3.1.3 O produto

A Revista Inter Olhares (<http://inter-olhares.herokuapp.com/ed/1>), conforme já mencionado, foi desenvolvida com o objetivo de proporcionar a divulgação de conhecimentos referentes a problemas que envolvem o cotidiano da UFPA, visando promover a ampla circulação, sensibilização e debate entre a comunidade que circula, trabalha e estuda na Instituição, no sentido de abordar temas que vão além do ensino formal, mas que são extremamente relevantes e envolvem sociedade, cultura, saúde e meio ambiente, integrando os diferentes saberes e áreas do conhecimento. Nesse sentido, a ideia da revista é fomentar ações e apontar caminhos para boas práticas e para a melhoria da qualidade de vida na Universidade.

Entende-se, dessa forma, que o produto educacional fruto deste trabalho foi elaborado a partir da perspectiva de que os processos de aprendizagem e a formação dos indivíduos não acontecem somente no contexto das salas de aula, com a figura de professores e a presença de blocos de disciplinas, formalmente organizados em um desenho curricular e metodológico. Com as mudanças sociais, culturais, econômicas e tecnológicas advindas do último século, surgem novas possibilidades de aprender. O “debate atual sobre a aprendizagem situa-se num plano de horizontes e perspectivas, envolvendo, necessariamente, a questão da educação, da cultura e formação dos

indivíduos” (GOHN, 2014, p. 38).

Sendo assim, compreende-se que o processo educativo assume três dimensões principais, porém não hierarquizadas: educação informal, educação formal e educação não-formal.

A educação informal é aquela que se apresenta ao longo da vida humana, manifestando-se por meio das interações sociais mais orgânicas. São saberes ancestrais transmitidos de pais para filhos, instruções para o cotidiano e processos culturais geralmente (mas não sempre) não planejados e não estruturados (GOHN, 2010; LIBÂNEO, 2010), embora dotados de grande valor simbólico, o que impregnada importante teor educativo à esta dimensão da educação.

A educação formal, por sua vez, é aquela estruturada, sistematizada e regida pelos órgãos governamentais que regem a educação no país, como o Ministério da Educação e o Conselho Nacional de Educação, materializada por meio dos níveis e modalidades de ensino, previstas na Segundo a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional. É, portanto, dimensão educativa que

diferentemente da informal, é totalmente intencional, sistematizada, estruturada, com objetivos claros e específicos, pois corresponde à matriz educacional do sistema de governo vigente, que resulta na outorga de um grau. [...] Ou seja, algo definido e com fronteiras claras e determinantes de uma Educação que acontece sob a cobertura do sistema educacional do país, no caso do Brasil, isto se define na figura do Ministério da Educação (MEC) e do Conselho Nacional de Educação (CNE) em nível nacional, estadual e municipal (PACHECO, 2019, p. 30).

As relações sociais e interações humanas são, também, o cerne da educação não-formal, uma vez que ela se situa na interseção entre os processos formativos formais e informais. Por ser intencionalmente estruturada e organizada, esta dimensão educativa vem romper com a ideia de que a escola é o único espaço no qual o conhecimento pode ser construído de forma sistemática. Nesse sentido, a educação não-formal volta o seu olhar para uma formação humana que extrapola os níveis formais da educação formal escolar, trazendo ao indivíduo a oportunidade da construção de um saber e uma aprendizagem política e social, voltada para o trabalho, para a resolução de problemas complexos e atuais da sociedade e para a relação do homem com a tecnologia, conforme enumera Pacheco (2019) e corrobora Gohn (2014):

A educação não-formal designa um processo com várias dimensões, tais como: a aprendizagem política dos direitos dos indivíduos enquanto cidadãos; a capacitação dos indivíduos para o trabalho, por meio da aprendizagem de habilidades e/ou desenvolvimento de potencialidades; a aprendizagem e exercício de práticas que capacitam os indivíduos a se organizarem com objetivos comunitários, voltadas para a solução de problemas coletivos cotidianos; a aprendizagem de conteúdos que possibilitem que os

indivíduos façam uma leitura do mundo do ponto de vista de compreensão do que se passa ao seu redor; a educação desenvolvida na mídia e pela mídia, em especial a eletrônica etc. (GOHN, 2014, p. 40).

Deste modo, entende-se que a educação não-formal se propõe a trabalhar temas que estão para além dos currículos formais, trazendo ao debate questões transversais e aspectos plurais que estão presentes na sociedade, e que devem ser discutidos de maneira sistematizada e organizada em um processo formativo, como: violência, *bullying*, drogas, meio ambiente, dentre outros.

Esse processo de aprendizagem pode ocorrer em diferentes meios e ambientes, pois a educação não-formal “não é uma estrutura simbólica edificada e corporificada em um prédio ou numa Instituição; ela ocorre via o diálogo tematizado” (GOHN, 2014, p. 44). O aprendizado pode ocorrer em locais fechados, como salas, ambientes abertos, como praças e até mesmo em mídias como a televisão, os jornais, os sites/*blogs* e as revistas.

A educação não-formal, portanto, se apresenta como solo fértil para as discussões empreendidas na revista, uma vez que ela se propõe a discutir temas importantes à comunidade acadêmica, imprimindo um caráter organizado e sistematizado às discussões que perpassam os diálogos informais dos indivíduos que convivem na Universidade, no entanto sem atrelar-se à rigidez dos currículos formais.

Ao centrar o olhar na revista, observa-se que ela é um produto versátil que pode abranger funções variadas como informar, entreter e educar. Pode ser uma ferramenta utilizada para promover o aprendizado, a reflexão e contribuir para a formação dos indivíduos, levando em consideração suas características de segmentação, produção de conteúdo planejamento, foco na profundidade de informações, de estabelecimento de vínculo e familiaridade com o leitor, entre outras. Assim, a Revista Inter Olhares trabalha com a intenção de auxiliar na construção de novos conhecimentos, no desenvolvimento do senso crítico da comunidade acadêmica e na formação dos indivíduos como cidadãos do mundo, conscientes dos problemas que ocorrem na sociedade e no ambiente universitário.

Pretende-se que a revista possua periodicidade semestral e suas etapas de produção devem seguir um fluxo envolvendo: (i) uma pesquisa de percepção com a comunidade sobre o assunto da edição, por meio da aplicação de instrumento eletrônico. O instrumento é disponibilizado *online*, na revista, para acesso e participação de toda comunidade acadêmica; (ii) análise dos dados coletados, elaboração das pautas para cada seção da revista e convite de especialistas para

colaborar com a produção dos conteúdos; e (iii) revisão dos materiais, curadoria/produção de conteúdos multimídia, diagramação e inserção do conteúdo em mídia digital.

3.1.3.1 Plano editorial da revista

A publicação é direcionada a alunos(as) – de graduação e pós-graduação –, docentes, técnicos-administrativos(as), prestadores(as) de serviços e visitantes da UFPA. Não há distinção de gênero ou faixa etária. Assim, com a elaboração do documento que trazia definições da missão, valores da revista, linguagem, bem como seções da revista e formato, foi realizada uma reunião com três especialistas da área da Comunicação e dois profissionais de *design* para apresentação da proposta, buscando o aprimoramento dela. Na ocasião, a pesquisadora expôs o planejamento da revista, as definições de seções e do formato. A apresentação foi feita em *PowerPoint* e o grupo podia fazer intervenções em qualquer momento.

Essa etapa de validação se assemelhou à técnica de pesquisa painel de especialistas que, de acordo com Pinheiro, Farias e Abe-Lima (2013), tem caráter coletivo, reúne várias pessoas consideradas capazes para o tratamento das questões envolvidas no objetivo da pesquisa, geralmente implicando a análise de tema complexo e controverso. Esse foi um dos momentos mais importantes para o desenvolvimento da revista, pois o plano editorial representou a base de todo projeto.

Os especialistas validaram o formato da revista, com o *layout* que se assemelha a de um *website*, entretanto, fizeram apontamentos em relação às seções e à forma de abordagem dos conteúdos. Inicialmente a revista apresentava oito seções e após a validação esse número foi reduzido para cinco: “Percepção”, “Fato”, “Complexidade”, “Reflexão” e “Atitude”. Em relação ao conteúdo, foi decidido que a primeira seção da revista “Percepção” apresentaria os resultados obtidos na pesquisa com a comunidade. Também estava prevista uma seção destinada a entrevistas, mas a ideia foi reformulada e criou-se a seção “Complexidade”, trazendo opiniões e falas de algumas pessoas sobre o assunto. Outra sugestão dos especialistas foi deixar disponível na revista o *link* do instrumento eletrônico que pretende identificar a percepção da comunidade acadêmica sobre o tema da edição seguinte da revista. Um resumo deste processo pode ser visto no Quadro 10.

Quadro 10 - Validação do plano editorial

METÓDO	PARTICIPANTES	CRITÉRIOS AVALIADOS	MODIFICAÇÕES
Reunião para apresentação da proposta e validação com especialistas.	<ul style="list-style-type: none"> - Três professoras da área da Comunicação da UFPA; - Duas profissionais da área de <i>Design</i>: uma vinculada à UFPA e outra que atua no mercado de trabalho. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adequação da missão da revista; - Adequação dos valores; - Adequação da linguagem; - Propostas das seções; - Formato da revista. 	<ul style="list-style-type: none"> - Restruturação das seções: de oito foi reduzida para cinco; - Inclusão do instrumento de percepção na própria revista.

Fonte: elaborado pela própria da autora.

Após o processo de validação do editorial, a missão da revista foi assim definida: *“estabelecer-se como um veículo de comunicação da Universidade Federal do Pará (UFPA), responsável por construções de conhecimento e por estimular mudanças de hábitos e condutas por parte dos seus leitores”*.

