



ISSN 2316-5588

**Revista Experimental
Curso de Comunicação Social –
Produção Editorial – UFSM
v.1 n.1 – 2012
ISSN 2316-5588**

colectivo



EXPEDIENTE

O QI é uma publicação dos alunos inseridos na disciplina de Projeto Experimental em Produção Editorial aplicado a periódicos científicos, do curso de Comunicação Social – Produção Editorial da Universidade Federal de Santa Maria.

ORIENTAÇÃO Profª Cláudia Regina Ziliotto Bomfá

PROJETO EDITORIAL Alessandra Noal, Andrei Lopes, Ângela Madalozzo, Henrique D. Lucas, Vinícius de Souza Rodrigues e Vivian Jorge

PROJETO GRÁFICO Andrei Lopes, Vinícius de Souza Rodrigues

DIAGRAMAÇÃO Vinícius de Souza Rodrigues

FOTOGRAFIA de CAPA e CONTRACAPA Diego Fabian Pimentel
ON LINE Andrei Lopes

APOIO de DESIGN GRÁFICO Marcelo Kunde

Mr. QI por Henrique D. Lucas

COLABORADORES Fabiano Maggioni, Fábio Brust, Lucas Goulart Ferreira

UNIVERSIDADE FEDERAL de SANTA MARIA

REITOR Felipe Martins Müller **VICE-REITOR** Dalvan José Reinert

DIRETOR do CCSH Rogério Ferrer Koff **VICE-DIRETOR** Mauri Leodir Löbler

FACOS | CHEFE de DEPARTAMENTO Ada Cristina Machado Silveira

CURSO de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PRODUÇÃO EDITORIAL

COORDENADORA Cláudia Regina Ziliotto Bomfá

SECRETÁRIO Marlos da Fontoura Rodrigues

RECURSOS Pró-Reitoria de Extensão – FIEX – UFSM

IMPRESSÃO Imprensa Universitária – UFSM **TIRAGEM** 500 Exemplares

O QI: Revista Experimental do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial. / Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Departamento de Ciências da Comunicação, Curso de Comunicação Social – Produção Editorial. V. 1, N. 1 (2012). Santa Maria, 2012—_____.

Anual

ISSN 2316-5588

1. Comunicação Social – Periódico. 2. Produção Editorial – Periódico. 3. Revista acadêmica. I. Curso de Comunicação Social – Produção Editorial.

Ficha catalográfica elaborada por Fernando Leipnitz CRB-10/1958
Biblioteca Central da UFSM

REDAÇÃO PÚBLICA – Laboratório de Pesquisa e Produção de Publicações Científicas
Av. Roraima, 1000, prédio 21 – Camobi, Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil – 97105-900

EDITORIAL



Cláudia R. Z. Bomfá

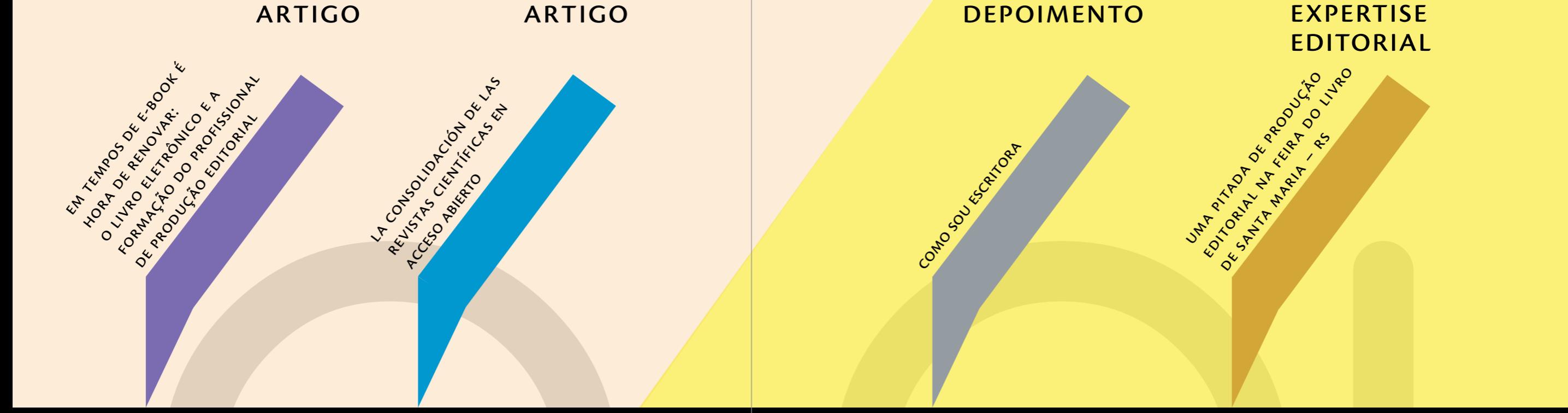
Professora e coordenadora do curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM.

Se você é um leitor que se preza, ávido por novidades, cheio de astúcia e curiosidade, praticamente um Sherlock Holmes, que saltou dos romances policiais escritos por Conan Doyle, certamente está neste exato momento com a Revista O QI em mãos. Provavelmente interessado em ao menos dar uma “espiadinha” no conteúdo que a equipe de redação preparou especialmente para você! Imagino que sua primeira ação tenha sido deparar-se com a capa... Então se indaga: “O QI lembra o que?” “Hum, que papel é este?”, deslizando as mãos para sentir melhor a textura. Uma espiadela aqui, outra ali, abre a revista para ver o que há de novo.

Depara-se com o cartum coletivo e ali fixa seus olhos, com o desafio de desvendar os riscos e tracejados e saber o que o cartunista pretende transmitir, a forma como o faz, como transforma a realidade mediante seu ponto de vista. Logo, avista o expediente, o qual pode-se dizer que é o cartão de visita da revista. Em seguida, folheia as primeiras páginas e chega ao sumário, o qual apresenta um panorama dos textos publicados nesta edição. Anima-se em desvendar as próximas páginas, afinal o bom leitor não abandona um texto sem antes saboreá-lo até o final! Deste modo, você está sendo convidado a dar vida à revista e adentrar os textos, lendo-os, relendo-os, na ordem e quando desejar; extrapolar as margens dos textos e apropriar-se das notas explicativas; bem como aproveitar as tags para abrir conteúdo extra em seu tablet ou smartphone; seguir os link's com as dicas do **Mr. QI** para “saber mais” sobre o assunto; ou então entrar no blog da revista e curtir fotos, vídeos e conteúdos extras. Enfim, a revista agora é sua! E esta edição está recheada de surpresas... Conta com textos dos acadêmicos do curso de Comunicação Social – Produção Editorial e também alguns artigos convidados, para abrir com chave de ouro a primeira edição da revista. A sessão perfil é abrilhantada pelo professor e escritor Pedro Brum, patrono da feira do livro de Santa Maria (2012), que gentilmente nos concedeu uma entrevista. O professor Paulo Cesar Castro tece reflexões, caminhos e tendências para a produção de e-books bem como para o papel do editor e o processo de edição. A professora Ursula Blattmann aponta tendências sobre as publicações periódicas científicas. Tece algumas reflexões sobre o papel do editor e seus anseios em tornar suas publicações visíveis aos leitores. Julio Santillán-Aldana apresenta uma breve revisão dos recentes estudos, que comprovam a consolidação das revistas científicas de acesso livre. João Afonso, fundador do vetor de pesquisa português Musikki.com, o qual une música e tecnologia, com informações dos artistas em um só clique. A professora Ana Elisa Ribeiro nos insere no mundo da escrita e da leitura, contando sua trajetória como escritora, que se alimenta de ser lida. O profissional Marcelo Ferraro relata a experiência do floripacool.com, site que disponibiliza informações de lazer, entretenimento e cultura para quem mora em Florianópolis e para quem está de passagem pela cidade a negócios, ou férias. Para encerrar a edição apresentamos a entrevista especial concedida pelo profissional da área de Edição José Muniz Júnior. Agradeço a todos os autores que enviaram seus textos e apostaram na revista O QI. Parabenizo meus queridos alunos da disciplina de Projeto Experimental de Periódicos, os quais me causam orgulho e satisfação, pelo esforço e brilhantismo no desenvolvimento deste projeto. E que esta seja a primeira de muitas outras edições da Revista O QI, lançadas pelos acadêmicos do curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM. Boa leitura! **O QI**

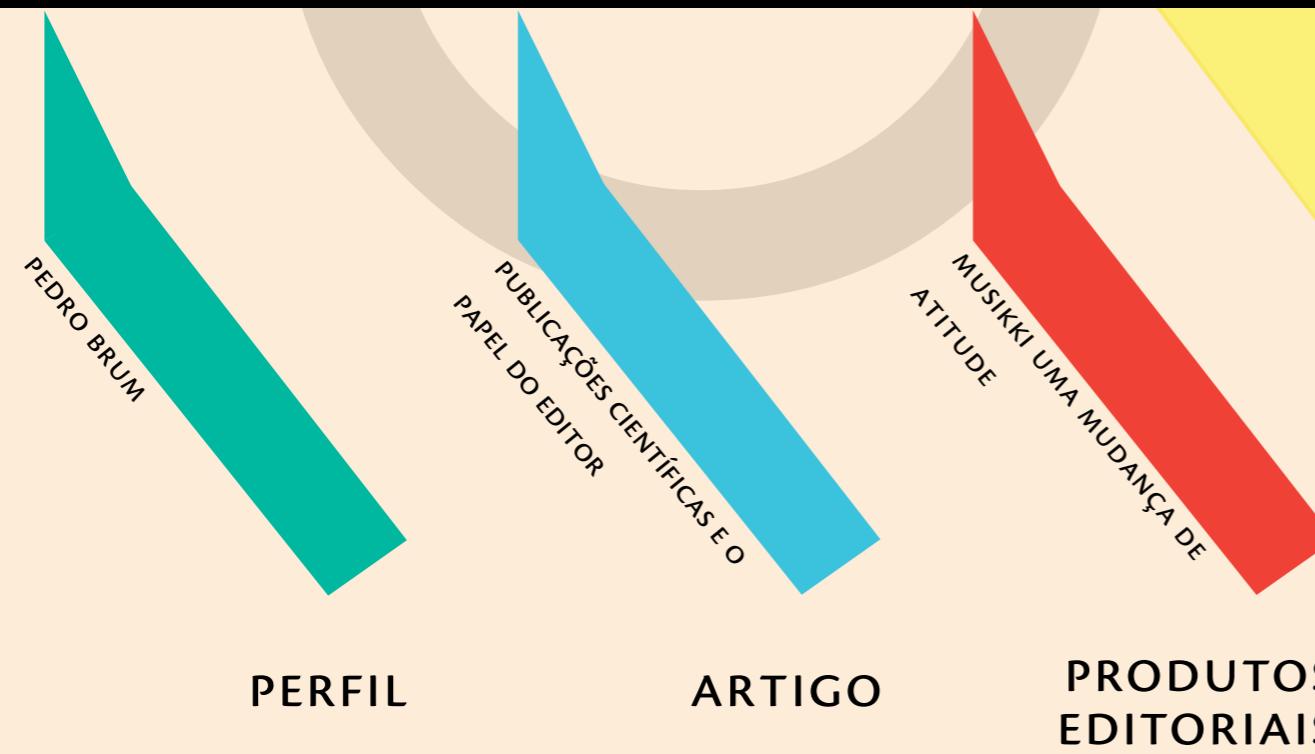


SUMÁRIO



8 12 18 24 31

34 38 40 44



Pedro Brum Santos

Comunicador

Doutor em Letras
Escritor

Patrônio da feira do Livro de Santa Maria 2012

Texto: Ângela Madalozzo e Andréi R. Lopes

PEDRO BRUM SANTOS

Pedro Brum dos Santos, patrono da Feira do Livro de Santa Maria 2012, é graduado em Letras pela Universidade Franciscana (UNIFRA). Trabalhou em rádio em sua cidade natal, Tupanciretã, e, desta forma, já tendo uma história neste meio, seu desejo era fazer uma graduação em Jornalismo.

Quando veio morar na cidade de Santa Maria, conduziu programas na rádio Guaratã, e por questão prática, ou seja, por estar trabalhando, resolveu ingressar no curso de Letras, acreditando que mais tarde realizaria o projeto de fazer Jornalismo. Assim que concluiu o curso de Letras, Pedro fez uma especialização em sua área. Sua professora de Linguística Aldema Trindade fez um concurso, no qual passou, deixando sua vaga em aberto. Este foi o fato decisivo para dar início à carreira de docente substituindo esta professora na UNIFRA. Pedro manteve o vínculo com esta instituição, cerca de dez anos, na qual iniciou a docência com a Linguística e em seguida com a Literatura.

Passado algum tempo, ingressou na primeira turma de Mestrado da UFSM, cursando apenas um semestre. Decidiu ir para Porto Alegre, onde realizou então o Mestrado e, na sequência, o Doutorado (Linguística e Letras), entre os anos de 1988 e 1995, na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Retornou a Santa Maria, totalmente envolvido com a Literatura.

INSPIRAÇÃO

“O problema é você achar um bom assunto e fazê-lo render”.

Para escrever uma obra Pedro Brum escolhe assuntos que sejam de sua vivência, o que já viu ou já viveu. São temas que lhe despertem interesse. A questão é que não basta ter uma boa história, pois, além disso, é necessário que esta tenha um andamento textual, tornando-a palatável, literariamente. É preciso ter uma boa dosagem de ação, emoção, evolução, narrativa adequada e apelo para com o leitor.

