APÊNDICE B

# PROJETO DE PESQUISA DO PROFESSOR

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Nome do Professor:** | Luiz Agner | | |
| **Curso Relacionado:** | Publicidade e Propaganda | **Data:** | Março 2021 |
| **Título do Projeto do Professor:** | Comunicação Digital, Arquitetura de Informaçãoe Experiência do Usuário: avaliação interdisciplinar de conteúdos informativos e persuasivos nos ecossistemas de mídias | | |

## 1. Tema do Delimitado:

Desenvolvimentos conceituais recentes no campo da arquitetura de informação (AI) e experiência do usuário (UX) devem muito ao trabalho proposto por Henry Jenkins, do MIT, que trata da cultura da convergência e das narrativas transmídia. O conceito de Internet das Coisas (IoT) nos trouxe a visão na qual a internet se estende do mundo online para o mundo real abraçando objetos do cotidiano, onde a computação tornou-se onipresente e distribuída pelos ambientes. Nesse cenário, ecossistemas cross-channel são construtos semânticos estruturados ao redor da ideia de experiência e que incluem pessoas, dispositivos, locais e aplicativos, conectados por um fluxo contínuo de informação. A arquitetura de informação pervasiva tem emergido como um tema pós-moderno: sendo pervasiva, a AI agora deve ser consistente com uma complexa ecologia - composta de aplicativos, dispositivos móveis, websites, vestíveis, assistentes pessoais, utilitários, além de outros pontos de contato do cliente com a narrativa transmídia de marcas e organizações. Delineia-se um grande desafio que coloca os arquitetos de informação e os designers de UX diante da tarefa de repensar seus processos em prol de uma visão holística complexa. Este desafio é ainda maior quando adentram no cenário da Internet das Coisas e do Capitalismo de Vigilância novas tecnologias baseadas em Machine Learning e Inteligência Artificial.

## 2. Justificativa (Explicitar a importância do estudo e a sua relevância):

## 3. Objetivos:

a. Objetivo Geral – Avaliar a eficácia, eficiência e satisfação de uso das mensagens jornalísticas e publicitárias em jornais e revistas digitais, considerando a experiência do usuário (UX) em um complexo ecossistema de mídias conectadas.
b. Objetivos Específicos
-Contribuir para a definição de parâmetros que venham a orientar o design de interação, a editoração de conteúdos informativos e persuasivos e o processo de criação de interfaces humano-computador, de forma a garantir a qualidade desta interação - respeitando-se as possibilidades, limitações e requisitos cognitivos do leitor.
- Buscar um método de abordagem da interação acolhendo a contribuição de diferentes linhas teóricas - como as que propõem aplicar conceitos da Ergonomia e da Semiótica ao desenvolvimento de software.

-Investigar se, e de que forma, os ecossistemas de mídias interconectadas influenciam a efetividade, a eficiência e a satisfação do usuário durante a interação com interfaces, no que se refere ao consumo de mensagens publicitárias e jornalísticas.
- Contribuir para a construção e a consolidação da pesquisa científica no âmbito da escola de Comunicação Social da FACHA (Faculdades Integradas Helio Alonso).
- Proporcionar aos alunos da FACHA (Faculdades Integradas Helio Alonso) a participação em um projeto de pesquisa em nível de Iniciação.

**4. Metodologia:**

O método de abordagem do nosso estudo será o hipotético-dedutivo, com ênfase qualitativa. A amostragem será do tipo intencional, amostra não probabilística subordinada aos objetivos específicos da pesquisa. Este tipo de amostra é adequado aos estudos que envolvem a mensuração da usabilidade e a interação humano-computador (IHC).
a) Documentação indireta:
1.– Pesquisa documental: acesso a websites, aplicativos, material publicitário e manuais de uso.
2.– Pesquisa bibliográfica: acesso a livros, artigos e outros meios de informação em periódicos (revistas, boletins, jornais), teses e dissertações.
b) Documentação direta:
1. Pesquisa de observação empírica (testes de usabilidade) - É o processo empírico de aprendera partir dos usuários, sobre a usabilidade de um produto, observando-os durante a sua utilização. Define se os usuários podem encontrar e utilizar os recursos, dentro do tempo e com o esforçoque desejam despender
2. Técnica de entrevistas - O objetivo é coletar idéias e contribuir para a conceituação do problema.
3. Questionários - Visam a identificar os grupos e subgrupos de usuários, assim como necessidades, percepções, estratégias de navegação, graus de experiência com tecnologias, background, dificuldades, constrangimentos, queixas ou sugestões.