Os valores que movem a revista são:

- *Integridade*: a revista trabalha de forma transparente, compartilhando informações relevantes, com princípios éticos e responsabilidade social.
- *Compromisso*: tudo é feito de forma dedicada e cuidadosa para oferecer um produto de qualidade.
- *Paixão*: o que move e impulsiona a elaboração da revista é a paixão pelo compartilhamento do conhecimento com a sociedade.

Conforme já citado, a revista foi então organizada e estruturada a partir de cinco seções fixas, pensadas estrategicamente para atender aos objetivos propostos (Quadro 11).

Quadro 11 – Seções da Revista Inter Olhares

SEÇÃO	DESCRIÇÃO
Percepção	Apresenta o resultado da pesquisa de percepção realizada junto com a comunidade da Universidade Federal do Pará sobre o assunto abordado na edição da revista, o conteúdo é composto por ilustrações
Fato	Traz sempre a matéria principal da revista, contextualizando o problema abordado na edição. O conteúdo possui texto e imagens/infográficos.
Complexidade	Há a exposição do problema a partir de vários pontos de vista, trazendo recortes de falas, depoimentos da comunidade acadêmica, opinião de especialistas, dentre outros. O conteúdo desta seção pode ter textos, vídeos e áudios.
Reflexão	Tem como objetivo fomentar a reflexão na comunidade acadêmica sobre o assunto tratado na edição por meio de matéria ou artigo. Expõe todos os problemas, dinâmicas e situações que estão relacionados com o tema da edição, pode ter textos, imagens e vídeos.
Atitude	Apresenta dicas e orientações para que as pessoas comecem a repensar suas práticas do dia a dia e mudar hábitos, o conteúdo é formado por textos e ilustrações

Fonte: elaborado pela própria autora.

A intenção é que a revista seja um espaço integrativo, democrático e plural no processo de construção do conhecimento, com linguagem simples e acessível a todos os públicos.

3.1.3.2 Por que “Inter Olhares”?

A escolha do nome da revista foi um dos processos mais difíceis da concepção do produto, pois entende-se que o nome é um elemento muito importante, que deve representar o conceito da proposta. Após longo período de discussão com especialistas da área da Comunicação, mudanças, elaboração e reelaboração de ideias, chegou-se a uma definição.

“Inter” significa entre, dentro, em meio. Expressa reciprocidade, ao mesmo tempo que, ou seja, uma relação mútua (AURÉLIO, 2019). “Olhares” exprime a ideia de visões, perspectivas, opiniões e posições. O prefixo “inter” pode remeter, ainda, à ideia de interdisciplinaridade, ou seja, a relação, interação e diálogo entre diferentes saberes, que são fundamentais para entender a complexidade (aquilo que é tecido junto, em relação) das dinâmicas em sociedade e do próprio sentido da vida (MORIN, 1999).

“Olhares” vem do verbo olhar que significa observar, ver, contemplar, ponderar, examinar, analisar ou considerar tendo em conta algo ou alguém. Fazer com que algo, alguém ou si próprio, passe por um exame, avaliação, crítica ou olhar para os erros buscando aprender (AURÉLIO, 2019).

Nessa perspectiva, os (inter) olhares fazem parte de um movimento que se volta para dentro,

tanto no sentido individual quanto coletivo. A proposta da revista é ter múltiplos olhares: para dentro, refletindo sobre as práticas, sobre o que você é e representa em determinado contexto; para fora, olhar para a própria comunidade em que se está inserido, um olhar mais amplo enquanto comunidade universitária.

3.1.3.3 A marca da revista

Entende-se que uma marca é mais que uma mera construção gráfica, é uma composição de várias expressões que foram congregadas e que trazem consigo um conceito.

Uma marca é ao mesmo tempo signo, palavra, objeto, conceito. Signo, pois a marca é multiforme: ela integra os signos figurativos, como os logotipos, os emblemas, as cores, as formas, as embalagens e o design. Palavra, no caso o nome da marca, que é o suporte de informação oral ou escrita sobre o produto. Objeto, pois a marca distingue um ou vários produtos de outros produtos ou serviços. Conceito, enfim, pois a marca, como todo signo, tem um significado, ou seja, um sentido (KAPFERER, 1998, p. 190).

Os materiais relativos à marca da revista e identidade visual foram produzidos por um colaborador, Rômulo Baia. Após a finalização das peças, a proponente deste trabalho enviou por *e-mail* o material para a apreciação e validação de três profissionais da área de *Design*, sendo duas vinculadas à UFPA e uma que atua no mercado de trabalho. Durante esse processo, várias adequações foram realizadas até a consolidação das versões finais

Diante disso, após os ajustes, o conceito da marca (Figura 18) da Revista Inter Olhares passou a estar relacionado com o fomento ao diálogo. O símbolo, que também é a letra “O”, retrata os múltiplos olhares e contextos a observar, analisar, refletir a respeito de diferentes objetos, assuntos ou problemas e retrata os fluxos comunicacionais nesse processo, bem como sua dinamicidade e complexidade. Foi utilizada a forma geométrica do triângulo equilátero (lados iguais) para simbolizar a igualdade entre os atores que participam do diálogo, sem hierarquia, com uma relação horizontal, em que todos os saberes são válidos e contribuem para a construção do conhecimento. Além disso, o triângulo remete à ideia da tríade da universidade: ensino, pesquisa e extensão.

Figura 18 - Marca da Revista Inter Olhares



Fonte: Revista Inter Olhares.

Foram escolhidas as cores roxa e laranja para compor a marca, pois a combinação dessas tonalidades proporciona um equilíbrio entre cores frias (roxo) e quentes (laranja). Como indica Farina et al. (2006), a partir de estudos de Bamz, constatou-se que o laranja é a cor preferida de pessoas que têm de 10 a 20 anos, pois é uma idade de imaginação, excitação e aventura. Por outro lado, o roxo é a preferência de pessoas com mais de 60 anos, por ser uma idade do saber e da experiência. Assim, essas duas cores compõe a marca da revista, com o intuito de abarcar um público com idades variadas e buscar uma certa harmonia entre possíveis extremos/oposições. A proposta é estabelecer o diálogo nesse entre lugar, no meio, onde é necessário realizar deslocamentos e tentar ressignificar e refletir sobre o olhar individual e coletivo.

Ainda sobre as cores, na China, o amarelo é a cor da perfeição e o vermelho é a cor da felicidade e do poder, o laranja, a mistura dessas duas cores, não se limita a estar entre a perfeição e a felicidade, mas tem significado próprio e fundamental: é a cor da transformação (FARINA et al., 2006). Assim, a partir do diálogo, a proposta da revista é promover uma nova perspectiva nos olhares, nas posturas, em algumas dinâmicas dentro da Universidade e assim por diante.

3.1.3.4 Aspectos relacionados ao formato

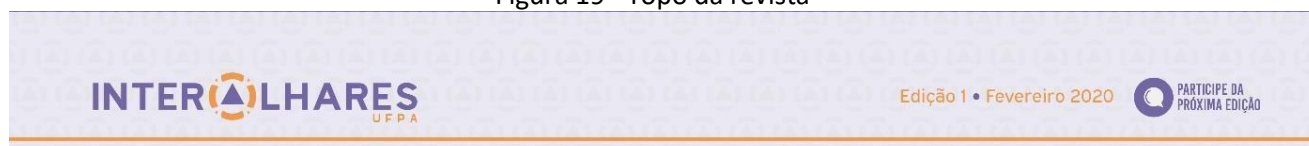
A revista digital foi desenvolvida por um profissional da área de Tecnologia da Informação e Programação, Felipe Eliasquevici, a partir de um *layout* que se assemelha a de um *website*, usando a biblioteca *React*, que é construída na linguagem *Javascript*, com código aberto. A biblioteca é focada na construção de interfaces para o usuário proporcionando uma melhor experiência de navegação. A revista está hospedada na plataforma Heroku⁵, não possui banco de dados, mas nas

⁵ O Heroku é uma plataforma em nuvem, criada em 2007, como um serviço que suporta várias linguagens de programação, utilizada para hospedagem de sites, testes em produção ou para escalar aplicações.

edições futuras, há a possibilidade de implementação, caso necessário.

Em relação à disposição das informações, a revista possui um topo (Figura 19) com a marca no lado esquerdo. Já no lado direito há as informações sobre a edição, como o ano de publicação, e um botão contendo o *link* para que os leitores participem da construção da próxima edição, respondendo um instrumento eletrônico.

Figura 19 - Topo da revista



Fonte: Revista Inter Olhares.

O fluxo de navegação da revista é realizado de forma predominantemente na vertical. O usuário/leitor lê a revista rolando a tela para baixo. Entretanto, as seções “Percepção” e “Atitude” possuem uma barra de rolagem na horizontal, de forma que o conteúdo fica dividido em várias telas. As seções “Fato” e “Reflexão” possuem na tela principal da revista um pequeno texto de chamada e um *link* para a leitura das matérias em outra aba (Figura 20).

Figura 20 - Chamada da matéria da seção "Fato"



Fonte: Revista Inter Olhares.

Sobre a acessibilidade do produto, a revista segue padrões de acessibilidade pré-existentes no *React*, ou seja, a programação da revista permite a inserção de extensões e *softwares* para modificações relacionadas a contraste de cor, melhorando a leitura para pessoas com baixa visão; implementação de leitores de tela e navegação pelo teclado, entre outros. Entretanto, na primeira versão e edição publicada esses recursos ainda não disponíveis para os leitores/usuários. Nas edições futuras da revista está previsto o investimento em extensões desta natureza, que possam tornar a publicação acessível a públicos com deficiência.