O tempo para criar varia muito de uma obra para outra. Por exemplo, o livro “Arquimedes”, um trabalho coletivo, no qual Pedro escreveu um capítulo que rendeu cerca de vinte páginas, o tempo girou em torno de quatro meses até a sua finalização. O texto tem que ser reelaborado antes de ser lançado. Enquanto escreve uma obra, Pedro tem uma grande preocupação com o texto. É necessário ler e reler, deixá-lo descansar para retomá-lo novamente. Assim, o próprio autor, com o distanciamento, tem “estranhamento” de seu texto.

“Quando consegue ser crítico de suas escritas, chega-se a um ponto crucial de evolução. É preciso estabelecer uma relação crítica com aquilo que se faz”.

FEEDBACK AOS LEITORES

Pedro Brum Santos é cronista do jornal A Razão, além do envolvimento que tem com a vida acadêmica na UFSM, como parecerista adhoc, diretor de centro (CAL), pesquisador com projetos apoiados por agências de fomento, dentre outras atividades. Assim, para uma melhor administração do tempo, Pedro não possui redes sociais na Internet, tampouco divulga seu e-mail no jornal em que escreve. O retorno que recebe de seus leitores é através de conversas e encontros, ou até mesmo por meio de telefonemas que recebe destes.

A RELAÇÃO COM O MERCADO EDITORIAL

A relação com o mercado editorial pode ser construída de duas formas, segundo Pedro Brum. A primeira, mais difícil, seria mandando um texto inovador e qualificado para a Companhia das Letras, e que de repente seja aprovado. A segunda forma é a que Pedro mantém juntamente com um grupo de amigos. Eles fazem parte de um grupo informal, realizando um trabalho continuado e de forma cooperativa. Além disso, este grupo de escritores tem contato com a Editora Movimento, de Porto Alegre, a qual tem publicado suas obras e mantido uma perspectiva de novas publicações.

Em termos acadêmicos, Pedro tenta editoras universitárias como a editora da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e a Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), além da editora da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). De acordo com o patrono da feira, os trabalhos acadêmicos tem a questão do mérito, diferentemente das editoras comerciais, as quais têm o envolvimento de injunções de mercado.

"O trabalho tem mérito, a editora aprova, ela vai publicar e fazer o circuito acadêmico".

ABANDONO DE ALGUM PROJETO

"Eu sempre sou tentado a mudar".

Pedro nunca abandonou uma obra na qual deu início, mas algumas vezes por uma inquietude, já as modificou. É natural redimensionar, dar outra roupagem àquilo que está produzindo. Por exemplo, desde 2007, o escritor trabalha em um texto longo, o qual já reescreveu em torno de três vezes, modificando-o.

Para o patrono da feira do livro o texto acadêmico tem o desafio imenso de dizer coisas complexas de forma simples. Com o tempo o aprendizado com a criação de um texto é grande. As crônicas semanais, por exemplo, as quais escreve há dez anos, o ensinaram a "cortar" linhas, ou seja, reduzir o que está sobrando para que o produto final fique mais direto.

OBRA QUE MAIS MARCOU

Pedro Brum fala com muito carinho da obra *O Arquimedes*, o qual é uma paráfrase do livro *Bloomsday*, sendo que a história acontece na cidade de Santa Maria. Uma dificuldade encontrada foi construir uma personagem, na ficção, em primeira pessoa. Criar uma personagem, a qual tenha uma visão de mundo própria, da personagem da ficção. Este texto foi um grande desafio, o qual é relido e revisto cuidadosamente.

"Tive que vencer alguns desafios, algumas barreiras, para tentar dar o andamento que eu achei que era necessário".

PRÓXIMO PROJETO

Na questão de ficção Pedro tem dois projetos em andamento: um conto estendido, o qual deseja transformar em novela. É um trabalho que traz alguns personagens "esquisitos, com suas esquisitices". O outro é a reunião de várias crônicas de futebol, organizadas em subtemas. É um relato da relação pessoal com alguns recortes, ou seja, a relação do patrono com este tema.

O QUE É SER PATRONO DA FEIRA DO LIVRO?

"Uma oportunidade de receber muito carinho".

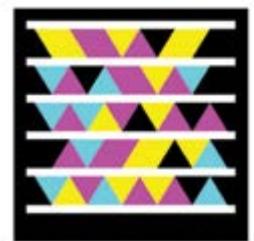
Ser o patrono é uma experiência desafiante para Pedro Brum, pois há todo o conjunto da inserção em Santa Maria, há mais de trinta anos, como professor, radialista, convívio em mestrado, doutorado, ou seja, há a relação com a sua trajetória.

Outra questão interessante é o conhecimento e reconhecimento das pessoas, que trabalham com literatura e que vivem para isso.

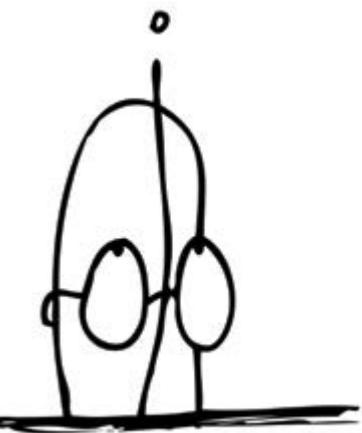
PERFIL por PEDRO BRUM

"Eu sou um sujeito confiante. Eu sou confiante na vida, com as pessoas, confiante que você tem que fazer o melhor. As coisas vão acontecer naturalmente, quando você as faz bem feito. Confiança é uma palavrinha chave".

Confira o áudio da entrevista com Pedro Brum na íntegra, através desta tag.



Este código, presente nesta e nas próximas páginas, chama-se tag barcode, ou código de resposta rápida. Baixe em seu tablet ou smartphone o aplicativo Microsoft Tag (<http://gettag.mobi>), para ter acesso a conteúdos extras da revista *O QI*.



Em tempos de e-book é hora de renovar: o livro eletrônico e a formação do profissional de Produção Editorial

Paulo César Castro

Professor e ex-coordenador do curso de Produção Editorial da Escola de Comunicação da UFRJ. Doutor em Comunicação e Cultura.

Em 2011, as vendas de *e-books* de ficção, para adultos, pela primeira vez superaram as de livros impressos de capa dura e de capa flexível (brochura) nos Estados Unidos. A pesquisa, realizada conjuntamente pela *Association of American Publishers (AAP)* e *Book Industry Study Group (BISG)* com 1.977 editoras,¹ mostrou que o faturamento das empresas com os livros eletrônicos desta categoria chegou a 30%, ou seja, mais do que dobrou diante dos 13% de 2010. Esta é mais uma informação que confirma o crescimento progressivo do mercado americano de livros eletrônicos, tendência que já havia sido apontada pela livraria online *Amazon* quando registrou, com seu balanço financeiro do quarto trimestre de 2010, que

vendeu mais *e-books* do que impressos. A cada 100 livros de papel no formato brochura vendidos, a empresa de *Jeff Bezos* comercializou 115 livros na forma de bits.²

Um olhar sobre estes dados, se não deve levar necessariamente a previsões apocalípticas sobre o fim do livro impresso, serve para atestar a irreversível realidade do livro eletrônico, consolidando-se a cada dia como uma das destacadas formas de leitura e, assim, de acesso ao conhecimento. Mesmo que no Brasil o movimento das editoras em direção aos *e-books* seja ainda muito tímido, é possível vislumbrar desde já um mercado potencialmente vasto.

Do lado dos profissionais que estão sendo formados pelos poucos cursos de Produção Editorial/Editoração do país, da mesma forma são colocados novos desafios que devem ser considerados no momento em que as rotinas da produção de livros, nos seus mais diferentes aspectos, estão passando por singulares transformações. Se cabe fazer a pergunta básica sobre como produzir um *e-book*, é

importante também questionar o que, dentro das já conhecidas etapas do processo editorial, muda com o ambiente do livro eletrônico. O que aproxima e o que afasta o design do livro impresso do *e-book*? Como definir o preço de capa do livro eletrônico se, na sua cadeia produtiva, variáveis como distribuição, ponto de venda e estoque adquirem novos contornos? E os direitos do autor, continuam sob os mesmos termos de antes na relação com as editoras? Quando tomada como comparação a trajetória da música e do cinema, o modelo de negócios do livro digital aponta para qual caminho? O papel do editor e o processo de edição continuarão regidos pela mesma lógica no cenário da obra digital?

São questões amplas e às quais nem sequer estão aqui associadas diretamente as temáticas da leitura e do leitor. Sabemos que não é possível responder a todas em apenas um texto. Ficam aqui, portanto, apenas ensejadas para próximas reflexões, fundamentais para quem mantém vínculo com o universo da Produção

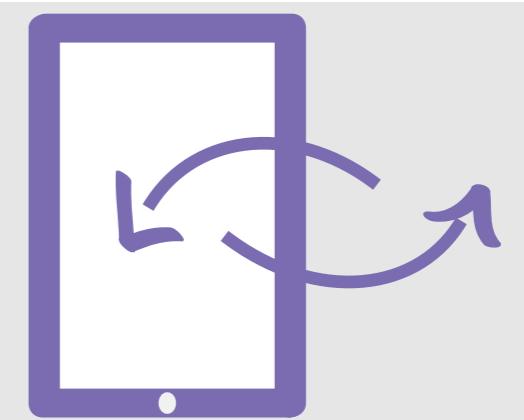
Editorial. Por enquanto, vamos nos ater a alguns aspectos mais gerais.

NOVO SUPORTE, NOVAS PRÁTICAS

Com os cotovelos apoiados sobre uma mesa, as mãos sustentando o queixo e o olhar fixo para um dos cantos do quarto onde se encontra, um monge tem sua concentração, denotando uma longa espera, quebrada com a chegada de um homem. No ambiente tipicamente medieval onde se desenrola a cena, assim depreendido pelas vestimentas dos personagens, pela decoração e pela iluminação à luz de vela, o recém-chegado – uma espécie de instrutor – está ali para ministrar um treinamento. Ele pede desculpas pelo atraso e justifica-se dizendo que tem

¹ Cf. <http://www.bisg.org/news-5-774-press-releasebookstats-annual-survey-capturing-size-and-scope-released.php> e <http://www.publishers.org/press/74/>. Acessados em 25/7/2012.

² Cf. http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=176060&p=irol-newsArticle&ID=1521090&highlight&ref=tsm_1_tw_kin_pearn_20110127. Acessado em 20/7/2012.



3 ↗ Cf. <http://www.youtube.com/watch?v=du-cYY-XbYjk>

4 ↗ GOLDSCHMIDT, E. P. apud EISENSTEIN, Elizabeth. *A revolução da cultura impressa: os primórdios da Europa Moderna*. São Paulo: Ática, 1998. p. 35.

5 ↗ CHARTIER, R. apud FURTADO, José Afonso. *O papel e o pixel. Do impresso ao digital: continuidades e transformações*. Florianópolis: Escritório do Livro, 2006. p. 23.

6 ↗ Chartier considera que a invenção da imprensa não modificou de modo algum a forma fundamental do suporte da escrita, em particular a forma do livro tal qual ela apareceu no primeiro século d.C. Ver "Les métamorphoses du livre. Les rendez-vous de l'édition: le livre et le numérique". Paris: Bibliothèque Centre Pompidou. p. 9. Disponível em http://editionsdelabibliotheque.bpi.fr/livre/?GCOI=84240100128080&fa=author&person_id=548

7 ↗ Segundo estudo do Pew Research Center, instituição americana que realiza pesquisas sobre atitudes e tendências nos Estados Unidos e no mundo, tanto o número de americanos adultos que adquiriram tablets quanto os que compraram e-readers quase duplicou entre meados de dezembro de 2011 e início de janeiro de 2012, ambos saltando de 10% para 19%. Quando considerado o número de americanos que possui pelo menos um tablet ou um e-reader, o aumento no mesmo período é de 18% para 29%. A pesquisa completa pode ser vista em <http://libraries.pewinternet.org/2012/01/23/tablet-and-e-book-reader-ownership-nearly-double-over-the-holiday-gift-giving-period/>

ao medo dele de perder algum texto por manusear ou mesmo fechar o livro. Seu espanto ao constatar que o texto de uma página continua no verso dela é de causar mais risos.

Para criticar a "dificuldade" de manuseio da novidade, o monge diz que é preciso mais tempo para passar as páginas do livro do que estender o rolo que se encontra também sobre a mesa. Para tornar ainda mais jocosa a "operação" do livro, depois de uma repetição dos procedimentos e quase na saída do instrutor, o monge o fecha pela contracapa e desespera-se achando que não conseguirá mais abri-lo. O homem tem então que ensinar que o livro é aberto pela capa. E, por fim, pergunta se o livro não tinha sido acompanhado do manual. O que poderia ser a solução do problema, na verdade reforça as dificuldades anteriores, pois o manual é apenas uma miniatura do livro e o monge também não sabe abri-lo.

