

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

LILIAN AYUMI SEINO

**PROSPECÇÃO DE UMA SOLUÇÃO OPEN SOURCE PARA GESTÃO DE
CONTEÚDO SOBRE CULTURA E LAZER PARA JOVENS
UNIVERSITÁRIOS DA CIDADE DE CURITIBA, PR**

CURITIBA

2017

LILIAN AYUMI SEINO

**PROSPECÇÃO DE UMA SOLUÇÃO OPEN SOURCE PARA GESTÃO DE
CONTEÚDO SOBRE CULTURA E LAZER PARA JOVENS
UNIVERSITÁRIOS DA CIDADE DE CURITIBA, PR**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel no Curso de
Gestão da Informação da Universidade
Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Eduardo
Botelho-Francisco

CURITIBA

2017

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal do Paraná, seu corpo docente, direção e administração, que oportunizaram condições para minha formação acadêmica.

Aos meus familiares, que dedicaram suas vidas para me proporcionar uma educação de qualidade, bem como pelos incentivos para concluir esta etapa da minha vida. Sempre fizeram de tudo, com muito amor e carinho, para eu realizar meus sonhos. Amo vocês!

Ao meu orientador, Profº **Drº Rodrigo Eduardo Botelho-Francisco**, pelo suporte e atenção dedicados em todos os encontros, sobretudo pela confiança, paciência, pelo conhecimento compartilhado durante o desenvolvimento do estudo, por acreditar neste projeto e, principalmente, por acreditar em mim.

Ao Welliton Oliveira, pelo apoio técnico e consultoria voluntária, determinantes para a prospecção da proposta.

Ao meu namorado, Igor, que eu amo e confio para estar ao meu lado. Obrigada por apoiar minhas decisões e, principalmente, por me auxiliar nos momentos difíceis.

Aos meus amigos, que acreditaram na minha capacidade de cumprir esse desafio e compreenderam minha ausência para realização deste trabalho.

A todos que participaram direta ou indiretamente da conclusão deste projeto.

RESUMO

Este trabalho tem como tema principal a Gestão de Conteúdo de lazer e cultura da cidade de Curitiba, PR para jovens universitários. O objetivo da pesquisa é analisar e descrever tecnologias *open source* voltadas para esta temática a fim de prospectar uma solução adequada ao atendimento das necessidades informacionais desse público. Especificamente, busca-se identificar, caracterizar e discutir as plataformas *web* e mapear e experimentar soluções já existentes para esta proposta de Gestão de Conteúdo. Para tanto, foi adotada revisão bibliográfica sobre os conceitos norteadores da proposta, dentre eles jovens, cultura e lazer, bem como o aporte teórico e metodológico da Gestão de Conteúdo, com o propósito de investigar soluções para simplificar os processos de gestão, publicação e distribuição dos conteúdos produzidos e compartilhados na *web*. Num segundo momento foi feito um mapeamento de fontes de informação sobre o tema estudado. Por fim, a terceira etapa consistiu num estudo de comparação e seleção de Sistemas Gerenciadores de Conteúdo (CMS, do inglês *Content Management Systems*) livres para instalação, configuração e customização de um site onde foram recuperadas as informações sobre eventos, programas, manifestações e espaços culturais e de lazer da capital paranaense mapeadas na fase anterior. Como resultado é apresentado o protótipo de um site gerado a partir da plataforma WordPress, que se mostrou útil e coerente com a proposta, principalmente a partir da perspectiva do uso de ferramentas e técnicas para recuperação da informação de diferentes fontes, permitindo a criação de uma interface única para divulgação de informações atualizadas, selecionadas e organizadas para um público especializado e atendendo às suas demandas informacionais.

Palavras-chave: Gestão da Informação. Sistemas Gerenciadores de Conteúdo. WordPress. Universitários. Cultura e Lazer.