3.1.3.5 A primeira edição com o tema superpopulação de cães

Na primeira edição da Revista Inter Olhares, foi abordado o tema de superpopulação de cães na UFPA. A capa (Figura 21) foi construída por meio de ilustrações, produzidas por uma profissional da área *design*, Helena Lamaga, que se interessou pelo projeto da revista e aceitou colaborar com a pesquisa. A escolha pelo uso desse tipo de imagem na revista foi feita por acreditar no potencial das ilustrações no processo comunicativo, de transmissão de uma mensagem. Este tipo de imagem é considerado didático e permite que os conteúdos sejam compreendidos de forma mais eficaz, levando em conta dos diferentes públicos que a revista pretende atingir. Santos e Sergipe (2006) corroboram esse pensamento ao afirmar que as ilustrações agem em conjunto com o texto na construção de sentido da mensagem que se deseja repassar ao leitor, agregando informações. As ilustrações estabelecem ligação com conhecimentos e conceitos prévios adquiridos pelas pessoas e, por isso, auxiliam na compreensão.

As ilustrações da capa representam a situação na Universidade, buscando retratar a relação das pessoas com os animais e como eles estão presentes na Instituição. A cena da ilustração acontece em um dos espaços de alimentação da UFPA, conhecido como “Ver-o-Pesinho”, um local que concentra muitos cães, principalmente no horário do almoço. Recentemente foi instalada uma placa proibindo o fornecimento de comida próximo ao espaço, recomendação essa que não é obedecida por parte da comunidade acadêmica, por isso o destaque na peça. Também foi ilustrado um cão urinando, o que também é um problema recorrente na Instituição, pois normalmente as passarelas da UFPA ficam sujas por conta dos dejetos desses animais, o que pode provocar a proliferação de doenças.

Figura 21 - Capa da revista



Fonte: Revista Inter Olhares.

O editorial (Figura 22), com o título “O primeiro olhar”, teve como objetivo dar as boas-vindas ao leitor e apresentar a proposta da Revista Inter Olhares, explicando sua origem e suas intenções. No texto, o leitor também é convidado para participar da construção da segunda edição, a partir do preenchimento do instrumento eletrônico disponível na revista. No texto é enfatizado que a revista integra uma pesquisa de dissertação de mestrado.

Figura 22 - Editorial da revista

INTER OLHARES
UFPA

Edição 1 - Fevereiro 2020 

O Primeiro Olhar!

É com imensa alegria e satisfação que concretizamos o lançamento da primeira edição da Revista Inter Olhares. O projeto de concepção da revista é parte integrante da pesquisa de mestrado "Inter Olhares: proposta de uma revista digital para abordar questões que afetam o cotidiano da UFPA" do Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior (PPGCIMES) da Universidade Federal do Pará (UFPA).

A revista tem como objetivo proporcionar a reflexão e o diálogo sobre conhecimentos referentes a questões complexas que envolvem o cotidiano da UFPA. A ideia é trazer diferentes visões e promover a ampla circulação, sensibilização e debate entre a comunidade que circula, trabalha e estuda na instituição, no sentido de abordar temas que vão além do ensino formal em sala de aula, mas que são extremamente relevantes.

A cada edição, discutiremos um assunto diferente a partir de aspectos culturais, sociais, de saúde, meio ambiente, dentre outros que envolvem o dia a dia na universidade. Nessa perspectiva, nossa proposta é ouvir a própria comunidade da UFPA para que ela escolha cada temática abordada na revista. [Convidamos você a participar da consulta](#) para sugerir o tema das próximas edições!

Nesta edição, a Inter Olhares discute um problema vivenciado há muitos anos na UFPA, que divide opiniões e gera muita comoção na instituição: a superpopulação de cães. Ao longo das seções, abordaremos a questão por meio de diferentes opiniões e perspectivas, fomentando o diálogo entre os múltiplos olhares sobre o assunto.

Boa leitura!
Julia Quemel
Marianne Eliasquevici

Fonte: Revista Inter Olhares.

O sumário (Figura 23) indica as seções da revista e foi construído com interatividade, *hiperlinks*, que permitem que o leitor escolha como que deseja navegar pelas seções, podendo fazer uma leitura não-linear ou seguir com a lógica de leitura da revista.

Figura 23 - Sumário da revista



Fonte: Revista Inter Olhares.

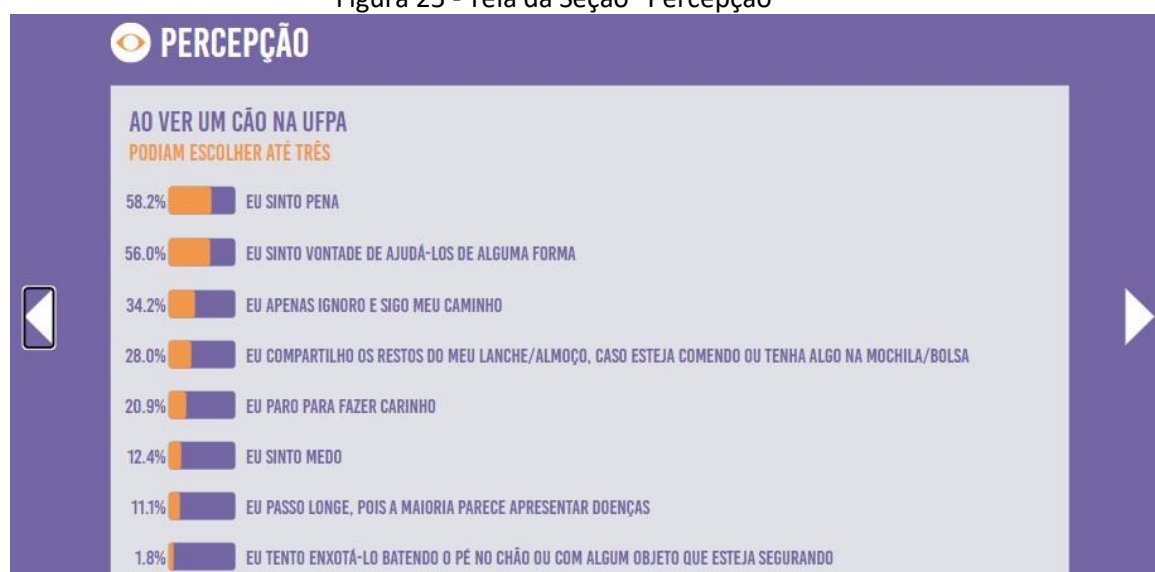
A primeira seção da revista “Percepção” compartilha os resultados obtidos na pesquisa com a comunidade sobre a situação que envolve os cães na Instituição. A ideia foi apresentar um panorama das percepções e opiniões da população universitária. A seção possui sete telas diferentes, com os principais resultados da pesquisa (Figuras 24 e 25).

Figura 24 - Seção “Percepção”, tela principal



Fonte: Revista Inter Olhares.

Figura 25 - Tela da Seção "Percepção"

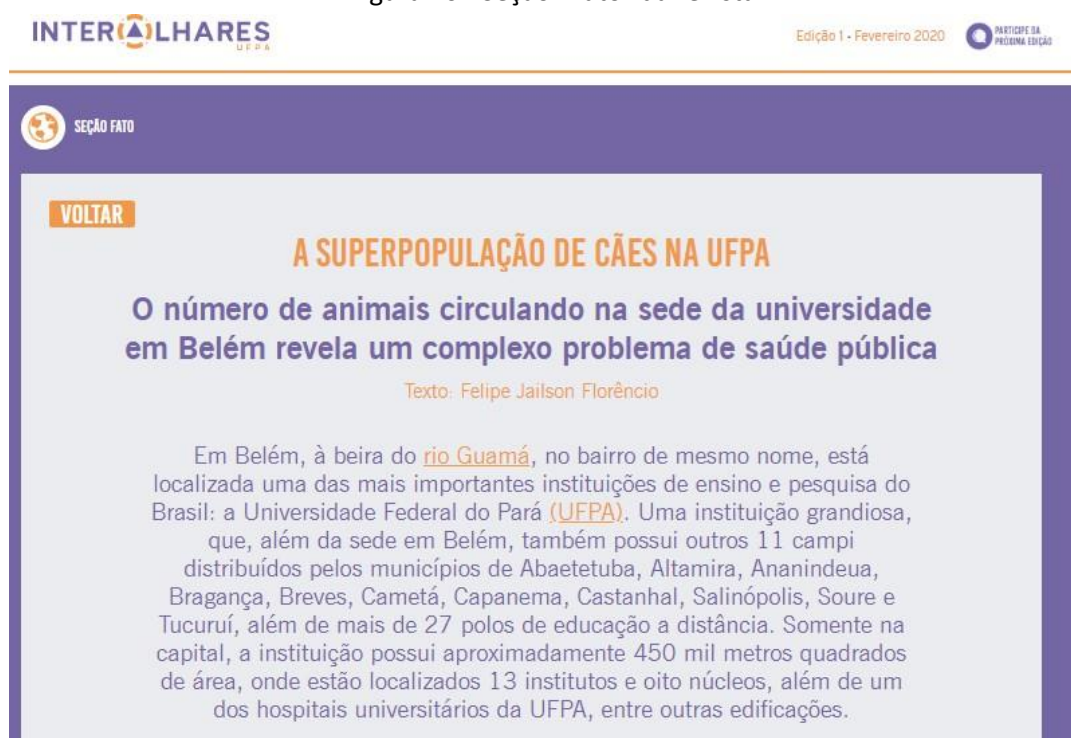


Fonte: Revista Inter Olhares.