A divertida encenação, que está disponível em um vídeo no *Youtube*,³ serve para atestar as profundas mudanças na nossa relação com o livro diante de novos suportes mas, neste caso, adentramos ao terreno da ironia baseada na ficção. Quando se trata da passagem do livro manuscrito para o impresso, proporcionado pela invenção dos tipos móveis no século XV, é um caso supostamente verídico que vai dar a dimensão dessa nova transformação. Johan Fust, financiador do projeto de Gutenberg e Peter Schoeffer para imprimir a Bíblia, resolveu pegar cerca de uma dúzia de exemplares para tentar vendê-los em Paris, a maior cidade universitária da Europa de então, com mais de 10 mil alunos. A bem-sucedida operação de venda dos livros por Fust levou a guilda do comércio livreiro da cidade – a Confrérie des Libraires, Relieurs, Enlumineurs, Écrivains et Parcheminiers – a acusá-lo para polícia de ter algum pacto com o diabo

por manter tamanha quantidade de obras tão valiosas e vendê-las tão rápido. As cópias do livro sagrado tão idênticas às manuscritas só poderiam ser, para os livreiros de Paris, resultado de alguma intervenção sobrenatural. Fust teve que fugir da cidade às pressas.⁴

Se hoje é inimaginável conceber alguém sendo preso por colocar à venda *e-books* ou mesmo tendo feito um pacto com forças sobre-humanas para produzi-los, poderá ser também divertido ver no futuro um vídeo ilustrando a estranheza de algum personagem diante de um livro eletrônico. A transição para o mundo digital que estamos vivendo no universo do livro deve levar-nos a uma reflexão sobre a reestruturação das economias da produção editorial, pois o texto eletrônico, como aponta Chartier, representa uma revolução da técnica de produção e de reprodução dos textos, bem como uma revolução do suporte da escrita e das práticas de leitura.⁵

Pela primeira vez em sua história milenar, o livro se depara com a questão da mediação através de dispositivos tecnológicos, a exemplo do que sempre aconteceu com a música e o vídeo, que têm nos "equipamentos de leitura" (*players*) a condição intrínseca para sua fruição. A relação direta do leitor com o livro, que no impresso se dá através do manuseio de suas páginas – modificada até então apenas quando passou do *volumen* (rolo) para o *codex* (códice) no início da Era Cristã,⁶ – passa a depender de equipamentos como *e-readers*, *tablets*, computadores, telefones celulares etc. e a consequente necessidade de uma fonte de energia para carregá-los. Se um livro sobre papel, produzido há algumas dezenas ou mesmo centenas de anos, pode ainda hoje ser folheado e lido, a mesma garantia não pode ser dada a um livro no formato eletrônico daqui

a algum tempo, haja visto a contínua e rápida obsolescência que a indústria imprime aos seus hardwares e softwares.

Assim como é muito difícil ouvir hoje a música gravada em um disco de 78 RPM, formato de registro de áudio predominante na primeira metade do século XX, ou mesmo usufruir do vídeo de uma fita VHS, dependente dos já extintos videocassetes, o mesmo pode acontecer daqui a alguns anos com os formatos de *e-books* e com os *e-readers* e *tablets* atualmente disponíveis no mercado. A não ser que tenhamos a disposição e os recursos financeiros para recuperar os conteúdos na transição de uma tecnologia para outra (do VHS para CD, DVD ou Blu-ray; da fita cassete para MP3 ou outros formatos de áudio digital...), muito de nossas videotecas, áudiote- cas e bibliotecas pessoais poderá ser deixado de lado. No caso dos acervos institucionais, se esta transposição estiver subjugada aos imperativos meramente capitalistas, aí então é que as perdas poderão ser ainda mais significativas.

Mas a popularização dos *tablets* e dos *e-readers*, associada às facilidades de aquisição através de livrarias online, tem sido a tônica do mercado no momento, pelo menos nos Estados Unidos.⁷ No Brasil, entretanto, ainda estamos muito aquém dessa realidade. Se essa situação diferente pode ser explicada pelas disparidades culturais e econômicas entre os dois países no acesso à leitura e ao livro, outros aspectos contribuem para que o mercado nacional do *e-book* seja ainda residual. Entre elas está o pequeno número de livros eletrônicos à venda no país,⁸ bem como a ainda diminuta aquisição de dispositivos de leitura.⁹ Apesar do consolidado parque de computadores e celulares no Brasil, estes não são os mais confortáveis equipamentos para leitura de *e-books*, seja pela falta de mobilidade e usabilidade dos primeiros

(mesmo os *laptops* ou *netbooks*) ou pela reduzida dimensão da tela dos segundos. De acordo com pesquisa da Câmara Brasileira do Livro (CBL) e do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (SNEL), o faturamento com a venda de *e-books* em 2011 – quando 5.200 novos títulos foram lançados – resultou em apenas R\$ 870 mil, ou seja, reles 0,2% frente à venda total de livros no valor de R\$ 4,8 bilhões.¹⁰

Mas as editoras nacionais já sabem que não podem continuar de braços cruzados em relação ao livro eletrônico. Seja porque a demanda vem crescendo e porque diferentes condições de fruição do conteúdo digital vêm sendo preenchidas, seja porque ainda este ano enfrentarão a concorrência direta da chegada ao Brasil da *Amazon* e da canadense *Kobo* e o início da venda de livros digitais pela *Apple* (com sua *iBook Store*) e pela *Google*.¹¹ Se, com o *e-book*, o momento é de avaliação, pelos agentes do mercado editorial, dos riscos de diminuição das vendas dos impressos e, a exemplo do que aconteceu com o mercado da música e do cinema, da facilitação da reprodução ilegal, isso não significa uma inconsequente postura de portas fechadas ao novo.

A mesma cobrança vale para os poucos cursos superiores de Produção Editorial/Editoração que formam os profissionais que atuarão no mercado. Se através de suas disciplinas, têm contemplado minimamente as competências exigidas por um cenário fundamentalmente estabelecido sobre o impresso, já está mais do que na hora de incluir entre suas preocupações a formação também para o universo do digital, considerando desde a capacidade de avaliação crítica do novo quadro instaurado no campo editorial até as habilidades de produção do *e-book* diante das diferentes etapas de sua cadeia produtiva. Se a criação do pro-

8 ↗ Atualmente o acervo de livros eletrônicos em português disponibilizado pelas editoras para venda seria de cerca de 11 mil títulos. Somente a *Amazon* tem em seu catálogo quase 1 milhão de *e-books*. Cf. <http://blogs.estadao.com.br/link/tensao-pre-amazon/>

9 ↗ Pesquisas demonstram que o Brasil participa com apenas 1% dos tablets vendidos no mundo nos últimos dois anos. Enquanto a estimativa é que tenham sido vendidos mundialmente cerca de 128 milhões desses dispositivos até hoje, aqui foram comercializados por volta de 1,5 milhão. Mesmo assim, é um mercado em progressivo crescimento. Somente nos três primeiros meses de 2012 foram vendidos mais de 370 mil tablets, segundo pesquisa da IDC. Cf. <http://www.estadao.com.br/noticias/impresso/venda-de-tablets-cresce-351-no-pais-890829.htm>

10 ↗ Cf. <http://www.snel.org.br/ui/noticia/detalheDestaque.aspx?ID=116>

11 ↗ "Tensão pré-Amazon". Ver em <http://blogs.estadao.com.br/link/tensao-pre-amazon/>.

jeto gráfico e a diagramação do livro impresso, já profundamente modificados pela revolução do *desktop publishing* iniciada em meados da década de 1980, exigem conhecimentos relacionados a formato, mancha gráfica, tipografia, papel, impressão, acabamento etc. e mesmo o domínio de softwares de editoração, a produção do eletrônico passou também a requerer do produtor editorial novos saberes, que têm sua origem, entre outros campos do saber, no universo da programação de computadores e da construção de *websites*.

Além de conhecer os diferentes *e-readers* e *tablets* e suas exigências para a produção de *e-book*, o produtor editorial precisa saber que o livro eletrônico pode tomar corpo através de diferentes formatos de arquivo, sendo mais facilmente encontrados nas livrarias online, até o momento, o ePub, o PDF, o Mobi e o APP. O ePub (abreviação de *Eletronic Publication*) é um formato, aberto e livre de pagamento de royalties, para distribuição e intercâmbio de publicações e documentos digitais baseados nos padrões da web, principalmente XHTML e CSS (*Cascade Style Sheets*). No ePub, um arquivo compactado no formato ZIP, são armazenados também arquivos de imagens e de fontes tipográficas e outros arquivos especiais que controlam todo o conteúdo da publicação, como textos, imagens, links, metadados, sumário, DRM (Digital Rights Management)¹² etc.

O formato foi desenvolvido pela *International Digital Publishing Forum* (IDPF),¹³ entidade que reúne empresas como Adobe, Apple, Microsoft, Barnes & Nobles, Random House, Santillana e Samsung e instituições ligadas a editores e livreiros de vários países, como American Booksellers Association, American Library Association, Association of American Publishers e Association Nationale des Editeurs

de Livres do Canadá. Uma das poucas empresas que atua com conteúdo digital que não participa da IDPF é a Amazon, pois ela é responsável pelo seu próprio formato de *e-book*, o Mobi, lido exclusivamente pelo *e-reader* Kindle. No formato APP estão incluídos os *enhanced e-books*, que contam com animações e recursos audiovisuais interativos, mas só podem ser usufruídos com os *tablets*.

Evidentemente que ao produtor editorial cabe entender que a passagem do impresso para o eletrônico, como defende Christian Allègre, é uma operação com complexidade e exigências cognitivas e intelectuais enormes. Ele adverte que, na translação de um meio para outro, é necessária uma reconfiguração intelectual muito cuidadosa dos conteúdos, que deve ser decidida a partir de uma compreensão renovada de sua natureza, da sua genealogia, de sua situação no contexto cultural e das estratégias de leitura previstas. Para alcançar a eficácia simbólica que o novo medium exige, os conteúdos devem ser reclassificados e reordenados no que o autor chama de sistema de conhecimentos.¹⁴ Robert Darnton chega mesmo a vislumbrar um *e-book* como uma pirâmide, com seu conteúdo organizado na forma de diversas camadas, e, assim, atualizaria o que seria a translação pensada por Allègre.

Leitores podem fazer download do texto e realizar uma leitura superficial da camada superior, redigida como uma monografia comum. Se ficarem satisfeitos, podem imprimir o texto, encaderná-lo (máquinas de encadernar podem hoje ser conectadas a computadores e impressoras) e estudá-lo a seu bel-prazer na forma de brochura confeccionada sob medida. Caso encontre algo em especial que lhe interesse, bastará um clique para passar a uma outra camada, contendo um ensaio suplementar ou apêndice. Os leitores podem

ir ainda mais fundo no livro, explorando corpus de documentos, bibliografia, historiografia, iconografia, música de fundo, tudo que eu possa oferecer para permitir a compreensão mais completa possível do meu tema. Por fim, os leitores transformarão meu tema em seu próprio tema: encontrarão seu próprio caminho dentro dele, lendo horizontalmente, verticalmente ou diagonalmente até onde os levarem os links eletrônicos.¹⁵

É com competência para realizar e, principalmente, para conceber o livro através de inovadoras formas de organização de seu conteúdo, independentemente da mudança

tecnológica, que o produtor editorial estará sempre apto a oferecer seus serviços, seja qual for o desafio que cruzar seu caminho. Darnton defende que os editores são mais do que meros manufaturadores e difusores do livro. As habilidades desses profissionais para selecionar textos, editá-los, garantir a legibilidade deles, independente do suporte, e levá-los à atenção dos leitores colocam-nos no patamar de verdadeiros guardiões de portais, pois eles têm a responsabilidade de controlar o fluxo do conhecimento exatamente numa época de sobrecarga de informação. O QI

REFERÊNCIAS

- ALLÈGRE, C. "Textes, corpus littéraires et nouveaux médias électroniques: quelques notes pour une histoire élargie de la littérature". In *Étude françaises*, v. 36, n° 2, 2000. p 72. Disponível em <http://www.erudit.org/revue/etudfr/2000/v36/n2/>.
- Amazon.com Announces Fourth Quarter Sales up 36% to \$12.95 Billion. In http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=176060&p=irol-newsArticle&ID=1521090&highlight&ref=tsm_1_tw_kin_pearn_20110127. Acessado em 20/7/2012
- Annual survey captures size and scope of U.S. Publishing Industry. In <http://www.bisg.org/news-5-774-press-releasebookstats-annual-survey-capturing-size-and-scope-released.php>. Acessado em 25/07/2012
- Bookstats 2012 highlights. In <http://www.publishers.org/press/74/>. Acessado em 25/07/2012.
- Brasil consumiu quase 470 milhões de livros em 2011. In <http://www.snel.org.br/ui/noticia/detalheDestaque.aspx?ID=116>. Acessado em 26/7/2012.
- CHARTIER, Roger. "Les métamorphoses du livre. Les rendez-vous de l'édition: le livre et le numérique". Paris: Bibliothèque Centre Pompidou. p. 9. Disponível em http://editionsdelabibliotheque.bpi.fr/livre/?GCOI=84240100128080&fa=author&person_id=548. Acessado em 1/8/2012.
- DARNTON, Robert. A questão dos livros: passado, presente e futuro. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. (e-book)
- EISENSTEIN, Elizabeth. A revolução da cultura impressa: os primórdios da Europa Moderna. São Paulo: Ática, 1998.
- FURTADO, José Afonso. O papel e o pixel. Do impresso ao digital: continuidades e transformações. Florianópolis: Escritório do Livro, 2006.
- PETRY, Rodrigo. "Venda de tablets cresce 351% no País". In <http://www.estadao.com.br/noticias/impresso,venda-de-tablets-cresce-351-no-pais,-890829,0.htm>. Acessado em 29/7/12.
- RAINIE, Lee. "Tablet and E-book reader Ownership Nearly Double Over the Holiday Gift-Giving Period". In <http://libraries.pewinternet.org/2012/01/23/tablet-and-e-book-reader-ownership-nearly-double-over-the-holiday-gift-giving-period/>. Acessado em 3/8/2012.
- RONCOLATO, Murilo. "Tensão pré-Amazon". In <http://blogs.estadao.com.br/link/tensao-pre-amazon/>. Acessado em 29/7/2012.
- Supor te técnico na Idade Média. In <http://www.youtube.com/watch?v=ducYY-XbYjk>. Acessado em 22/7/2012.

¹² [Cf. <http://idpf.org/>](#)

¹³ [Cf. <http://idpf.org/>](#)

¹⁴ ALLÈGRE, C. "Textes, corpus littéraires et nouveaux médias électroniques: quelques notes pour une histoire élargie de la littérature". In *Étude françaises*, v. 36, n° 2, 2000. p 72. Disponível em <http://www.erudit.org/revue/etudfr/2000/v36/n2/>.