**5. Resultados Esperados (Explicitar os tipos de produtos que poderão surgir (artigos, e-books, cartilhas etc.):**

**6. Referências:**

AGNER, Luiz. Algumas considerações teóricas e práticas sobre Arquitetura de Informação. In: PINHEIRO, Lena Vania Ribeiro; OLIVEIRA, Eloísa da Conceição Príncipe de (Orgs**.). Múltiplas facetas da comunicação e divulgação científicas:** transformações em cinco séculos. Brasília, DF: IBICT, 2012. Cap.4, p. 267-292.
AGNER, L.; NECYK, B.; RENZI, A. Pervasive Information Architecture and Media 9 Ecosystem: A Brazilian Video on Demand User Experience. In: Marcus A., Wang W. (eds) **Design,User Experience, and Usability**: Understanding Users

and Contexts. DUXU 2017. Lecture Notes in Computer Science, vol 10290.
Springer, Cham.
ARANGO, Jorge. **For everybody** [online]. Acesso em 29 dezembro 2015. Disponível em: http:// jarango. com.
BAUMAN, Zygmunt. **Ensaios sobre o conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Zahar,
2012. 325 p.
BENYON, D. & RESMINI, A. (in press). User Experience in Cross-channel Ecosystems. In Proceedings of the British HCI Conference, 2017.
CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade . Rio de Janeiro: J. Zahar, 2003.
FIORITO, David. Toward a culturally focused information architecture. In: RESMINI, A. (ed.). **Reframing Information Architecture**. Human-Computer Interaction Series. Heidelberg: Springer, 2014. 146p.
JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
LEMOS, André. Arte e mídia locativa no Brasil. In: **Comunicação e mobilidade**: aspectos socioculturais das tecnologias móveis decomunicação no Brasil. LEMOS, A. e JOSGRILBERG, F. (orgs). Salvador: EDUFBA, 2009. p. 89-108
LACERDA, Flávia. **Arquitetura da Informação Pervasiva**: projetos de ecossistemas de informação na Internet das Coisas (Tese de doutorado). Brasília: FCI/UnB, 2015. 226 fl.
LACERDA, Flávia; LIMA-MARQUES, Mamede. Da necessidade de princípios de Arquitetura de Informação para a Internet das Coisas. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 20, n. 2, p.158-171, abr./jun. 2015.
QUARESMA, Manuela. **UX Designer**: quem é este profissional e qual é a sua formação e ompetências?, p. 88-101 . In: Design para acessibilidade e inclusão. São Paulo: Blucher, 2018.
MATTERN, F.; FLOERKEMEIER, C. **From the Internet of Computers to the Internet of Things** [online]. Distributed Systems Group, Institute for Pervasive Computing, ETH Zurich, 2010. Disponível em: 10 <http://www.vs.inf.ethz.ch/publ/papers/Internet-of-things.pdf> Acesso em: 02 maio 2015.
MORVILLE, Peter. **Intertwingled**: Information Changes Everything. Ann Arbor:
Semantic Studios, 2014. 188p.
OLIVEIRA, H.P.C.; VIDOTTI, S; BENTES, V. **Arquitetura de informação pervasiva** [recurso eletrônico]. 1a. ed. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015.
POSTMAN, N.: **The Humanism of Media** Ecology [online]. Inaugural Media Ecology Association Convention. Fordham University, New York. Disponível em: http:// www.media-ecology.org/publications/MEA_proceedings/v1/
humanism_of_ media_ ecology. html. Acesso 09 dezembro 2016.
RESMINI, Andrea; ROSATI, Luca. **Pervasive information architecture**: Designingcross-channel user experiences. Burlington: Morgan Kaufmann, 2011.
ROSENFELD, Louis; MORVILLE, Peter; ARANGO, Jorge**. Information architecture for the Web and beyond.** 4rd. ed. Sebastopol: O'Reilly, 2015.
RUBLESCKI, A.; BARRICHELLO, E. (Orgs.). **Ecologia da mídia**. Santa Maria : FACOS- UFSM, 2013.
SANTOS, Diana; AGNER, Luiz. **Arquitetura de informação e convergência jornalística**: estudo da taxonomia do jornal online 'O Dia'. Revista Ergodesign&HCI, [S.l.], v. 4, n. 1, oct. 2016. ISSN 2317-8876. Disponível em: <http://periodicos.puc-rio.br/ index. php/ revistaergodesignhci/article/view/61>. Acesso em: 30 aug. 2017.
SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas transmídias. Consumidores implícitos,
mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. In:

**Parágrafo**, v.1, n.3, Jan-jun/2015. p. 7-19
THE INFORMATION ARCHITECTURE INSTITUTE. What is Information Architecture? [online]. Disponível em: http://www.iainstitute.org/what-isia. Acesso em: 30 agosto 2017.

**7. Resumo para Internet (250 a 500 palavras):**

**8. Palavras-chaves (mínimo de 3 e máximo de 5):**