Em seguida, a seção “Fato”, apresenta uma matéria com a contextualização do problema da superpopulação de cães na UFPA, expondo um histórico e uma explicação de como essa questão se constitui, e quais os projetos e iniciativas da gestão superior da UFPA para ajudar a solucionar o problema (Figura 26). O texto foi produzido por um jornalista colaborador, Felipe Jailson Florêncio, que aceitou participar do projeto. O material foi construído por meio de pesquisas e documentos disponibilizados pela autora deste trabalho.

O conteúdo da seção “Fato” foi pensado e planejado a partir dos resultados obtidos na pesquisa de percepção com a comunidade, em que foi identificado que as pessoas gostariam de saber o que a gestão superior da Universidade está fazendo para amenizar a questão. Expor o histórico do problema possibilita que o público conheça toda complexidade que está por trás da vivência dos cães na UFPA.

Figura 26 - Seção "Fato" da revista

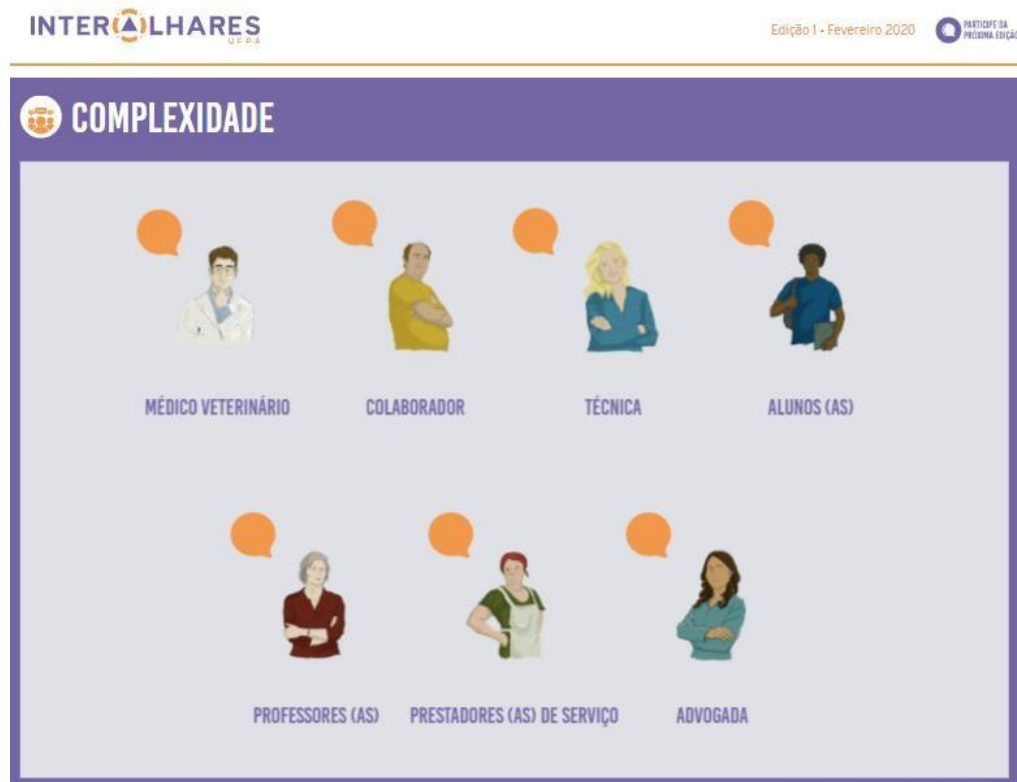


Fonte: Revista Inter Olhares.

A seção “Complexidade” (Figura 27) apresenta a opinião da comunidade da UFPA sobre o assunto, passando por várias perspectivas e demonstrando como o problema é delicado. Para a construção do conteúdo da seção foram feitas entrevistas, conduzida pela proponente deste trabalho, com a comunidade acadêmica e especialistas da área do Direito (Figura 28), Alexandra

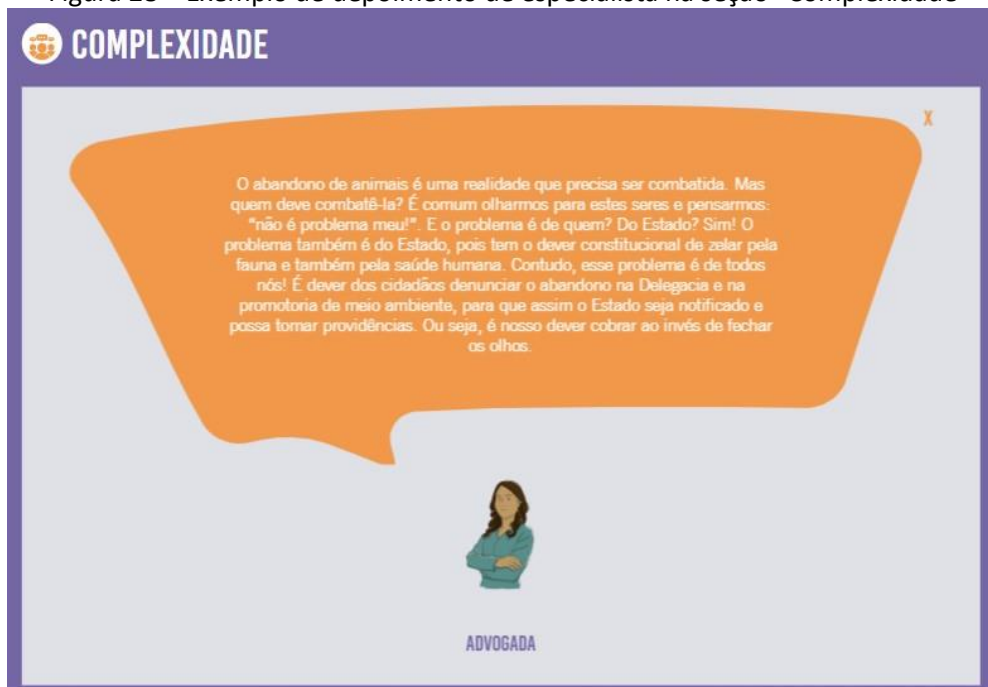
Cruz, e um especialista de Medicina Veterinária, Carlos Oliveira, sobre as questões que envolvem a superpopulação de cães. Também foram coletadas e selecionadas algumas respostas obtidas por meio da aplicação do instrumento eletrônico de percepção. A intenção foi expor como um mesmo assunto afeta de forma diferente as pessoas.

Figura 27 - Seção "Complexidade" da revista



Fonte: Revista Inter Olhares.

Figura 28 – Exemplo de depoimento de especialista na seção "Complexidade"



Fonte: Revista Inter Olhares.

Já a seção “Reflexão” (Figura 29) teve como proposta explicar para a comunidade as consequências da prática do abandono de animais. Também é discutido como o problema pode afetar a saúde da comunidade, destacando as principais zoonoses que podem ser proliferadas e transmitidas na UFPA. O bem-estar animal é outro assunto discutido nesta edição, no sentido de questionar se de fato a Universidade é o ambiente ideal para a vivência dos cães. O objetivo é fomentar a reflexão e fazer com que a comunidade entenda a gravidade do problema, tanto para a saúde da comunidade como para a qualidade de vida dos cães. O texto foi produzido pela proponente deste trabalho, com o auxílio de uma profissional da área de Medicina Veterinária, Daniella Káisa Bezerra, que repassou todas as informações técnicas necessárias para a elaboração da seção.

Figura 29 - Seção "Reflexão" da revista



Fonte: Revista Inter Olhares.

A última seção, “Atitude” (Figura 30), apresenta dicas e orientações para que a comunidade da UFPA saiba como ajudar a solucionar ou amenizar a situação. A ideia foi de mostrar que as atitudes e hábitos das pessoas que transitam pela Universidade pode ter interferência, sim, na gravidade do problema e que há, também, como cada um fazer sua parte para enfrentar a questão. O conteúdo foi planejado e estruturado a partir da visão de uma profissional da área de Medicina Veterinária, Daniella Káisa Bezerra.

Figura 30 - Seção "Atitude" da revista

INTEROLHARES
UFPA

Edição 1 - Fevereiro 2020

PARTICIPA DA
PROGRAMA EDUCAÇÃO

 **ATITUDE**

PARA AJUDAR E CONVIVER BEM

Saiba o que você pode fazer para contribuir com a UFPA
e com o bem-estar dos cães que circulam e vivem na instituição

NÃO ABANDONE

 Abandonar animais, além de ser uma atitude cruel, é também um crime ambiental. Lembre-se, a UFPA não possui abrigo nem estrutura para um animal viver com qualidade de vida.

Fonte: Revista Inter Olhares.

A validação do conteúdo (Quadro 12), ocorreu durante toda a produção da revista. Após a finalização de cada material, os textos eram enviados por *e-mail* para profissionais da área da Comunicação e Medicina Veterinária para que fosse avaliado se as informações estavam corretas, se a linguagem estava adequada e se o conteúdo atendia aos objetivos propostos.