¹⁵ [DARNTON, R. A questão dos livros: passado, presente e futuro. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. \(e-book\)](#)

Publicações Científicas e o papel do editor

Ursula Blattmann

Professora do Departamento de Ciência da Informação da Universidade Federal de Santa Catarina. Ministra a disciplina de Editoração científica. Florianópolis – Brasil

RESUMO

Apresenta reflexões sobre as publicações periódicas científicas e o papel do editor. Aponta para as tendências de revistas de acesso aberto cobrarem dos autores a publicação de textos. Revela a necessidade de editoras disponibilizarem suas publicações na Internet. Os portais de periódicos possibilitam reduzir os custos e facilitam a manutenção do sistema operacional das revistas hospedadas.

PALAVRAS-CHAVE

Periódicos científicos. Portais de periódicos.

1 INTRODUÇÃO

As primeiras edições de periódicos científicos de nossa civilização datam de 1665. Os franceses publicaram o *Le Journal des Sçavans*, o qual pode ser lido, analisado e estudado em seu endereço eletrônico na Internet.¹ Enquanto na Inglaterra, a *Royal Society* lança em 6 de março de 1665 o *Philosophical Transactions*, disponibilizado em acesso aberto e sem custos para os leitores, durante a a Semana de Acesso Aberto de 2011, no endereço.²

A evolução da editoração das publicações de periódicos científicos nesses séculos possibilitou mudanças observadas, como menciona Trzesniack (2006) em quatro dimensões, duas já consagradas (técnico normativa, ou forma, e de finalidade, ou conteúdo) e duas novas (processo produtivo e de mercado desde aspectos de conteúdos e diagramação).

Preocupações apontadas por Souza (1992), como a “doença dos 3 (três) números”, um problema da literatura periódica brasileira,

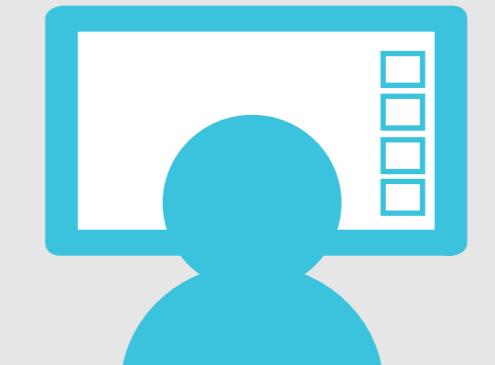
quando ocorre o desaparecimento primário dos periódicos recém-criados, ainda interfere no fazer – saber – pensar brasileiro. Para isso, é importante saber: o que é mesmo um editor? Kunsch (2004) delineia diferentes aspectos no universo entre o autor – leitor – editor.

O presente artigo tece algumas reflexões sobre o papel do editor e seus anseios em tornar suas publicações visíveis aos leitores.

2 CONVERSA ENTRE EDITORES OU SUAS INTENÇÕES

Editores de revistas científicas brasileiras buscam soluções, seja desde o processo de gestão da editoração até mesmo sua publicação e comercialização, visto que há uma tendência de cobrar das revistas, conforme mencionam Watson *et al.* (2012). Também Bernardo Esteves (2012) aponta a cobrança dos autores.

Isto significa que o cobrar do autor é uma realidade para quem deseja seu texto publi-



¹ ↗ <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/cb343488023/date.lan-gPT>

² ↗ <http://rstl.royalsocietypublishing.org/content/1/1-22.toc>

- 3  <http://bdtd.ibict.br/>
 4  https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/473/3/implantacao_repositorio_web.pdf
 5  <http://proxy.furb.br/ojs/>
 6  <http://ulrichsweb.serialssolutions.com/>

cado. Se é certo ou se destina solicitação de recursos específicos para a publicação de artigos, ou das próprias publicações (livros, artigos, edições) aos órgãos de fomento (FAPESP, FINEP, CNP, etc.) é a nova ordem do dia. Os recursos escassos e habilidades financeiras cada vez mais presentes, em quem acompanham a realização de sonhos. Afinal, publicar textos inéditos e originais requer entre outros fatores: muito cuidado com o conteúdo, apresentação e a escolha dos veículos para publicação. Cada vez mais existem disputas para recursos específicos, por aqueles que pesquisam, escrevem e publicam.

Assim, nessa perspectiva de facilitar o acesso, dinamizar os recursos e ampliar a visibilidade do que se publica temos observado a criação de Portais de Periódicos Científicos, isto é, um espaço reunindo as publicações de universidades e editoras envolvidas na gestão de suas obras.

Observa-se que pode ser aplicado desde as publicações mais comuns nas monografias de conclusões de cursos de mestrados e doutorados, com a disponibilização dessa literatura em ambientes para a ampla busca e recuperação da informação. No caso são os exemplos das bibliotecas digitais de teses e dissertações, em especial a Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações.³ Ambientes que se conversam entre si: a Biblioteca organizada pela descrição da informação, conhecidos como metadados, e o documento propriamente dito no formato digital, disponível e acessível no clicar do mouse.

Boas ideias existem e precisam ser apontadas no universo da sobrecarga de informação, para que o leitor de telas possa encontrar fontes primárias para sua escolha, leitura e análise.

Os recursos de livros também estão disponibilizados, citamos o Repositório Institucional da Universidade Federal da Bahia, conforme expõem Sayão *et al.* (2009), encontrado no respectivo ambiente.⁴ Nota-se a preocupação com à memória, o acesso à informação e a ampla divulgação do trabalho escrito, seja no formato impresso ou digital (TOUTAIN; CORDEIRO, 2009). Assim, temos o exemplo das instituições internas (uma editora e um repositório institucional) dialogando e, o mais importante, apontando caminhos entre o fazer-publicar e o acessar-divulgar.

Que consequências teria o fantástico mundo exponencial dos artigos e publicações periódicas científicas mudanças que permeiam o fazer – saber – pensar em nossas instituições? O Portal de Periódicos da FURB,⁵ lançado em 16 de agosto de 2007, realizou diferentes estudos entre os quais a projeção de economia ao utilizar a estrutura de portal para todas as revistas da instituição.

Ao realizar uma busca para exemplificar a questão dos periódicos científicos consultou-se a base do maior diretório de publicações periódicas internacionais, o Ulrich's⁶ criado em 1932. Obteve-se os seguintes indicadores referentes às publicações brasileiras, publicadas no idioma português, ativas, e com conteúdo acadêmico, foram identificados 1.586, destas 962 de acesso aberto, 885 com serviço de indexação ou de resumos, 512 avaliadas por pares, 725 com Website URL, 262 disponíveis somente eletronicamente, e 76 referenciadas no Journals Citation Reports. Enquanto ao aplicar o filtro do idioma inglês, a base apresentou como resultado 447 publicações brasileiras,

sendo 354 de acesso aberto, 351 com serviço de indexação ou de resumos, 251 avaliadas por pares, 221 com Website URL, e 77 disponíveis somente eletronicamente, e, 55 referenciadas no Journals Citation Reports.

Portanto, observa-se uma tendência de publicações de acesso aberto. Paralelamente tem-se observado o uso do *Open Journal Systems* – OJS, software desenvolvido pelo *Public Knowledge Project*,⁷ financiado pelo governo do Canadá, no qual são mais de 12.800 revistas,⁸ que adotaram esse ambiente na gestão de suas publicações. Especificamente na América do Sul e Central são 3.627, na América do Norte são 2.414, Europa são 2.325, na Oceania 946, na Ásia 819 e na África são 523 publicações periódicas usuárias do OJS.

Entre as possíveis respostas para facilitar a gestão de publicações periódicas científicas estão os “portais de periódicos”.

3 PUBLICAÇÕES CIENTÍFICAS EM PORTAIS DE PERIÓDICOS

A iniciação do Portal de Periódicos na Universidade Federal de Santa Catarina⁹ acontece com o estudo piloto de migração da revista Encontros Bibli, durante o ano de 2007. O processo de migração de revistas para um portal de periódicos precisa de sistematização, conforme aponta o estudo de Mello (2010), e também de diretrizes amplamente aceitas pelos editores das publicações (OLIVEIRA, *et al.*, 2010).

As universidades, cursos, escolas utilizam o Sistema Eletrônico de Editoração de Revistas – SEER, a versão do OJS customizada pelo Instituto Brasileiro de Informação

em Ciência e Tecnologia – IBICT. A partir da versão 2.0 do OJS diversas revistas podem ser hospedadas na instalação do respectivo software. Desta maneira, em março de 2009, o IBICT criou o Portal SEER para facilitar a identificação das revistas utilizando filtros: área do conhecimento, região, instituição e ano. Devido o número de usuários conforme o II Encontro de Usuários do SEER em junho de 2012, que contabiliza no Brasil mais de 1.450 usuários, o IBICT gerencia uma lista de portais de periódicos que usam o SEER.¹⁰ Ao analisar a respectiva lista nota-se que a região Sudeste conta com 42, a Sul com 33, a Centro Oeste com 18, a Nordeste com 15, e o Norte com 5 portais.

Estes dados revelam o Brasil valorizando o registro da escrita digital, seja em resgatar revistas publicadas no formato impresso e digitalizando-as, ou, com o lançamento de novas revistas de diferentes áreas do conhecimento alocadas em associação profissional, cursos de graduação e pós-graduação, em escolas, faculdades, universidades e centros de pesquisa.

Abrem-se horizontes de possibilidades de ação, reflexão e novos saberes para as gerações de todas as áreas do conhecimento, pois se imagina o uso imediato tanto para a formação quanto para a atualização profissional.

Paralelamente, determinadas áreas de profissionais podem atuar diretamente na melhoria das revistas existentes, tais como, educadores, produtores editoriais, publicitários, redatores, diagramadores, webdesigners, bibliotecários, arquivistas, cientistas da informação no sentido de ultrapassarem as fronteiras e integrar em saberes e fazeres.  

7  <http://pkp.sfu.ca/ojs-journals>

8  <http://pkp.sfu.ca/ojs-user-numbers>

9  <http://periodicos.ufsc.br/>

10  http://seer.ibict.br/index.php?option=com_content&task=view&id=505&Itemid=144

REFERÊNCIAS

- ESTEVES, Bernardo. Saldão da ciência aberta. Questões da ciência. PIAUI, 10 maio 2012. Disponível em: <<http://revistapiaui.estadao.com.br/blogs/questoes-da-ciencia/geral/saldao-da-ciencia-aberta>>. Acesso em 30 jul. 2012.
- IBICT. Lista de Portais de Periódicos que usam o SEER. Brasilia, 30 jul jul. 2012. Disponível em: <http://seer.ibict.br/index.php?option=com_content&task=view&id=505&Itemid=144>. Acesso em 30 jul. 2012.
- KUNSCH, W. L. O que é editar um texto? Estudos de Jornalismo e Relações Públicas, v. 3, p. 38-48, 2004.
- MELLO, Tania Ramos de. Periódicos científicos: processo de migração para a plataforma OJS. 2011. 66 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011. Disponível em: <http://eprints.rclis.org/retrieve/28587/Tania_Tcc_2011.pdf>.
- OLIVEIRA, Alexandre ; GRANTS, Andrea Figueiredo Leão Grants; WEBER, Claudiane, AMBONI, Narcisa de Fatima. Diretrizes para atribuição do DOI nos periódicos hospedados no portal de periódicos UFSC . Florianópolis, 2010. Disponível em : <<http://periodicos.ufsc.br/docs/DOIDiretrizes.pdf>>.
- PUBLIC KNOWLEDGE PROJECT. Journals Using Open Journal Systems by Continent. 2012. Disponível em: <<http://pkp.sfu.ca/ojs-geog>>. Acesso em: 30 jul. 2012.
- SAYÃO, Luis Fernando et al. Implantação e gestão de repositórios institucionais: políticas, memória, livre acesso e preservação. Salvador : EDUFBA, 2009. p. 345-357. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/473/3/implantacao_repositorio_web.pdf>. Acesso em 30 jul. 2012.
- SOUZA, Denise Helena Farias de. Publicações periódicas: processos técnicos, circulação e disseminação seletiva da informação. Belém: Universidade Federal do Pará, 1992. 229 p.
- TOUTAIN, Lídia Maria Batista Brandão; CORDEIRO, Rosa Inês de Novais. Memória da Pesquisa, criação e inovação nas IFES: ri pra artes hibridas. In: SAYÃO, Luis Fernando et al. Implantação e gestão de repositórios institucionais: políticas, memória, livre acesso e preservação. Salvador : EDUFBA, 2009. p. 345-357. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/473/3/implantacao_repositorio_web.pdf>. Acesso em 30 jul. 2012.
- TRZESNIAK, P. As dimensões da qualidade dos periódicos científicos e sua presença em um instrumento da área da educação. Revista Brasileira de Educação, v.11, n.32, p. 346-361, ago. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-24782006000200013&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 30 jul. 2012.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA. BIBLIOTECA UNIVERSITÁRIA. SERVIÇO DE PERIÓDICOS. Diretrizes do portal de periódicos da UFSC. Florianópolis, março, 2012. 6p. Disponível em: <http://www.bu.ufsc.br/Diretrizes_PortalPeriodicosUFSC.pdf>.
- WATSON, Roger; CLEARY, Michelle; JACKSON, Debra; HUNT, Glenn E.. Open access and online publishing: a new frontier in nursing? Journal of Advanced Nursing, v. 68 , n. 9, p. 1905–1908.Sept . 2012. doi: 10.1111/j.1365-2648.2012.06023.x Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com.ez46.periodicos.capes.gov.br/doi/10.1111/j.1365-2648.2012.06023.x/full>>. Acesso em 30 jul. 2012.