Quadro 12 - Validação do conteúdo

CONTEÚDO	PARTICIPANTES	CRITÉRIOS AVALIADOS	MODIFICAÇÕES
Seção “Percepção”	- Duas professoras da área de Comunicação da UFPA; - Uma aluna de pós-graduação da UFPA.	- Adequação do conteúdo; - Adequação da linguagem.	- Inclusão de nuvem de palavras trazendo as palavras mais utilizadas pela comunidade ao se referirem a convivência dos cães na UFPA.
Seção “Fato”	- Duas professoras da área de Comunicação da UFPA.	- Adequação do conteúdo; - Adequação da linguagem.	- Ampliação de informações sobre o histórico do problema.
Seção “Complexidade”	- Duas professoras da área de Comunicação da UFPA; - Uma aluna de pós-graduação da UFPA.	- Adequação do conteúdo; - Adequação da linguagem.	- Mudança na seleção de depoimentos para constar na seção.
Seção “Reflexão”	- Dois profissionais da área da Medicina Veterinária, uma vinculada à UFPA e outro que atua no mercado de trabalho.	- Adequação do conteúdo; - Adequação da linguagem.	- Inclusão de zoonoses que não estavam no texto, como a leishmaniose.
Seção “Atitude”	- Dois profissionais da área da Medicina Veterinária, uma vinculada à UFPA e outro que atua no mercado de trabalho.	- Adequação do conteúdo; - Adequação da linguagem.	- Inclusão de atitudes e dicas que não estava na seção, como ter cuidado com a higiene.

Fonte: elaborado pela própria da autora.

Essa foi a estrutura e organização da primeira edição da Revista Inter Olhares, elaborada a partir de cinco seções, apresentando conteúdo multimídia, com textos, imagens e *hiperlinks*. A edição foi planejada para fornecer diferentes tipos de informações e fomentar conhecimentos acerca do problema que envolve os cães na UFPA.

3.1.3.6 Processos de validação

A validação é uma etapa importante da concepção do produto educacional, pois é o momento de observar se a proposta desenvolvida atendeu aos seus objetivos e verificar o que precisa ser ajustado e readequado. Veloso, Malcher e Eliasquevici (2019) explicam que não há uma única forma de validação, visto que cada produto apresenta especificidades e necessidades próprias. Esse processo pode envolver aspectos qualitativos e/ou quantitativos.

Para este trabalho, o processo de validação foi prioritariamente qualitativo e ocorreu

durante todo o período da pesquisa, bem como de construção do produto, de forma paralela, tendo sido dividido em quatro subprocessos: validação do instrumento eletrônico de percepção; validação do plano editorial; validação do conteúdo da revista e validação do design da revista. Por motivos didáticos, optou-se por explicitar essas questões ao longo do terceiro capítulo desta dissertação, concomitante a apresentação da revista.

Inicialmente, também estava previsto uma validação com o público, entretanto, pela questão do tempo, não foi possível a realização desta etapa. A proposta era que fossem selecionados(as) alunos(as), professores(as), técnicos(as), prestadores(as) de serviço e visitantes para participar da pesquisa. O público, formado por pelo menos dois integrantes de cada segmento, seria convidado para acessar a revista digital no auditório do Núcleo de Tecnologias Aplicadas ao Ensino e Extensão (NITAE²). Após o término do tempo destinado para a leitura da revista, estava previsto a realização de uma roda de conversa para saber quais foram as percepções do público em relação a revista. A partir das sugestões e indicações, seriam realizadas alterações no produto. Todavia, como mencionado, a pertinência e adequação do produto ao público foi validada por pesquisadores e especialistas, de diferentes áreas, durante todo desenvolvimento da pesquisa.

3.2 PRÓXIMAS EDIÇÕES

A próxima edição já possui tema definido e abordará a questão da segurança na UFPA, o assunto mais indicado pelas pessoas na pesquisa realizada com a comunidade, com 24,1% dos votos. Para identificar a percepção do público sobre a temática, foi construído um novo instrumento eletrônico (APÊNDICE B), que está disponível nesta edição da revista digital e será divulgado em outros meios para que a comunidade acadêmica possa ajudar a construir a edição.

Um dos pontos que será aprimorado é a adaptação da linguagem, trazendo mais características da linguagem *web*, incorporando não apenas textos e imagens, mas também outros elementos multimídia que possam complementar e aprofundar informações relevantes para o leitor, para isso será feita uma curadoria de conteúdos dessa natureza em plataformas livres.

Para as próximas edições pretende-se, ainda, tornar a revista acessível para pessoas com deficiência, portanto, haverá a inserção de extensões e *softwares* que permitam a alteração no contraste das cores da revista, mudança do tamanho das fontes e a inclusão de leitores de tela. Assim, o alcance da revista será maior.

Em relação à estrutura da revista, algumas modificações estão previstas, tais como a inclusão de uma aba fixa, no menu superior, com a apresentação da Universidade Federal do Pará, para que seja caracterizado o contexto no qual a revista está inserida e não precisar evidenciar nas matérias de todas as edições. Aspectos relacionados à marca da revista também serão repensados, estuda-se a possibilidade de fazer pequenas adequações para aprimorá-la. A ideia é alterar a posição do símbolo, como mostra a Figura 31, para que possa comunicar melhor a proposta da publicação. Também será incluída uma palheta nova de cores para que possa ser utilizadas outras, além do roxo e laranja (Figura 32). Essas alterações poderão melhorar a execução e aplicação da marca.

Figura 31 – Propostas de modificações na marca



Fonte: elaborado pela própria autora.

Figura 32 - Sugestão de nova palheta de cores



Fonte: elaborado pela própria autora.

Há também intenção de ampliar o número de colaboradores da revista. A ideia é mapear especialistas e pesquisadores que possam e que queiram contribuir com a construção da edição. A expectativa é conseguir aproximar o projeto da revista da gestão superior da UFPA e hospedar a Inter Olhares em umas das páginas ou *sites* oficiais da Instituição para alcançar um número maior de pessoas e ampliar o seu impacto. Outro planejamento futuro é aliar o lançamento das edições com algum evento da Universidade para que o tema da edição possa ser discutido presencialmente, a exemplo de palestras e mesas-redondas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As universidades se configuram como espaços de formação, produção, divulgação e disseminação do conhecimento. Entretanto, para além das competências técnicas, é necessário formar cidadãos, sujeitos preocupados com o seu entorno e os problemas que afligem seu ambiente. Entende-se, dessa forma, que o ambiente formal de ensino não consegue, sozinho, fomentar este tipo de formação, voltada para a cidadania. É necessário agregar outras práticas e estratégias.

Com a concepção e o desenvolvimento da revista proposta neste trabalho, a intenção é de proporcionar a divulgação e circulação de conhecimentos referentes a problemas que envolvem a rotina da Universidade Federal do Pará, mas que não são discutidos amplamente. Para além de levar informações à comunidade, busca-se incentivar a mudança de hábitos e condutas que possam contribuir para a resolução das questões discutidas. Observar-se que muitos destes problemas que estão presentes na UFPA e que podem ser abordados na revista, como o mal descarte do lixo, falta de segurança, violência, preconceito, entre outros, também são realidades na sociedade. Fomentar discussões sobre esses assuntos e trazer informações para a comunidade acadêmica será importante não só para amenizar as questões na UFPA, mas na sociedade de forma geral.

Assim, considera-se que os objetivos descritos na dissertação foram alcançados. A Revista Inter Olhares foi concebida e é uma proposta inovadora no âmbito da UFPA, centrando seus esforços em fomentar conhecimentos e reflexões sobre assuntos relevantes socialmente e que estão inseridos no dia a dia da Instituição, como o tema da superpopulação de cães trazido na primeira edição. Acredita-se que a revista produzida possui condições, ainda, de contribuir para que as pessoas repensem suas próprias práticas no dia a dia, ao trabalhar as temáticas sobre diferentes perspectivas e pode ser mais bem explorada se for incorporada como um dos meios de comunicação oficiais da UFPA.

Os passos seguintes da pesquisa estão relacionados à elaboração de estratégias de divulgação da revista para a comunidade acadêmica, por meio do Portal da UFPA e das redes sociais. A proposta é que seja realizado um evento de lançamento da revista na UFPA, com ampla divulgação, trazendo especialistas convidados para uma mesa-redonda ou palestra sobre o assunto tratado na primeira edição da revista. A ideia é que a Inter Olhares possa alcançar todas as pessoas que estão presentes na Instituição e que fazem parte dela. Espera-se, ainda, após o lançamento,

executar o processo de validação com o público para fazer possíveis adequações na revista pensando nas próximas edições. Outro passo importante da pesquisa é apresentar a revista para administração superior da UFPA. Para isso, a ideia é marcar uma reunião com os representantes da reitoria e, assim, verificar a possibilidade de incorporação da mesma nos ambientes oficiais da Instituição, bem como, avaliar a continuidade do projeto, desta vez com o auxílio e suporte da Universidade.

A forma como a revista se estrutura e sistematiza as discussões dialoga intimamente com a concepção da educação não-formal, haja vista que se situa nas lacunas entre a educação formal e a educação informal, estabelecendo um diálogo entre elas. Isto é, ao estruturar e organizar uma discussão, outrora natural e orgânica entre os atores da Universidade, a revista estabelece uma ação formativa intencional e sistematizada que oferecerá à sua comunidade a oportunidade de uma formação que não, necessariamente, é contemplada nas relações educativas formalizadas da Universidade.

Assim, a revista, de maneira geral, possui potencial para ser utilizada no contexto do ensino e da educação não-formal, devido às suas características e possibilidades de uso. No ambiente digital, com a inserção de recursos multimídia, esse potencial se amplia. É possível produzir informações e apresentá-las aos leitores de forma didática, simples, combinando diferentes mídias, aumentando as chances de ocorrer o processo de aprendizagem. Ao trazer ao centro da discussão temas que envolvem a dinâmica social da comunidade acadêmica, a revista contribui substancialmente para a formação social, política e cidadã dos indivíduos que vivenciam a Universidade, sendo estes alguns dos princípios da educação não-formal.

Percebe-se que as revistas, para se sustentarem no mercado como preferência dos leitores, precisam ser bem produzidas, fáceis de ler, de se envolver e foi partindo desse princípio que a *Inter Olhares* foi desenvolvida. Cada peça gráfica foi desenvolvida com bastante cuidado, pensando em seus objetivos comunicacionais. Todavia, o processo de construção da identidade visual da revista e o planejamento da sua linguagem visual foram tarefas que demandaram bastante tempo de pesquisa e estudo. Foi fundamental para a pesquisa a colaboração de profissionais da área de *Design* que deram todo o suporte para a elaboração do produto.

A construção dessa pesquisa, bem como do produto educacional, foi desafiadora. O fazer revista não é um trabalho simples, mesmo quando há uma grande equipe de produção por trás de

cada processo, é ainda mais complicado quando a equipe é reduzida, como foi o caso deste trabalho. Devido ao público plural e heterogêneo da Revista Inter Olhares, que compreende toda a comunidade da UFPA, outro grande desafio foi definir a linguagem da revista e a forma de abordar os conteúdos em cada seção, pensando nas características e preferências de cada segmento – alunos(as), professores(as), visitantes, técnicos(as) ou prestadores(as) de serviço.

Pode-se afirmar que o resultado desta pesquisa de mestrado, bem como, a concepção da revista Inter Olhares foi fruto de um intenso trabalho e percurso metodológico, que integrou diversas etapas e atores. A participação da comunidade acadêmica e de profissionais de diferentes áreas – Comunicação, Ensino, Design, Direito, Medicina Veterinária e Tecnologia da Informação – foram fundamentais para tomadas de decisão e para o enfrentamento dos desafios vivenciados ao longo da pesquisa.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, C. B.; SANTOS, M. L. U. **Em Branco**: projeto editorial para revista digital com a temática de design gráfico, 2014. Monografia (Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba.

ALI, F. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

BESEMER, S. P.; TREFFINGER, D. J. Analysis of creative products: Review and synthesis. **Journal of Creative Behavior**, 15(3), 158- 178, 1981.

BRASIL. Casa Civil. **LDB - Lei nº 9394/96**, de 20 de dezembro de 1996. Estabelece as diretrizes e bases da Educação Nacional. Brasília, 1996.

CALZA, M. U. **A identidade visual no projeto gráfico de revistas de moda**, 2015. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

COSTA, K. S. **Design editorial e revistas multiplataforma: uma avaliação de publicações nacionais**, 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

CUNHA, R. E. S. **Revistas no cenário da mobilidade**: a interface das edições digitais para *tablets*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.

DOURADO, T. M. S. G. **Revistas em formatos digitais: modelos e novas práticas jornalísticas**, 2013. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/14009/1/Tatiana%20Maria%20Dourado.pdf>. Acesso em: 17 fev. 2019.

FARIA, J. A. **Relação/Controle populacional de cães e gatos/melhoria das condições ambientais e bem-estar da comunidade no Bairro da Paupina em Fortaleza – Ceará**, 2014. Dissertação (Mestrado Ambiente, Tecnologia e Sociedade) – Universidade Federal Rural do Semi-Árido, Rio Grande do Norte. Disponível em: <http://repositorio.ufersa.edu.br/handle/tede/13> Acesso em: 04 fev. 2020.

FARINA, M.; PEREZ, C.; BASTOS, D. **A psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Edgard Blücher, 2006.

FERREIRA, I.; BRIGNOL, L.. Revistas para tablets: A apropriação dos recursos da mídia digital na revista Plastic Dreams. In: XV CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, Palhoça, Santa Catarina, 2014. **Anais** Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2014/resumos/R40-0600-1.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2019.

FETTER, L. C. **Revistas, design editorial e retórica tipográfica: a experiência da revista *Trip* (1986-2010)**, 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

FREIRE, M. **Jornalismo de revista em tablets: uma análise comparativa entre os modelos convergente e nativo digital**, 2013. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Universidade Federal da Bahia, Salvador.

FREIRE, M. Do Armazém à Amazon: uma proposta de tipologia das revistas digitais através dos gêneros jornalísticos. In: NATANSOHN, G. L. **Jornalismo de Revista em Redes Digitais**. Salvador: Edufba, 2013.

GARRETT, J. J. **The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond**. 2. ed. Berkeley: New Riders, 2011.

GOHN, M. G. Educação não-formal, Aprendizados e Saberes em Processos Participativos. **Revistar Investigar em Educação - IIª Série**, n. 1, 2014.

GOHN, M. da G. **Educação Não-Formal e o Educador Social: Atuação no desenvolvimento de projetos sociais**. São Paulo: Cortez, 2010.

GOLFETTO, I. F. **Edições digitais de revistas: um estudo sobre o potencial hipermediático e de interação a partir da visão de usuários**, 2011. Dissertação (Mestrado em Design e Expressão Gráfica) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Mídia Dados Brasil 2018**. São Paulo, 2018.

GRUSZYNSKI, A. C. Design editorial e publicação multiplataforma. **Revista Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 34, p. 571-588, set./dez. 2015.

GRUSZYNSKI, A. C. **Design gráfico: do invisível ao legível**. 2. ed. São Paulo: Rosari, 2008.

GRUSZYNSKI, A. C; CHASSOT, S. S. O projeto gráfico de revistas: uma análise dos dez anos da revista Capricho. **Revista Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 5, n. 10, jul./dez. 2006.

INTER. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2019. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/inter/>>. Acesso em: 11 jan. 2020.

JOFFILY, D. et al. Medidas para o Controle de Animais Errantes Desenvolvidas pelo Grupo PET Medicina Veterinária da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. **Revista Em Extensão**, Uberlândia, v. 12, n. 1, p. 197-211, jan./ jun. 2013.

KAPFERER, J.-N. **As marcas: capital da empresa**. São Paulo: Bookman, 1998.

LIBÂNEO, J. C. **Pedagogia e Pedagogos, Para Quê?** 12. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

LIMA, A. F. M; LUNA, S. P. L. Algumas causas e consequências da superpopulação canina felina: acaso ou descaso? **Revista de Educação Continuada em Medicina Veterinária e Zootecnia do CRMV-SP**. São Paulo, Conselho Regional de Medicina Veterinária, v. 10, n. 1, 2012.

MAROTTI, J. et al. Amostragem em pesquisa clínica: tamanho da amostra. **Revista de Odontologia da Universidade Cidade de São Paulo**. São Paulo, 2008.

MARTINS, L. M. M. **Arquitetura universitária: o campus como elemento arquitectónico**, 2017. Dissertação (Mestrado em Arquitetura Integrada) – Universidade de Lisboa, Lisboa.

MERCADO, L. P. L.; FREITAS, M. A. S. Avaliação de Materiais Didáticos para Educação Online dos Cursos da UAB: perspectiva analítica e reconstrutiva. **Revista e-Curriculum**, São Paulo, v.2, n.11, ago./2013.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**, 2003. Tese (Dourado Comunicação e Culturas Contemporânea, Faculdade de Comunicação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Documento de Área de Ensino**. Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior, Diretoria de Avaliação. 2016.

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL. **Recomendação Nº33/2018. Procuradoria da República - Para/Castanhal**, 2018. Disponível em: http://www.mpf.mp.br/pa/sala-de-imprensa/documentos/2018/recomendacao_mpf_proibicao_abandono_abrigamento_anormais_ufpa_10_set_2018.pdf. Acesso em: 12 jan. 2019.

MORIN, E. Da necessidade de um pensamento complexo. In: MARTINS, F. M.; SILVA, J. M. (Org.). **Para navegar no século XXI: tecnologias do imaginário e cibercultura**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999. p. 1-27.

NATANSOHN, L. G.; CUNHA, R. Revistas brasileiras online em plataformas móveis. **Revista Eco-Pós**, v. 13, n. 1, 2010.

NATANSOHN, L. G.; CUNHA, R. O jornalismo de revista no cenário da mobilidade. **Revista Prisma.Com.**, n.12, 2010.

NATANSOHN, L. G. et al. Revistas online: do papel às telinhas. **Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação**, Juiz de Fora, v.4, n.1, 2010. Disponível em: <http://ojs2.ufjf.emnuvens.com.br/lumina/article/view/20936/11310>. Acesso em: 19 jan. 2019.

OLHARES. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2019. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/olhares/>>. Acesso em: 11 jan. 2020.

PACHECO, Marcelo Wilson Ferreira. **Educação sem fronteiras: espaço virtual de discussão sobre a atuação do pedagogo na educação não-formal**. Orientadora: Marianne Kogut Eliasquevici. 2019. 203 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Ensino) - Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior, Núcleo de Inovação e Tecnologias Aplicadas a Ensino e Extensão, Universidade Federal do Pará, Belém, 2019. Disponível em:

<http://repositorio.ufpa.br:8080/jspui/handle/2011/12160>. Acesso em: 02 jul 2020.

PALACIOS, M. Marginália, zeitgeist e memória do tempo presente: os comentários de leitores no ciberjornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 8, n. 1, 2012.

PAULA, S. A. **Política Pública de Esterilização Cirúrgica de Animais Domésticos, como Estratégia de Saúde e de Educação**, 2012. Monografia (Especialização em Gestão Pública Municipal), Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba. Disponível em:

<http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/1495>. Acesso em: 12 jan 2019.

PAULINO, R. C. R. Conteúdo digital interativo para tablets-iPad: uma forma híbrida de conteúdo digital. **Revista de Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 14, n. 33, p. 91-106 jan./abr. 2013.