Anexo 1 – Lista de portais de periódicos que usam o SEER



REVISTA

DA

PRODUÇÃO

EDITORIAL

ESPERANDO A TUA PRODUÇÃO

La consolidación de las revistas científicas en acceso abierto

Julio Santillán-Aldana

Asesor en E-Publishing del CIEPI: Centro Internacional para la Investigación en Estrategia y Prospectiva de la Información. <http://www.ciepi.org>

RESUMO

Breve revisão dos estudos recentes, que comprovam a consolidação das revistas científicas de acesso livre.

PALAVRAS-CHAVE

Acesso livre, revistas científicas, editores, edição acadêmica, políticas editoriais.

RESUMEN

Breve revisión de los estudios recientes que confirman la consolidación de las revistas científicas en acceso abierto.

PALABRAS-CLAVE

Acceso abierto; revistas científicas; editores; edición académica; políticas editoriales.

La reciente decisión del gobierno británico de dar acceso libre, público y gratuito a cualquier publicación académica financiada con dinero de los contribuyentes, a partir del 2014, causó gran impacto en la comunidad académica internacional (Taylor, 2012). Este hecho constituye sin duda un nuevo triunfo para el movimiento internacional al acceso abierto a la información científica, que día a día va ganando más simpatizantes, pero sobre todo conquistando más editores.

Cuando hablamos de las revistas científicas y el acceso abierto, nuestro discurso se prolonga hacia la relación directa de estas y la ciencia, y es que la importancia de la revista como vehículo de comunicación científica constituye un consenso tanto para el medio académico como para el científico. Por esa razón los autores son unánimes cuando afirman que la revista es pieza fundamental en la divulgación de la labor científica ya que permite garantizar el reconocimiento público de la labor de los investigadores.

Diversos estudios del tema, como es el caso de Meadows (1999, p. 16) consideran que la revista científica ha sido utilizada como el

principal vehículo de divulgación de las investigaciones; y otros como Weitzel (2006, p. 84) aseveran que estas se han convertido en el principal marco de constitución y de estructura de la comunicación científica.

Tenemos entonces que las revistas científicas constituyen una suerte de vitrina de los nuevos resultados de la investigación científica, la cual se está actualizando constantemente. Al respecto Packer (2006, p. 237) precisa que la visibilidad de la producción científica de un país, de una universidad, de una área temática, de un grupo de investigación y de un investigador individual está relacionada directamente con la visibilidad de las revistas en donde son publicados los resultados de sus investigaciones. Así cuanto más visibles sean las revistas, más visible será la producción científica en ellas publicada.

Pero estos procesos apuntan a involucrar a más actores además de los autores científicos, como es el caso de los editores científicos, quienes sea por políticas gubernamentales o por tendencias del mercado van adaptando sus políticas editoriales al nuevo modelo de comunicación

científica. A continuación presentamos algunos aspectos a considerar por los editores científicos interesados en optar por el acceso abierto como nueva forma de publicación.

POLÍTICAS EDITORIALES Y ACCESO ABIERTO

Las políticas editoriales constituyen el conjunto de criterios adoptados por los editores para la distribución de los contenidos de sus publicaciones. En el caso de las políticas editoriales de acceso abierto, nos referimos a los criterios adoptados por los editores de periódicos científicos, basados en la filosofía del movimiento al acceso abierto a la información científica.

Esta filosofía, explica Abadal (2012), consiste en la libre disponibilidad y gratuitidad de los contenidos científicos en Internet; refiriéndose principalmente a los artículos de periódicos y otras producciones en ese sentido. De esa forma los usuarios además de consultarlos gratuitamente, también pueden descargarlos, copiarlos, imprimirlos, distribuirlos, etc. Además de ello Suber (2012) precisa que el acceso abierto es digital, en línea y libre de barreras económicas o de derechos de copyright sobre los trabajos publicados.

Las políticas editoriales de acceso abierto se enfocan en al menos cuatro aspectos:

- tipo de acceso que ofrece la publicación;
- opciones de acceso a los contenidos de la publicación;
- modo de uso de los contenidos de la publicación;
- opciones de almacenamiento en repositorios de los contenidos publicados.

El propósito a largo plazo de la adopción de políticas editoriales de acceso abierto es:

- mejorar el funcionamiento de la comunicación científica;

- generar beneficios directos sobre la sociedad ya que facilita una transferencia directa del conocimiento;
- posibilitar la reutilización de la información y de los datos;

LA CONSOLIDACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL EN ACCESO ABIERTO

Un reciente estudio de Laakso (2011) plantea que el acceso abierto está dentro de una etapa de consolidación como modelo alternativo de comunicación científica. Así las primeras revistas de acceso abierto creadas hace casi 20 años siguen vigentes, y tanto el número de las mismas como su factor de impacto va aumentando progresivamente duplicándose cada año (véase Figura 1).

Entre otros hallazgos de este estudio se identificó que la gran mayoría de revistas de acceso abierto son relativamente jóvenes y nacieron completamente en formato electrónico, siendo solo una minoría las revistas paralelas o provenientes de alguna publicación impresa de regular trayectoria. Se destaca además que muchas de estas revistas fueron creadas por investigadores independientes en plataformas o sistemas de publicación personalizadas.

Por otro lado Abadal (2012) en una revisión de las bases de datos tanto de Ulrich como de DOAJ, determina que actualmente el número de revistas científicas activas editadas en el mundo supera los 93.000 títulos, de los cuales más de 11.000 títulos corresponden a revistas en acceso abierto. Esto quiere decir que más del 10% de las revistas científicas activas editadas en el mundo son de acceso abierto. Caso particular es Brasil, uno de los países en la región más representativos, ubicándose entre los diez primeros países con mayor número de revistas de acceso abierto según el directorio DOAJ (véase Figura 2).

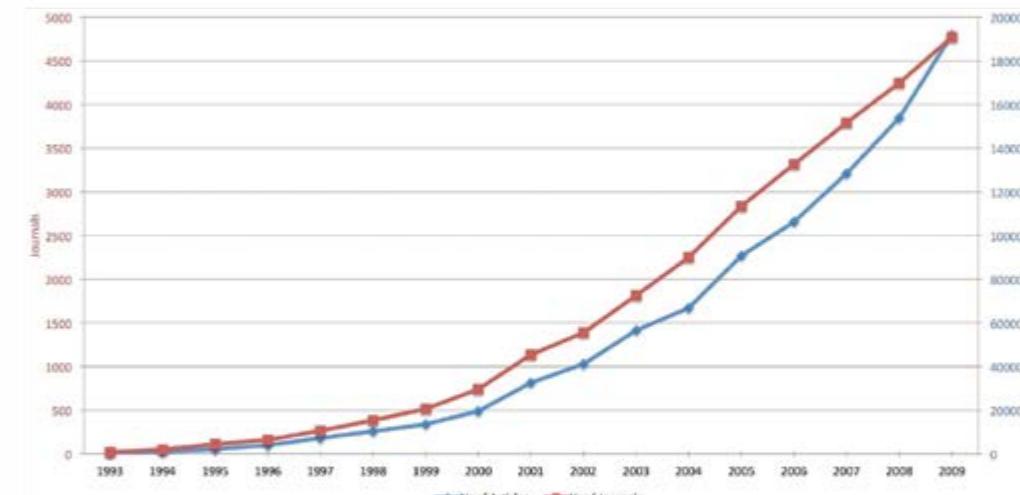


Figura 1. El desarrollo de la publicación en acceso abierto 1993-2009.

Fuente: Laakso. 2011. The Development of Open Access Journal Publishing from 1993 to 2009.

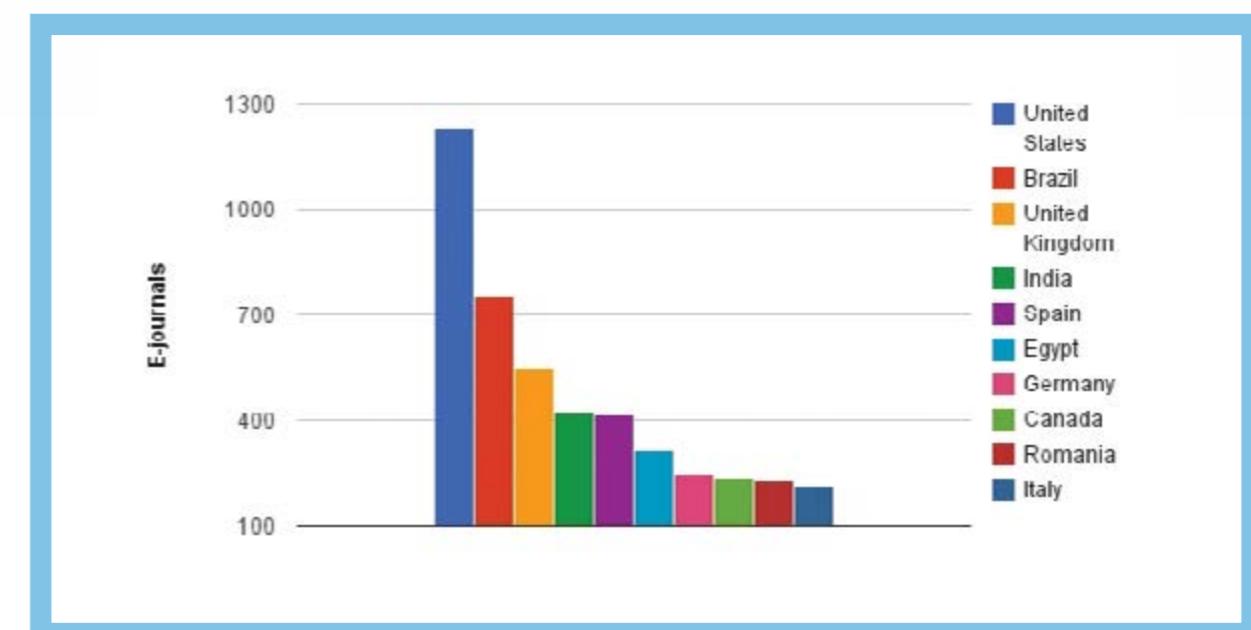


Figura 2. DOAJ por países: 10 primeros países

Fuente: DOAJ. 2012. Directory of Open Access Journals

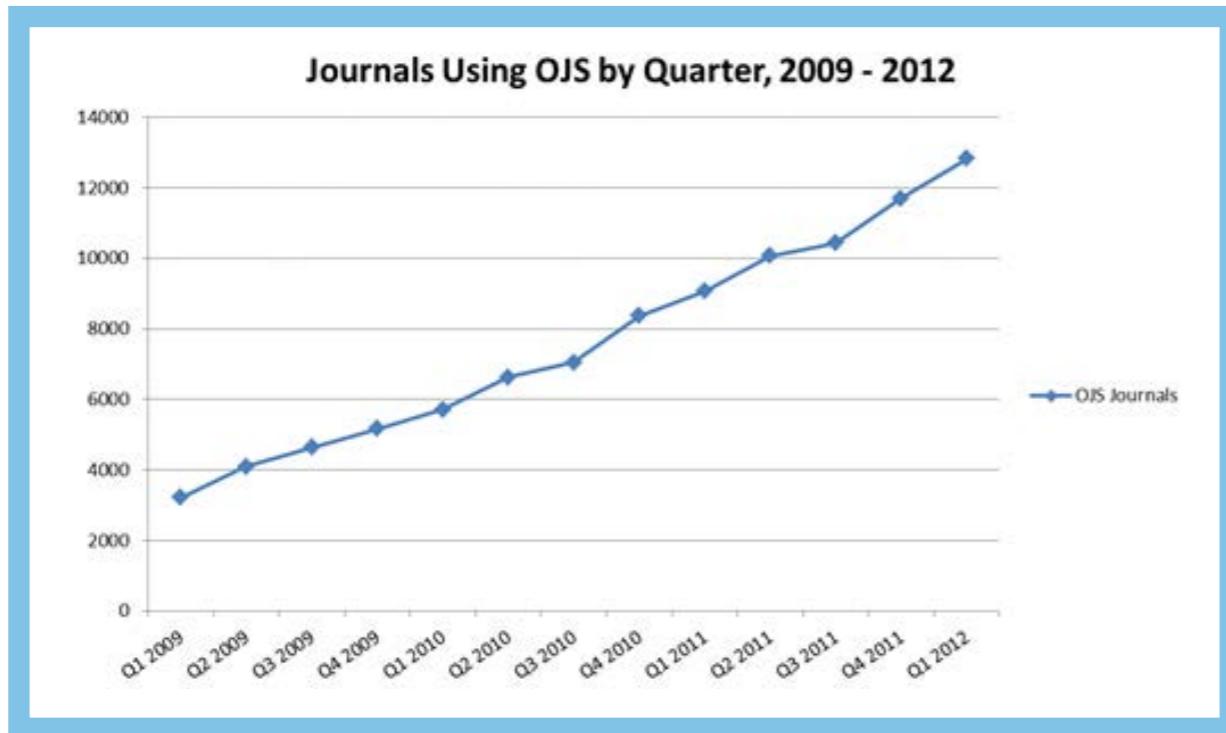


Figura 3. Revistas científicas usando OJS en el periodo 2009-2012

Fuente: Public Knowledge Project.

Otro factor que ha contribuido al incremento del acceso abierto es la amplia difusión de herramientas que facilitan la implementación técnica de las revistas electrónicas, es el caso de la plataforma Open Journal System desarrollada por el Public Knowledge Project. Actualmente cerca de 13,000 revistas en el mundo trabajan con este sistema y la región que lidera el mayor número de instalaciones es América Latina con más 3600 instalaciones (véase Figura 3), convirtiéndose en un referente para el movimiento de acceso abierto.

LA SOSTENIBILIDAD DE LA PRODUCCIÓN EDITORIAL EN ACCESO ABIERTO

Toda revista científica responde a un modelo económico que brinde los recursos necesarios para dar la sostenibilidad tanto al proceso editorial como a cada uno de los

elementos que aseguran la calidad de los contenidos publicados.

En su análisis Laakso (2011) distingue que el "modelo de negocio" inicial adoptado por muchos de nóveles editores de revistas de acceso abierto, en su mayoría investigadores, consistía simplemente en el trabajo voluntario asociado al uso de recursos libres de costo facilitados por organizaciones académicas. Sin embargo las exigencias propias de una publicación científica demandan asumir costos de producción para su sostenibilidad.

Por ejemplo, para el caso de los editores profesionales un estudio sobre este aspecto desarrollado por Villaroya (2012) señala que una gran inquietud de aquellos que evalúan migrar sus publicaciones al acceso abierto es resolver que modelo económico usar para dar sostenibilidad económica a su publicación; de tal forma que los

ingresos sean suficientes para cubrir los costos de publicación y generen un margen de beneficio que facilite la reinversión en innovación, nuevos contenidos y nuevos servicios.

En la actualidad se vienen aplicando al menos cuatro modelos económicos mediante los cuales los editores brindan acceso abierto a sus revistas. Desde el enfoque de Melero (2008) se pueden describir de la siguiente forma :

- **acceso abierto general** – son aquellas revistas gratuitas tanto para los lectores como para los autores. Donde el acceso es abierto o libre de forma inmediata para todos los contenidos de la revista. En este caso el costo es asumido por entidades patrocinadoras.
- **acceso abierto parcial** – son aquellas revistas gratuitas para los lectores, pero de pago por publicación para el autor o para la entidad que financia la investigación del artículo.
- **acceso abierto híbrido** – son aquellas revistas de pago por suscripción y con acceso abierto a los artículos. En este caso el costo es asumido por los suscriptores.
- **acceso abierto diferido (cerrado)** – son aquellas revistas de pago por suscripción, en donde la opción de acceso abierto a los artículos se da solo después de un periodo de embargo. En este caso el costo es asumido por los suscriptores.

Estas modalidades están siendo asumidas por varios grupos de editores científicos y constituyen vías para migrar y adaptar muchas publicaciones tradicionales al nuevo modelo que propone el acceso abierto. Por ejemplo, en los últimos años nuevas editoriales comerciales han entrado al mercado publicando en acceso abierto, mientras algunas de las grandes editoriales científicas tradicionales

han comenzado a ofrecer revistas de acceso abierto financiadas mediante pequeños montos económicos asumidos por los autores. En algunas regiones en desarrollo como América Latina, las editoriales dan acceso abierto algunas revistas cuando el costo ha sido subvencionado por alguna organización patrocinadora, facilitando de esa manera el acceso a su versión digital con o sin periodo de embargo.

PARA REFLEXIONAR

Definitivamente el acceso abierto se ha consolidado como una alternativa al sistema tradicional de comunicación científica representado hasta hace una década por las revistas impresas y por suscripción. No obstante aún existen muchos aspectos o desafíos a afrontar por quienes lideran el movimiento en sus distintos frentes.

A nuestro criterio uno de estos aspectos es el hecho que las revistas en acceso abierto requieren de nuevas fórmulas estratégicas que permitan la diversificación de las fuentes de financiación. Es entonces necesario sociabilizar entre los editores de revistas científicas la diversidad de modelos económicos de publicación en acceso abierto a adoptar desde la perspectiva de la viabilidad, la sostenibilidad y la adaptabilidad.

Otro aspecto de nuestra consideración es converger y persistir en el intercambio de experiencias y el establecimiento de alianzas que permitan retroalimentar las lecciones aprendidas en los últimos diez años de labor del movimiento.

Finalmente es importante valorar el rol protagonista que ostenta América Latina como región líder en la adopción del modelo de acceso abierto, a fin de capitalizar esta circunstancia buscando afianzar en el tiempo esta circunstancia para beneficio del desarrollo de la ciencia en la región. **O Q1**

REFERÊNCIAS

- ABADAL, Ernest. Retos de las revistas en acceso abierto: cantidad, calidad y sostenibilidad económica. Hipertext.net, n.10, 2012. Disponible en: <<http://www.upf.edu/hipertextnet/numero-10/retos-revistas-en-acceso-abierto.html>>. Acceso en: 28 julio 2012.
- GARRO, Meilyn. Acceso abierto y licencias creative commons. Universidad de Costa Rica. Vicerrectoría de Investigación, 2012. Disponible en: <<http://www.latindex.ucr.ac.cr/docs/cc.pdf>>. Acceso en: 28 julio 2012.
- LAAKSO, M; WELLING, P; BUKVOVA, H; NYMAN, L; BJÖRK, B-C, et al. (2011) The Development of Open Access Journal Publishing from 1993 to 2009. PLoS ONE, v.6, n.6, 2012. Disponible en: <<http://www.plosone.org/article/info%3Adoi%2F10.1371%2Fjournal.pone.0020961>>. Acceso en: 28 julio 2012.
- MEADOWS, A. J. A comunicação científica. Brasília: Briquet de Lemos Livros, 1999.
- MELERO, Remedios; ABAD, Francisca. Revistas open access: características, modelos económicos y tendencias. BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació, n. 20. 2008. Disponible en: <<http://www.ub.edu/bid/20meler2.htm>>. Acceso en: 28 julio 2012.
- PACKER, A. L.; MENEGHINI, R. Visibilidade da produção científica. In: POBLACIÓN, Dinah Aguiar, WITTER, Geraldina Porto; SILVA, Jose Fernando Modesto da. Comunicação & produção científica: contexto, indicadores e avaliação. São Paulo: Angellara, 2006. cap. 9. p. 237-259.
- SUBER, P. Open access overview. 2012. Disponible en: <<http://www.earlham.edu/~peters/fos/overview.htm>>. Acceso en: 28 julio 2012.
- TAYLOR, Mike. Open access means a bright future for scientific research. The Guardian, 2012. Disponible en: <<http://www.guardian.co.uk/science/blog/2012/jul/17/open-access-scientific-research?fb=native&CMP=FBCNETXT9038>>. Acceso en: 28 julio 2012.
- VILLAROYA, Anna; CLAUDIO-GOZÁLEZ, Melba; ABADAL, Ernest; MELERO, Remedios (2012). Modelos de negocio de las editoriales de revistas científicas: implicaciones para el acceso abierto. El profesional de la información, 21: 2, p. 29-135, 2012. Disponible en: <<http://www.accesoabierto.net/sites/accesoabierto.net/files/Villaroya-Claudio-Abadal-Melero-EPI.pdf>>. Acceso en: 28 julio 2012.
- WEITZEL, Simone da Rocha. Fluxo da Informação Científica. In: POBLACIÓN, Dinah Aguiar, WITTER, Geraldina Porto; SILVA, Jose Fernando Modesto da. Comunicação & produção científica: contexto, indicadores e avaliação. São Paulo: Angellara, 2006. cap. 3, p. 81-114.

Musikki UMA MUDANÇA DE ATITUDE



João Afonso é um “cara” de ideias. Licenciado em Novas Tecnologias da Comunicação, Mestre em Comunicação Multimédia pela Universidade de Aveiro (Portugal) pela mesma Universidade e fundou o Musikki. Site onde suas paixões, música e tecnologia, resultaram em um grande sucesso na web mundial. Nesta edição ele relata à revista O QI suas experiências nesta trajetória. Leia a seguir.

MÚSICA E TECNOLOGIA



O Musikki surge da conjugação de duas paixões: música e tecnologia; de uma necessidade, criar; e de uma mudança de atitude.

Pode ser uma história, um desenho, um curta-metragem ou um novo produto. Não é o resultado que me atrai, mas sim o processo criativo e a excitação de transformarmos algo preso na nossa imaginação, em algo tangível e realizável. A necessidade compulsiva de criar fez com que me sentisse insatisfeito e, muitas vezes, frustrado nos diversos empregos que tive. Eram demasiado rotineiros e com pouca ou nenhuma liberdade criativa.

Durante anos procurei por em prática diversas ideias que me permitissem criar o meu próprio negócio e fugir a esses sentimentos. A maior parte dessas ideias morreram à nascença. Quando surgia o primeiro obstáculo à sua implementação, desistia. Culpava a sorte, a conjectura atual, a falta de recursos ou até a ineficácia de outras pessoas envolvidas no projeto. O culpado nunca era eu.

A certa altura, decidi assumir as minhas responsabilidades nos insucessos e tomei a decisão de que o próximo projeto seria para

levar até ao fim. Decidi abordar cada obstáculo que surgisse, não como um problema, mas como mais uma oportunidade para usar a imaginação. O problema visto como estímulo para criar, e empreender. Das ideias que tinha na altura, escolhi a que me daria mais prazer implementar: um motor de pesquisa musical que devolve a informação mais relevante de um artista com um só clique.

Convenci dois amigos, a Juliana e o Pedro, a juntarem-se ao projeto e em novembro de 2010 concorremos com uma primeira versão do Musikki a um concurso português de

Todos nós temos momentos na vida em que nos sentimos frustrados e insatisfeitos, a diferença pode estar na atitude que temos nesses momentos.

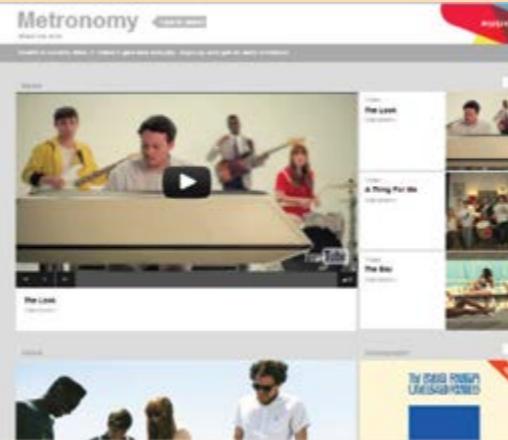
criatividade. Falhamos redondamente! Nem sequer fomos selecionados para participar na competição. O primeiro sentimento foi de desilusão, mas ao invés de desistir, procuramos razões que justificassem o sucedido. O Musikki estava online e a cada dia que passava tínhamos mais utilizadores. Isso provava que a ideia tinha valor, então porque razão não fomos selecionados? A hipótese mais lógica era a de que a mensagem não tinha passado. Não tinham percebido o conceito do projeto.

A nossa formação acadêmica é na área da comunicação e decidimos colocar esses conhecimentos em prática. Escrevi um guia que descreve o conceito e produzimos um curto vídeo

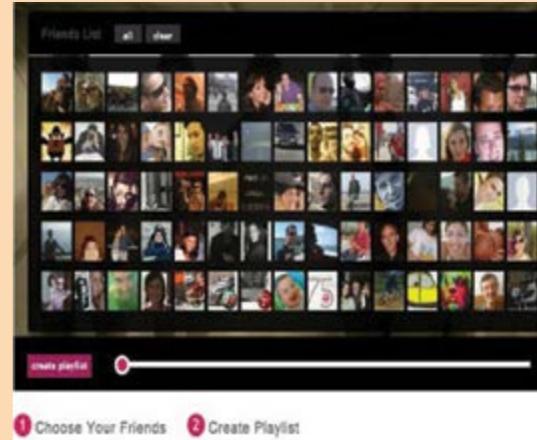
promocional sem gastar um centavo. Melhamos o resto do material de comunicação e identificamos dois novos concursos que poderiam ajudar a financiar o sonho de criar a própria empresa. Os resultados foram os melhores! Ficamos em segundo lugar no Prémio SIM da Samsung, vencemos a *Venture Competition* do ISCTE e MIT, na qual angariamos 200.000 euros em investimento, e transformamos o Musikki (<http://musikki.com>) num produto que é usado por milhares de pessoas em mais de cem países.

Todos nós temos momentos na vida em que nos sentimos frustrados e insatisfeitos, a diferença pode estar na atitude que temos nesses momentos. **O QI**

Busca / Compartilha



Musikki é um motor de busca musical que, à distância de um clique, permite ao utilizador ter acesso a toda a informação de um artista ou banda.



No Facebook, o aplicativo Musikki Social Player, permite criar uma "playlist" com as músicas que os amigos e páginas que seguimos partilham.

Como sou escritora

DEPOIMENTO

Ana Elisa Ribeiro 17

“É assim que eu consigo existir”, foi o que eu respondi, certa vez, a alguém que me perguntou por que razão eu gostava de escrever. E não basta. Ainda preciso publicar. Mas isso só aconteceu quando duas outras questões se firmaram para mim: levei minha escrita a sério e obtive o apreço do leitor. Parece-me fundamental ao escritor alimentar-se de ser lido. Não sei se mentem, mas não concordo quando dizem que o autor sequer pensa no leitor enquanto escreve. Meu caso é um outro, é o de precisar ser aceita, quem sabe até querida. Vai ver é outro jeito de me misturar às pessoas. É um jeito, certamente, de existir.

Comecei a escrever muito nova. Não sei ao certo. Essa memória me escapa bastante porque já vai mesmo um pouco longe. Imagino que ali nos primeiros anos do “primeiro grau” eu já estivesse às voltas com a escrita. Não mais aquela escrita ordinária do aprendizado de um código, dos deveres de casa, mas uma escrita espontânea, necessária, desejosa. Daí só me lembro dos poemas da adolescência. E de que não os abandonei, não desisti quando alguém ridicularizou aquela mania, nem desprezi meu desejo imenso por escrever o que eu sentia. Continuei. E guardei o que eu fazia.