PINHEIRO, J. Q.; FARIAS, T. M.; ABE-LIMA, J. Y. Painel de Especialistas e Estratégia Multimétodos: Reflexões, Exemplos, Perspectivas. **Revista Psico**, v. 44, n. 2, pp. 184-192, abr./jun. 2013

PLUVINAGE J.-F.; HORIE R. **Revistas Digitais para Ipad e outros tablets – Arte-finalização**, Geração e Distribuição. São Paulo: Bytes & Types, 2012.

RODRIGUES, F. M. C. **Estudo Prévio para a Implantação de um Programa de Controle de Reprodução em Canídeos**, 2008. Dissertação (Mestrado em Saúde Pública) – Universidade do Porto, Porto.

ROSSI, G. A. **O design gráfico da página na constituição da identidade visual das revistas impressas**, 2008. Dissertação (Mestrado em Design e Expressão Gráfica) - Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. Disponível em:

<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/91993>. Acesso em: 09 jan. 2019.

SAMPIERI, R. H.; COLLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. **Metodologia de Pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTANA, L. R.; OLIVEIRA, T. P. Guarda Responsável e Dignidade dos Animais. **Revista Brasileira de Direito Animal**, Salvador, v. 1, n. 1, jul./dez. 2006.

SANTOS, A. C. L. Características, Usos e Funções das Foto-ilustrações no Discurso Jornalístico. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, Salvador, v. 3, n. 1, jan/jul. 2006.

SCALZO, M. **Jornalismo de revista**. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

SILBER, T. What is a Magazine? Publishing consultant offers six properties—all platform neutral. **Folio Magazine**. 2009. Disponível em: <http://www.foliomag.com/2009/what-magazine/>. Acesso em: 02 jan. 2020.

SILVANO, D. Divulgação dos princípios da guarda responsável: uma vertente possível no trabalho de pesquisa a campo. **Revista Novo Enfoque**, v.9, 2010.

SOUZA, M. F. A. et al. **Políticas para abrigos de cães e gatos**. Rio de Janeiro: Documento interno - orientação para funcionários da WSPA e afiliadas, 2010. Disponível em: <http://www.agrarias.ufpr.br/portal/mvc/wp-content/uploads/sites/32/2018/07/Bem-Estar-em-Abrigos-FNPA.pdf>. Acesso em: 05 fev. 2020.

TAVARES, F. M. B.; SCHWAAB, R. Revista e comunicação: percursos, lógicas e circuitos In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Tavares (Orgs.). **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. **Resolução Nº 657, de 23 de dezembro de 2008**. Aprova o Código de Posturas da UFPA. Belém, 2008. Disponível em: http://www.ufpa.br/sege/boletim_interno/downloads/resolucoes/consun/2008/657.p df. Acesso em: 08 jan, 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. **Relatório de gestão 2018**. Belém, 2018. Disponível em: <https://proplan.ufpa.br/index.php/relatorio-de-gestao>. Acesso em: 17 jan, 2020.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ. **Histórico e Estrutura**. Disponível em: <https://portal.ufpa.br/index.php/universidade>. Acesso em 08: jan. 2019.

VELOSO, J. M. M.; MALCHER, M. A.; ELIASQUEVICI, M. K. **Metodologia de Validação de Processos e Produtos Educacionais**, 2019, 47 slides. Material apresentado pelo Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior.

APÊNDICE A – INSTRUMENTO ELETRÔNICO DE PERCEPÇÃO (1ª EDIÇÃO)

Pesquisadora: Julia Marina Quemel Matta (Aluna do Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias do Ensino Superior (PPGCIMES) da Universidade Federal do Pará (UFPA)) – juliaquemel1@gmail.com.

Orientadora: Profa. Dra. Marianne Kogut Eliasquevici.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) para participar de uma pesquisa cujo objetivo é conceber a primeira edição de uma revista digital, que tem como propósito divulgar conhecimentos referentes a problemas que envolvem o cotidiano da UFPA, visando promover a ampla circulação e debate sobre temas complexos pela comunidade que circula, estuda e trabalha na Universidade.

Esta pesquisa é parte integrante de uma dissertação do Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior, conforme indicações a seguir:

Título: “Cidade Universitária em Pauta: proposta de elaboração de uma revista para abordar questões que afetam o cotidiano da UFPA”

A quem se destina: toda comunidade acadêmica que circula, estuda e trabalha na Universidade.

Confidencialidade: ao participar deste estudo, você reconhece e concorda que suas respostas e contribuições serão registradas anonimamente para fins de análise de dados mais confiáveis.

Disseminação dos resultados: os resultados deste estudo aparecerão na dissertação final e poderão, também, fazer parte de publicações de caráter científico.

Direito de se retirar: a participação neste estudo é voluntária, você pode decidir não participar a qualquer momento do preenchimento do questionário.

Você concorda com esses termos?

*Ao preencher e enviar este questionário, seu consentimento livre e esclarecido é implícito e indica que você entende as condições de participação neste estudo, mencionadas acima.

Se você aceitar participar, esse questionário é composto por 16 perguntas e o seu preenchimento não tomará mais que 10 minutos do seu tempo. Pedimos, então, que preencha o instrumento até o final e clique no botão "enviar" ao concluir, para que suas respostas sejam salvas de forma completa.

Eixo – Perfil do participante

1. Na UFPA, você é...

- Professor (a) em exercício
- Técnico(a)-administrativo(a)
- Colaborador(a) (ex.: colaborador(a) de projetos de pesquisa, bolsista, bolsista FADESP, pesquisador(a) externo(a))

- Aluno(a)
- Visitante (ex.: praticante de atividade física, paciente de hospital/clínica de odontologia/psicologia, participante de pesquisa, participante de palestra)
- Prestador(a) de serviço (ex.: vendedor(a) ambulante, dono(a) de lanchonete/restaurante, serviço de xerox)
- Não possuo nenhum tipo de vínculo com a UFPA

2. Qual é o seu tempo de permanência na UFPA?

- Manhã
- Manhã/Tarde
- Manhã/Tarde/Noite
- Tarde
- Tarde/Noite
- Noite
- Não se aplica, pois frequento a Instituição esporadicamente

3. Como você se identifica?

- Gênero feminino
 - Gênero masculino
- Outros: _____

4. Qual é a sua faixa etária?

- 15 a 19 anos
- 20 a 24 anos
- 25 a 29 anos
- 30 a 34 anos
- 35 a 39 anos
- 40 a 44 anos
- 45 a 49 anos
- 50 a 54 anos
- 55 a 59 anos
- 60 a 64 anos
- 65 anos ou mais

5. Qual é o seu nível de escolaridade?

- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação incompleta
- Pós-graduação completa

6. Como você costuma se informar sobre assuntos de seu interesse?

- Televisão
- Portais de notícias (ex.: UOL, Globo, G1, Folha)
- Redes sociais (ex.: Instagram, Facebook, Twitter)
- Canais do Youtube
- Emissoras de rádio
- Livros
- Revistas impressas
- Revistas digitais
- Jornais impressos
- Conversando com familiares/amigos(as)/conhecidos(as)
- Outro: _____

Eixo - Problemas na UFPA

7. Marque se você já vivenciou na UFPA alguma das situações abaixo:

- Falta de segurança (receio de circular pela UFPA em determinados horários)
 - Problemas relacionados à infraestrutura (falta de acessibilidade aos espaços, falta de água nos bebedouros públicos, água nos bebedouros públicos com algum tipo de coloração, falta iluminação em alguns locais da UFPA, constantes quedas de energia)
 - Poluição (sonora, mal descarte do lixo)
 - Dificuldades relacionadas ao transporte na Universidade
 - Incômodo com cachorros circulando em corredores/lanchonetes/salas de aula da UFPA por medo de ataques ou pena, devido às condições de saúde dos animais
 - Espaços infestados por insetos
 - Casos de pessoas consumindo ou vendendo drogas
 - Casos de assédio entre alunos(as)/professores(as)/técnicos(as)-administrativo(a)/prestadores(as) de serviço/colaboradores(as)
 - Casos de racismo e/ou preconceito entre alunos(as)/professores(as)/técnicos(as)-administrativos(as)/prestadores(as) de serviço/colaboradores(as)
 - Casos de pessoas com problemas psicológicos devido à rotina vivenciada na UFPA
 - Não vivenciei nenhuma das situações acima
- Outros: _____

8. Dentre as situações que você marcou, qual você gostaria de obter maiores informações:

Eixo – Percepção em relação aos cães da UFPA

9. Ao circular pela UFPA, você identifica a presença de cães?

- Sim
- Não

9.1 Se sim, complete a sentença a seguir: “A minha convivência com cães na UFPA é...”

9.2 Se sim, complete a sentença a seguir: “Quando vejo um cão na UFPA...”. Escolha três que mais se adequem.

- Eu sinto medo
- Eu sinto pena
- Eu compartilho os restos do meu lanche/almoço, caso esteja comendo ou tenha algo na mochila/bolsa
- Eu apenas o ignoro e sigo meu caminho
- Eu tento exotá-lo batendo o pé no chão ou com algum objeto que esteja segurando
- Eu paro para fazer carinho
- Eu passo longe, pois a maioria parece apresentar doenças
- Eu sinto vontade de ajudá-lo de alguma forma

10. Indique até três ações que você estaria disposto(a) a fazer no seu cotidiano na UFPA para colaborar com a solução da situação que envolve a presença de cães na Universidade?