Depois de alguns anos, com base no treino intenso da minha intimidade com a língua e com o texto escrito (a mão), passei a sentir grande vontade de ver meus poemas (e alguma prosa) impressos. Parecia-me mais bonito, mais sério, mais imponente ver os textos na letra de forma. Tomei de empréstimo a máquina de datilografar do meu pai e tratei de diagramar poemas, espiralar, fazer volumes com título, espécie de prévia dos livros. Era já desejo.

Quando eu contava 17 anos, arranjei um leitor. Não era mais um parente tendencioso e nem um professor de má vontade. Era um leitor crítico. Era um namorado inteligente, respeitável, filho de bons leitores, irmão de uma jornalista – poeta. Ele conhecia poesia, lia livros, sabia de literatura, embora não fosse profissional dessa área. Mas ele era capaz de ler meus textos com olhos clínicos, apertar meus calos, fazer perguntas difíceis e dar sugestões densas. Foi ele quem descobriu, então, um concurso literário do maior jornal do estado de Minas Gerais e tratou de me convençer a participar. Começa aí a necessidade de edição.

Livros não brotam. Livros não são apenas um ajuntamento de textos. Livros são composições. Livros são conjuntos tratados. Livros são resultado de cuidado. Ainda não era livro, mas eu precisava selecionar poemas para o concurso. Com que tipo de poema se ganha um concurso literário? É preciso saber a direção das coisas. E fomos nós. Apresentei meu volume espiralado ao namorado e ele indicou-me quatro ou cinco poemas que mereciam mais atenção. Eram textos “redondos”, compostos, firmes. Quase nada neles balançava se lhes dessemos um peteleco. Textos justos, preciosos. E foi um deles que, de fato, ganhou o concurso. Como recompensa, estamparam aquela “Ignomínia” nas páginas do jornal, para todo mundo ler. E nesse dia eu acordei mais escritora do que era antes. E algumas pessoas me olharam com outra curiosidade.

Daí em diante só fiz alimentar meu desejo de fazer um livro. A produção de poemas vinha intensa, tanto de textos bons quanto de ruins. O livro ainda era um projeto indefinido. Até que minha cunhada jornalista deu o toque de Midas: “quer publicar na coleção Poesia Orbital?”. Era um dos atos em comemoração aos 100 anos de Belo Horizonte, quando uma centena de poetas teria livros publicados em uma coleção histórica, organizado, principalmente, pelo poeta Marcelo Dolabela, com projeto gráfico de Glória Campos. E lá estava eu, num volume pequeno, o “Poesinha”, de capa simples, mas arrojado na inauguração de uma poetisa.

Cinco anos depois, veio mesmo um livro solo, de editora paulista, fora da onda de outros poetas. Livro que saiu nos jornais, que me tirou de um círculo fechado e me levou a uma roda que gira por conta de um mecanismo complexo: o das redes de edição. Saíu nos jornais, houve lançamentos, houve mudança. “Perversa” era o nome do livro, pela editora Ciência do Acidente, do poeta Joca Terron, que fez história na virada dos anos 2000. E depois, em 2008, publiquei outro, “Fresta por onde olhar”, aí independente, mas também com foto no jornal e dia de festa. E os livros vão caminhando pelas trilhas deles, sem que os controlemos e nem aos textos que vão neles. E passei então a sair atrás do livro, nos eventos, nas feiras, nas bienais, nas festas literárias, lendo em público, dizendo os poemas, toando, oferecendo-os aos leitores que talvez estivessem ali, sentados nas arquibancadas ou de pé, nas ruas, durante os invernos culturais.

17 Escritora. Professora doutora do curso de Letras e do PPG em Estudos de Linguagens do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais.

Não sei ao certo em que momento me tornei escritora, assim, a palavra dita seriamente. Há muitos momentos, ainda hoje, em que não se acredita na própria escrita, na etiqueta importante de ser escritora... e isso está fortemente ligado à representação de escritor que se tem: um mito, um ser distante, um famoso intelectual quase planador. E não é dessa matéria que são feitos os escritores. Eles, todos, mesmo os mais canônicos e famosos, são feitos de esforço, talento, escrita, livros e leitores. A lista que os compõe cresce: revisores, editores, livreiros, distribuidores, críticos, jornalistas, bibliotecários, programas de governo, escolas e assim infinitamente. Mesmo um João Cabral ou uma Rachel de Queiroz promoveram seus primeiros livros com dinheiro próprio e amizades terrenas.

De outro ângulo, que gêneros (textuais, discursivos e literários) fazem um escritor menos ou mais escritor? Poesia, conto, crônica, romance. No processo de me tornar autora, com coragem de dizer, e alto, vi-me entre a etiqueta de poeta e a representação que isso tem. Enquanto não escrevi prosa muita gente não deu crédito. Parece-me que o branco maior da página poética é visto como insuficiência de recursos literários ou linguísticos, mesmo para alguns. Não são incomuns poetas que se tornam contistas, depois, romancistas, numa espécie de busca por consistência e respeito. Talvez, pelas vendas, também. Meu caminho foi a crônica, gênero não raro exercido por mineiros migrados. Uma das prosas mais lidas do universo literário e editorial, talvez mais próximas de um leitor diário, despretensiosos (o leitor e a crônica). E mesmo escrevendo muito na web, para públicos vastos e espalhados, após dez anos de cronista virtual resolvi fazer um livro de papel, o "Chicletes, Lambidinha & outras crônicas", pela editora Jovens Escribas, de Natal (RN), que faz história agora, rodando o mecanismo das redes editoriais. E, como eu imaginava, o livro foi parar nas mãos de outros leitores, com outro perfil, nem sempre aquele mesmo leitor do site e da tela. E então é fundamental que o texto circule em todos os espaços que lhe forem propícios e possíveis. Assim o escritor é tão versátil quanto o que faz.

Tornar-me escritora é um trabalho diário. É uma forma de viver, experimentar, pensar e executar o mundo. Ser escritora é atribuição dada pelos outros. Nasce um escritor quando um leitor se ocupa de um texto e, ainda mais, se se admira do que lê. **O QI**



Desde sua criação, o curso de Comunicação Social – Produção Editorial necessitava de uma logomarca e um animal para caracterizá-lo. Com os esforços da coordenação e dos professores do curso, o camaleão foi escolhido, devido à sua capacidade de adaptar-se. O acadêmico Fabio Brust, então,

tratou de vetorializar uma forma estilizada de um camaleão com o objetivo de torná-lo logo do curso. Dotado de linhas grossas separadas entre si, a forma do animal surge sem se fechar, enquanto que, junto de seus pés, em tipografia Futura regular e bold, as definições a respeito do curso se manifestam. **O QI**

Marcelo Ferraro

FLORIPACOOL

Considero-me um "social designer".

Uma espécie de "observador atento" do seu tempo e das transformações que ocorrem na vida cotidiana, fora dos espaços "tradicionalis" de observação e pesquisa. Um profissional cujo objetivo é descrever, entender e transformar informações em ideias e soluções.

Latitude 27° Sul, longitude 48° Oeste.

A experiência do floripacool.com produzindo conteúdo.

Se você leu as coordenadas acima no GPS corretamente, provavelmente estará sobre Florianópolis! Se não tem um GPS, mas possui um computador conectado ou um dispositivo móvel, com acesso à rede mundial de computadores e fizer uma rápida consulta, certamente terá de posse à alguma informação produzida pelo floripacool.com na Internet.

A Internet é uma experiência de comunicação incrível.

Florianópolis é uma cidade vibrante, tem esta característica de cidade pequena, mas atrai moradores de diferentes regiões do país, até mesmo do exterior, com um perfil sociocultural e econômico bastante diferenciado. A cidade tem vida noturna contagiosa, grande população jovem e universitária, produz peças teatrais, forma atores, produz cinema, forma diretores, produz música, ou seja, precisa deste espaço mais evidenciado. Estava ficando

evidente e não poderíamos cair na tentação de ser mais uma página repetindo as mesmas coisas. A ideia era propor algo diferente explorando a cidade e seus contornos.

Havia um esboço mais ou menos "acabado", houve muitos erros e alguns acertos. O desafio foi superar os erros. Aliás, este é o desafio. O objetivo era ser inovador e criativo. Logo, não caberia inventar a roda. A fórmula tinha que ser simples! Reunir o máximo de informação disponível na Internet sobre a cidade, num único espaço, de maneira que qualquer pessoa pudesse encontrá-la. Logo, teria que encontrar uma solução elegante para consolidar o resultado do projeto. Essa solução ficou a cargo do Rafael Werle, cofundador do site e responsável pelo desenvolvimento. Ele entendia que o usuário deveria achar a informação desejada, sem muitos links e cliques. Optou-se por usar ícones, visualmente agradáveis, como os que vemos nos celulares, e desenhou-se a estrutura de maneira que em dois cliques a informação procurada estivesse à mão. Resultado: uma página simples, atrativa e fácil de usar.

Desejávamos ir mais longe, disponibilizar informações da cidade não era o bastante, mas ir além do convencional e conectar as pessoas oferecendo opções de lazer, entretenimento e cultura para os moradores e para quem está de passagem pela cidade a negócios, ou mesmo de férias. Começamos da maneira mais elementar, criamos um blog, com a linguagem mais acessível possível. O primeiro passo foi dado utilizando o conteúdo produzido por terceiros, bem genérico, como se fosse um repositório, desde que este fosse interessante e relevante. Deu resultado. Mas este só veio a com ajuda das redes sociais. Sem as redes seria impossível. Hoje, é o leitor quem compartilha o conteúdo com outras pessoas na Internet.

O floripacool.com chega a lugares que jamais imaginamos.

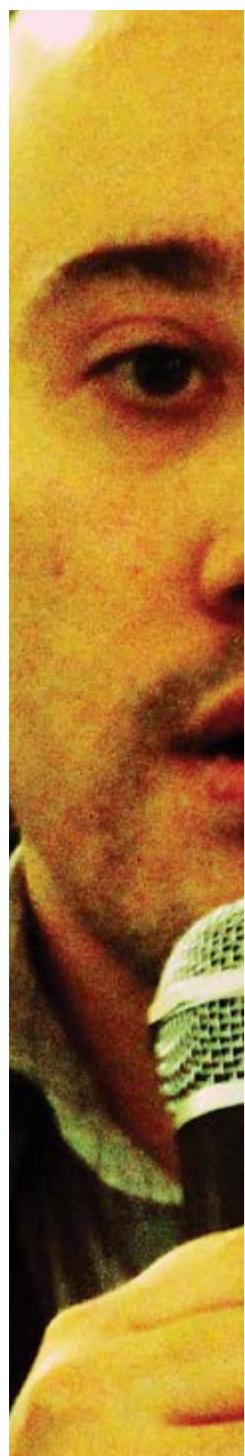
Sabíamos que existia um alto índice de visitas únicas. Queríamos que as pessoas voltassem mais vezes. Passamos a encarar o desafio do conteúdo próprio. A estratégia foi dar destaque aos temas que a mídia não oferece espaço. Para nós toda pessoa é um produtor e um colaborador em potencial. Não temos problemas como

limitações e tudo o que produzimos publicamos. Os eventos convencionais não estão na nossa pauta, mas o cineclube itinerante que leva o filme nacional às comunidades é do nosso interesse. A companhia de teatro, que se apresenta nas ruas do centro da cidade aguça nossa curiosidade e a do leitor também. Isto é tão verdade que temos um programa de música que mostra o som catarinense ao mundo.

Assim, criamos conteúdo com a cara da cidade e das pessoas.

Começamos com relatos das trilhas que fazíamos, há na cidade mais de 30 espalhadas com diferentes graus de dificuldade; fizemos registros fotográficos de diferentes pontos da cidade; cobrimos os eventos de música; de arte; os de teatro e outros tantos e disponibilizamos. Todas as coberturas tem transmissão quase que simultânea com fotos, entrevistas e vídeos. Um único evento teve perto de 14 mil acessos em dois dias. Resultado: em um ano, mais de 100 mil acessos. Hoje 50% do tráfego é local, 40% de outras cidades e 10% do exterior. Criamos um "veículo de comunicação" alternativo. Simples assim! Algo impensável em 1980. 





UMA PITADA

de Produção Editorial na Feira do LIVRO SANTA MARIA – RS

A Feira do Livro de Santa Maria 2012 recebeu convidados renomados. Entre eles esteve presente José de Souza Muniz Junior, a convite do curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM, integrando a programação de participação da Facos na feira do livro de Santa Maria. José Muniz, 28 anos, formou-se em 2006 no curso de Editoração pela Universidade de São Paulo (USP). Na ocasião, o produtor editorial proferiu uma palestra na feira do livro, a convite do curso de PE, com a temática: Como formar editores na universidade? Além disso, a conversa teve como objetivo o relato de suas experiências profissionais, bem como esclarecer dúvidas sobre o curso de Produção Editorial e o perfil deste profissional.

Muniz fez mestrado na área da comunicação com o tema voltado para a editoração, também na USP, onde pesquisou sobre o trabalho dos profissionais de textos nas editoras de livros de São Paulo. Além disso, trabalhou na Ática e na Abril. Atualmente é doutorando na área de sociologia, sendo que sua tese trata do estudo comparativo entre o mercado editorial brasileiro e o argentino, nos últimos 30 anos.

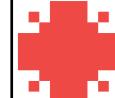


Foto: Bruno Melo Texto: Alessandra Noal e Vivian Jorge

Ao ser indagado sobre o mercado de trabalho no campo editorial, Muniz afirma que "Todo o início de carreira é difícil. Ingressar no mercado de trabalho quando ninguém conhece não é fácil, mas quando não conhece a sua profissão a conversa muda, mas para pior". Segundo Muniz, a sua primeira dificuldade, e que ainda é uma barreira a ser quebrada, é a falta de reconhecimento do profissional da área de Produção Editorial. "Fora de São Paulo as pessoas não conhecem o curso, ou mesmo no próprio estado, as empresas menores também nunca ouviram falar", diz.