- Ministrar ou participar de palestras que envolvem a temática (ex.: meio ambiente, abandono, maus-tratos, bem-estar animal, zoonoses)
- Participar de campanhas de conscientização e/ou educativas
- Participar como voluntário(a) em mutirões de castração
- Participar como voluntário(a) em eventos de adoção
- Auxiliar no manejo dos cães para rastreio/triagens clínicas/banhos/aplicação de remédios
- Adotar animais
- Alimentar adequadamente os cães, deixando ração em lugares estratégicos na Universidade
- Não tenho interesse de me envolver em nenhuma ação dessa natureza
- Outro: _____

11. Para você, as suas atitudes no dia a dia na UFPA podem interferir na presença dos cães na Universidade?

- Sim
- Não

11.1 Se sim, de que maneira?

Eixo – O que as pessoas gostariam de saber sobre a presença dos cães

12. Você gostaria de ter informações sobre assuntos relacionados à presença dos cães na UFPA?

- Sim
- Não

12.1. Se sim, qual(uais) dos assuntos abaixo você gostaria de ter mais informações:

- O que a UFPA faz em relação à presença e circulação de cães na UFPA
- Problemas relacionados à superpopulação de cães em espaços públicos
- Doenças transmitidas por cães e formas de prevenção

- Maus-tratos, leis que coíbem a prática
 - Adoção
 - Procedimentos de castração e seus benefícios
 - Abandono, entender o que caracteriza o abandono, leis que coíbem a prática
 - Cuidados e bem-estar animal
 - Quais atitudes e cuidados as pessoas devem ter diante da situação que envolve a presença de cães na UFPA
- Outro: _____

APÊNDICE B – MENSAGEM DE DIVULGAÇÃO DO INSTRUMENTO ELETRÔNICO NO WHATSAPP

Olá! Convidamos a todos para participar da pesquisa “Cidade Universitária em Pauta: proposta de elaboração de uma revista para abordar questões que afetam o cotidiano da UFPA”, oriunda do Programa de Pós-Graduação Criatividade e Inovação em Metodologias de Ensino Superior (PPGCIMES) da Universidade Federal do Pará (UFPA).

Para colaborar com a pesquisa, basta preencher o instrumento eletrônico abaixo, que tem o objetivo identificar a percepção da comunidade presente na UFPA sobre os problemas que podem afetar o seu dia a dia. A partir das respostas obtidas, será concebida a primeira edição da revista digital.

Sua participação será muito importante e valiosa! Se possível, também pedimos que divulgue a mensagem para sua rede de contatos que possui vínculo com a UFPA.

<https://www.aedi.ufpa.br/limesurvey/index.php?sid=38214&newtest=Y&lang=pt-BR>

APÊNDICE C – INSTRUMENTO ELETRÔNICO DE PERCEPÇÃO (2ª EDIÇÃO)

A Revista Inter Olhares está em sua primeira edição e tem como objetivo proporcionar a divulgação de conhecimentos referentes a questões complexas que envolvem o cotidiano da Universidade Federal do Pará. A ideia é promover a ampla circulação, sensibilização e debate entre a comunidade sobre diferentes assuntos.

Para continuar com o projeto, a revista convida você para colaborar na construção da segunda edição que abordará o tema “Segurança na UFPA”, respondendo o instrumento eletrônico de consulta.

Sua participação é muito importante, pois a proposta da revista é ouvir várias vozes para abordar o assunto sob diferentes perspectivas.

Confidencialidade: ao participar desta consulta, você reconhece e concorda que suas respostas e contribuições serão registradas anonimamente para fins de análise de dados mais confiáveis.

Disseminação dos resultados: os resultados desta pesquisa aparecerão na segunda edição da revista de forma anônima.

Direito de se retirar: sua participação é voluntária, você pode decidir não participar a qualquer momento do preenchimento do questionário.

Você concorda com esses termos?

*Ao preencher e enviar este questionário, seu consentimento livre e esclarecido é implícito e indica que você entende as condições de participação nesta pesquisa, mencionadas acima.

Se você aceitar participar, esse questionário é composto por 20 perguntas e o seu preenchimento não tomará mais do que 15 minutos do seu tempo. Pedimos, então, que preencha o instrumento até o final e clique no botão "enviar" ao concluir, para que suas respostas sejam salvas de forma completa.

Eixo – Perfil do participante

1. Na UFPA, você é...

- Professor(a) em exercício
- Técnico(a)-administrativo(a)
- Colaborador(a) (ex.: colaborador(a) de projetos de pesquisa, bolsista, bolsista FADESP, pesquisador(a) externo(a))
- Aluno(a)
- Visitante (ex.: praticante de atividade física, paciente de hospital/clínica de odontologia/psicologia, participante de pesquisa, participante de palestra)
- Prestador(a) de serviço (ex.: vendedor(a) ambulante, dono(a) de lanchonete/restaurante, serviço de xerox)
- Não possuo nenhum tipo de vínculo com a UFPA

2. Qual é o seu tempo de permanência na UFPA?

- Manhã
- Manhã/Tarde
- Manhã/Tarde/Noite
- Tarde
- Tarde/Noite
- Noite
- Não se aplica, pois frequento a Instituição esporadicamente

3. Como você se identifica?

- Gênero feminino
- Gênero masculino
- Outro: _____

4. Qual é a sua faixa etária?

- 15 a 19 anos
- 20 a 24 anos
- 25 a 29 anos
- 30 a 34 anos
- 35 a 39 anos
- 40 a 44 anos
- 45 a 49 anos
- 50 a 54 anos
- 55 a 59 anos
- 60 a 64 anos
- 65 anos ou mais

5. Qual é o seu nível de escolaridade?

- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Ensino superior incompleto
- Ensino superior completo
- Pós-graduação incompleta
- Pós-graduação completa

Eixo – Percepção em relação à segurança na UFPA**6. Quando você pensa sobre “segurança na UFPA”, o que lhe vem à mente?**

7. Ao circular pela UFPA, alguma vez você já sentiu receio pela sua segurança?

- Sim
- Não

7.1 Se sim, o que motivou essa sensação de insegurança? Escolha a(s) que mais se adequa(m)

- Andar pelos pavilhões e vias da UFPA à noite
 - Saber que qualquer pessoa pode transitar pela Universidade
 - Presenciar venda e/ou consumo de drogas no campus
 - Falta de iluminação em alguns locais da UFPA
 - Movimentação no campus em dias de festa
 - Ausência de equipes de segurança/vigilância
 - Tentativa de agressão sexual
 - Me senti ameaçado(a) por alguém
 - Fui furtado(a) dentro do campus
 - Fui assaltado(a) dentro do campus
 - Fui agredido(a) dentro do campus
 - Sofri agressão verbal
 - Sofri racismo
 - Sofri homofobia
- Outros: _____

7.2. Se sim, das opções que você marcou na pergunta anterior, qual situação você considera a mais grave? Escolha uma das seguintes respostas:

- Andar pelos pavilhões e vias da UFPA à noite
 - Saber que qualquer pessoa pode transitar pela Universidade
 - Presenciar venda e/ou consumo de drogas no campus
 - Falta de iluminação em alguns locais da UFPA
 - Movimentação no campus em dias de festa
 - Ausência de equipes de segurança/vigilância
 - Tentativa de agressão sexual
 - Me senti ameaçado(a) por alguém
 - Fui furtado(a) dentro do campus
 - Fui assaltado(a) dentro do campus
 - Fui agredido(a) dentro do campus
 - Sofri agressão verbal
 - Sofri racismo
 - Sofri homofobia
- Outros: _____

8. Você sabe onde está localizado o setor de segurança/vigilância da UFPA?

- Sim
- Não

9. Você já precisou entrar em contato com o setor de segurança/vigilância?

- Sim
- Não

9.1 Se sim, qual foi o motivo? Como foi sua experiência com o atendimento?

10. Você já deixou de falar ou fazer algo na UFPA por temer pela sua segurança?

- Sim
 Não

10.1 Se sim, compartilhe a situação e o que deixou de falar ou fazer:

11. Alguma vez suas atividades na UFPA já foram prejudicadas por alguma situação que envolveu a segurança no campus ou nas proximidades dele?

- Sim
 Não

11.1 Se sim, redija quais atividades foram essas?

12. Como você avalia a segurança na UFPA? Escolha uma das seguintes respostas:

- É um local muito seguro
 É um local seguro
 É um local pouco seguro
 É um local inseguro
 É um local muito inseguro
Outros: _____

13. Cite medidas ou sugestões que julga poder melhorar a segurança na UFPA:

Eixo – O que as pessoas gostariam de saber

14. Assinale quais assuntos você gostaria de ler na revista sobre a questão da segurança na UFPA. Escolha a(s) que mais se adequem(m):

- Como está organizado o setor de vigilância/segurança
 Reflexão sobre possíveis problemas de segurança no campus
 Discussão sobre direitos de liberdade de expressão em instituições de ensino superior
 Ações e iniciativas da UFPA para melhorar a segurança no campus
 Ações da comunidade e medidas preventivas de segurança

() Quais atitudes e cuidados as pessoas devem ter diante da situação que envolve a segurança na UFPA

Outros: _____

Eixo – Próxima edição

15. A Inter Olhares buscar abordar, em suas edições, problemas vivenciados no dia a dia da UFPA que mobilizam a comunidade acadêmica e demandam ações integradas para que haja solução. A partir disso, assinale qual assunto você gostaria de ler na próxima edição. Escolha uma das seguintes respostas:

() Poluição ambiental

() Poluição visual

() Infestação de insetos e/ou roedores

() Assédio entre alunos(as)/professores(as)/técnicos(as)-administrativo(a)/prestadores(as) de serviço/colaboradores(as)

() Racismo e/ou preconceito entre alunos(as)/professores(as)/técnicos(as)-administrativos(as)/prestadores(as) de serviço/colaboradores(as)

() Saúde mental e/ou problemas psicológicos devido à rotina vivenciada na Universidade

Outro: _____