Para Muniz, o perfil de um produtor editorial é moldado a partir de uma construção coletiva de professores e alunos, além de depender muito da própria infraestrutura da universidade. Esta que, muitas vezes, não oferece ao acadêmico tudo o que ele precisa. Então, segundo Muniz, durante o andamento do curso, cada um precisa adquirir autonomia para poder descobrir qual é o seu perfil. "Eu acho que existem muitos perfis possíveis, tudo depende dos interesses que a pessoa tem, pois cada um entra na universidade com ideias e objetivos distintos", expressa.

É difícil descrever o perfil ideal de alguém, porém, o produtor editorial, assim como qualquer outro profissional, independente da área em que irá atuar, precisa ser humanista e ao mesmo tempo deve apresentar competências técnicas para realizar suas atividades.

Muniz destaca que é essencial saber lidar com as diferenças e com a multiplicidade de informações existentes, pois são aspectos positivos, ou seja, pessoas de diversas forma-

ções podem trocar vivências e conhecimentos universais.

Outro aspecto que José Muniz destacou em sua vinda para Santa Maria foi a relação dos livros com o avanço das tecnologias digitais. Essa nova era de informações e tecnologias, a qual vem se modificando gradativamente, é que abre espaço para a inserção dos novos dispositivos no mercado atual, como por exemplo, os iphones, os tablets e os eReaders. Mas, questiona o que leva muitas pessoas a aderir e usufruir destes equipamentos, a ponto de deixar o tradicional livro de lado?

Muniz destaca que não se deve fechar os olhos às novas tecnologias digitais, uma vez que são uma tendência e tornam-se complementares para instigar o hábito pela leitura, bem como, devem fazer parte de aquisição em programas do governo como o Programa Nacional de Livro Didático (PNLD), que além de livros impressos, entrarão objetos digitais, vídeos, músicas e textos interativos.

Em sua concepção, o livro impresso é um dispositivo perfeito e insubstituível, pois ainda supre as necessidades da humanidade. O próprio modelo de sociedade e os acervos formados de cultura e informação fazem com que o livro dê esse suporte a todos.

Além disso, a Internet também funciona como uma grande encyclopédia, até mesmo aos profissionais da editoração ou àqueles que fazem uso de uma política editorial. Quando há dúvidas na escrita, ou nos usos empregatícios nos textos, como a maioria das pessoas, tanto para redações, notícias ou em periódicos científicos, o Produtor Editorial usufrui também destes filtros para

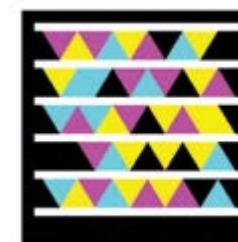
sus pesquisas, além dos dicionários impressos tradicionais. "O editor é quem decide o que será ou não será publicado", nosso papel social é de orientar o leitor ou usuário online desta massa de informação e de formar certa sensibilidade ao uso dessas novas tendências, complementa José Muniz.

Já para o mercado editorial, as novas tendências entram com otimismo aos novos profissionais de PE. Devido à dificuldade de distribuição e comercialização muitas vezes do livro, a grande vantagem do digital é que este profissional poderá expandir seu trabalho para todo o Brasil e até mesmo para o exterior. Podemos citar como exemplo os periódicos científicos, onde muitos autores ainda se encontram no anonimato. **O QI**

A Editora Ática contabiliza mais de 2300 títulos em catálogo e cerca de 1100 autores diferentes. Fez história com obras e coleções que marcaram época.

Ao longo de mais de quatro décadas, a editora introduziu práticas, conceitos e técnicas inovadoras. Uma dessas inovações foi o "Livro do Professor", que trazia textos de orientação didática, propostas de dinâmica de grupo e planejamento dos conteúdos, além das respostas para os exercícios dos alunos.

A Editora Abril, sediada na cidade de São Paulo faz parte do Grupo Abril. A empresa atualmente publica 54 títulos, com circulação de 188,5 milhões de exemplares, em um universo de quase 28 milhões de leitores e 4,1 milhões de assinaturas, sendo a maior do segmento na América Latina.



Confira o conteúdo extra que preparamos para você.

Das sombras à consagração: o Curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM e seu primeiro prêmio

É com muita honra que a revista O QI publica um relato sobre a experiência de 4 meninas, que com um e-book e muitas esperanças venceram a premiação da EXPOCOM 2012.

Luiza Betat nos conta um pouco dessa aventura, que levou o nome do curso de Produção Editorial tão longe!



Nossa aventura se iniciou no primeiro semestre de 2011, mais precisamente, em nosso primeiro semestre de curso, na cadeira de Tópicos Especiais Aplicados à Comunicação, ministrada pela professora substituta na época, Patrícia Milano Pérsigo. A ideia nesta disciplina era que os alunos, mesmo iniciando no curso, já pudessem vivenciar a prática profissional do campo editorial.

Sendo assim, passamos a pensar qual produto seria viável de ser desenvolvido, até que se chegou à proposta de, mesmo não tendo experiência na área, que fosse produzido um e-book, desafio aceito com entusiasmo pelos alunos matriculados. Após a decisão do que seria desenvolvido, passamos a pensar qual conteúdo seria veiculado no mesmo, até que nossa professora chegou com a proposta de nos aliarmos com o Programa de Pós-graduação em Comunicação (POSCOM) da UFSM, com o intuito de divulgarmos a produção dos mesmos, no caso a turma de 2009, compilada no livro. Para realmente podermos dar vida ao e-book, pois não tínhamos noção nenhuma de como lidar com os programas necessários à produção do mesmo, ao longo do semes-

tre, além de buscarmos pelo conhecimento de forma autônoma, contamos com orientações externas e o fundamental apoio dos professores, também substitutos na época, Laura H. Wotrich e Fabiano Maggioni.

A produção acabou por exceder o tempo destinado à cadeira, sendo assim, continuada ao longo do ano de 2011 pelas acadêmicas, Luiza Betat Corrêa, Marina Machiavelli, Marina Smidt Mainardi e Thuyla Azambuja de Freitas. Com o e-book finalizado em dezembro de 2011, a professora Patrícia nos procurou em março deste ano, apresentando-nos a proposta de concorrermos na categoria Edição de Livros na regional do Expocom, premiação esta que ocorre dentro do Intercom 2012 (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação). Como achamos interessante a proposta e por considerarmos uma boa forma de se trazer visibilidade ao curso, concordamos em participar, tendo como representante do grupo a aluna Luiza e que acabou por resultar em uma grande felicidade. Apesar de concorrermos com mais um produto, proveniente de um Trabalho de Conclusão de Curso TCC e de uma faculdade particular do estado do Paraná, mostramos com muita dedicação o

*Na foto abaixo, da esquerda para direita:
Marina Smidt Mainardi,
Luiza Betat Corrêa,
Thuyla A. de Freitas e Marina
Machiavelli.*



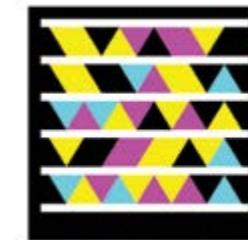
potencial de nosso trabalho, sendo reconhecido como o melhor da região sul.

Como é de costume, os ganhadores de cada região disputam o prêmio máximo, de melhor do país no evento nacional do Intercom, que este ano ocorreu em Fortaleza, Ceará. Nesta etapa, concorriamos com mais três trabalhos, abstendo-se apenas do trabalho da região norte, e, igualmente ao regional, todos proveniente de um trabalhos de conclusão de curso. Devido a este fato e pela presença avaliativa da banca, ficamos de certa forma apreensivas, por sermos inexperientes e pelo nosso trabalho ter sido desenvolvido logo no início do curso. Contudo, contrariando esse nosso temor, vencemos também a etapa nacional, alegria que até agora não conseguimos traduzir em palavras.

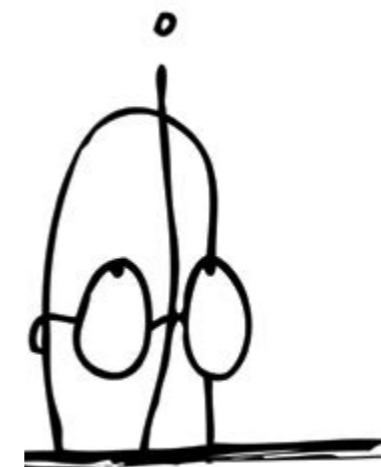
Por fim, acreditamos que esse prêmio é uma forma de mostrar o potencial que nosso recente curso tem e fazer com que os alunos acreditem mais em suas produções, além é claro, de mostrar o curso de Comunicação Social – Produção Editorial da UFSM para todo o país. Devemos ainda agradecer o apoio que tivemos, advindos da FACOS, dos recursos da Coordenação do Curso, e, principalmente aos professores envolvidos nesta produção e aos orientadores, Patrícia M. Pérsigo, Laura H. Wotrich e Fabiano Maggioni que sempre acreditaram em nosso potencial. **O QI**



Ao lado o e-book ganhador da EXPOCOM 2012.



Acesse a tag ao lado e baixe o e-book criado pelas acadêmicas do curso de PE.



REVISTA

O QI

Das indagações dos alunos de Produção Editorial, aos professores, aos colegas, a si mesmos, sobre afinal, o que faz um produtor editorial? Dos questionamentos dos tios, avós, vizinhos e outros, sobre, qual será sua atuação no mercado de trabalho? E não só isso! Das dúvidas e tremidas na perna sobre o que responder? É daí que nasce a Revista O QI, a Revista de Produção Editorial, feita pelos e para os alunos do curso de Produção Editorial da UFSM, com o propósito de conquistar espaço e identidade.

*Aquele que informa, que identifica, cria e pensa;
Aquele que investe em sua criatividade;
Aquele que acredita em si e em suas produções;
Estas são características dos PE's,
Isto é o que faz um Produtor Editorial.*

O Projeto Revista O QI nasceu na disciplina de Produção Editorial em Periódicos Científicos, sob a orientação da Professora Cláudia R. Z. Bomfá. Com entusiasmo e determinação os acadêmicos produziram a primeira edição desta revista, com o objetivo de vivenciar a prática da editoração, realizando um trabalho coletivo e criativo.

A Revista O QI é um veículo que destina-se à publicação de trabalhos acadêmicos como artigos, entrevistas e ilustrações, bem como a divulgação de periódicos científicos relacionados à área. Visa também um melhor entendimento sobre a inserção deste profissional no mundo editorial. A todos que participaram desta edição, o nosso muito obrigado! E àqueles que desejam publicar e fazer parte da Revista O QI preparem-se para a próxima edição. Orgulhosos com os resultados obtidos nesta produção, os acadêmicos do quarto semestre de Comunicação Social – Produção Editorial, lançam a primeira edição desta Revista. Para mais informações sobre edital e submissão de trabalhos acesse o blog: revistaoqi.wordpress.com.

Equipe O QI



O Bang Literário é uma revista que publica textos em prosa ou poesia, selecionados escolhidos através de avaliação cega e seleção, dentre todas as produções recebidas durante o prazo de inscrição. Nascida de uma iniciativa de acadêmicos do curso de Comunicação Social – Produção Editorial, mas totalmente independente deste e da Universidade Federal de Santa Maria, a revista é o primeiro produto de uma editora nomeada Elo. Com a proposta de ser um literal elo entre autor, leitor e editor, a editora ainda dá seus primeiros passos, lançando agora o Bang.

Para a construção do produto, uma campanha foi aberta para o recebimento dos textos, sendo a divulgação realizada durante a Feira do Livro de Santa Maria (2012), além de também utilizar a Internet e alguns pontos literários da cidade para este fim. Com a expectativa de receber apenas alguns textos, o grupo de estudantes se surpreendeu ao receber textos de aproximadamente 80 autores. O simples fato de a revista ter recebido tantas respostas positivas incentivou o seu processo de criação e aprimoramento, alcançando os criadores da mesma para uma etapa diferente: a de efetivamente levar adiante o projeto.

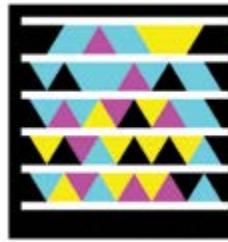
A partir disso, bastava seguir em frente: a seleção de 20 textos, entre poesias prosas, guiou a questão da seleção; a revisão e preparação antecederam a diagramação, além de toda a parte de ilustração. Cada um dos textos é ilustrado de uma maneira diferente, com desenhos inéditos e produzidos por membros do projeto.

Quando, por fim, chegou o momento de mandar os arquivos para a gráfica e recebê-los de volta, o que causou nos participantes muito orgulho. Orgulho de haver feito parte de algo idealizado e de efetivamente fazer com que desse certo. Logo após isso, ainda estava por vir o dia do lançamento oficial, o que completou a execução de um projeto feito inteiramente por vontade de atuar na área editorial, o que permite que seus participantes sejam e estejam satisfeitos com o seu desfecho. Agora, com a segunda edição sendo planejada o objetivo é que todos os ideais e princípios que nortearam a primeira edição sejam mantidos, para que seja possível continuar essa empreitada, voltando ao início do ciclo, com o mesmo entusiasmo que deu forma a este projeto.

Acesse <http://facebook.com/eloeditorial> e saiba como enviar seu texto.

Equipe da Bang Literário

...
fabianomaggioni
...
Fabio Brust
Rico



Baixe os cartuns
coletivos para
seu aparelho.