ABSTRACT

This work has as its main scope the management of leisure and culture contents of the city of Curitiba, PR for university students. The objective of this research is to analyze and describe open source Technologies aimed at this subject in order to prospect a proper solution for the attendance of the informational needs of the forementioned group. Specifically, we seek to identify, characterize and discuss the *web* platforms and to map and experiment existing solutions for this proposal of content management. Therefore, a bibliographic review has been approved on guiding concepts of the proposal, among them youth, culture and leisure, as well as theoretical and methodological contributions of the Content Management, with the purpose of investigating solutions to simplify the processes of management, publications and distributions of the contents produced and shared on the *web*. In a second moment, a mapping of information sources about the studied subject was made. Finally, the third step consisted in a study of comparison and selection of Content Management Systems free for instalation, configuration and customization of a site where informations regarding events, programs, manifestations and cultural spaces and leisure of Paraná Capital were retrieved and mapped in the previous phase. As a result, it is presented the prototype of a *website* generated from the WordPress platform, which has proven to be useful and coherent with the proposal, mainly from the perspective of using tools and techniques to retrieve information from different sources, allowing the creation of an unique interface for the dissemination of up-to-date, selected and organized information for a specialized audience while meeting their informational demands.

Keywords: Information Management. Content Management Systems. WordPress. University students. Culture. Leisure.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1– BUSCA DE INFORMAÇÕES PELOS JOVENS BRASILEIROS....	18
FIGURA 2 - NÍVEIS DE PROGRAMAÇÃO MENTAL E MANIFESTAÇÕES CULTURAIS	22
FIGURA 3 – CICLO DE VIDA DE UM CONTEÚDO.....	46
FIGURA 4 - REPRESENTAÇÃO DO PROCESSO DE RECUPERAÇÃO DE INFORMAÇÃO	51
FIGURA 5 – ESTRUTURA DE UM WEBSITE COM WORDPRESS	64
FIGURA 6 – RESULTADO DA BUSCA POR RESTAURANTES PARA HAPP HOUR NO SITE KEKANTO.....	71
FIGURA 7 – SITE OBA OBA CURITIBA	72
FIGURA 8 – PÁGINA INICIAL DO SITE DESCUBRA CURITIBA.....	73
FIGURA 9 – PÁGINA INICIAL DO SITE DESCUBRA CURITIBA.....	73
FIGURA 10 – FAN PAGE “LIVE CURITIBA” DO FACEBOOK.....	74
FIGURA 11 – PÁGINA INICIAL AMO CURITIBA	75
FIGURA 12 – PÁGINA INICIAL AMO CURITIBA	75
FIGURA 13 – TELA DE CONFIGURAÇÃO DA HOSTINGER PARA INSTALAÇÃO DO WORDPRESS	76
FIGURA 14 – TELA DE EDIÇÃO DA PÁGINA INICIAL	77
FIGURA 15 – TELA DA PÁGINA INICIAL DO SITE.....	78
FIGURA 16 – TELA COM O TEXTO EXPLICATIVO SOBRE O PROTÓTIPO.....	79
FIGURA 17 – TELA DO MENU “BALADAS”	80
FIGURA 18 – TELA DO MENU “GASTRONOMIAS”	81
FIGURA 19 – “PÁGINAS” DO BACK-END DO SITE	82
FIGURA 20 – PAINEL DE CONTROLE DA ABA “BALADAS”, FONTE FACEBOOK.....	82
FIGURA 21 – PAINEL DE CONTROLE DA ABA “BALADAS”, FONTE YOUTUBE	83
FIGURA 22 - PAINEL DE CONTROLE DA ABA “BALADAS”, FONTE RSS	83

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – ATIVIDADES DESEMPENHADAS PELOS JOVENS BRASILEIROS NA INTERNET	17
GRÁFICO 2 – NÚMERO DE MATRÍCULAS, INGRESSOS E CONCLUINTES EM CURSOS DE GRADUAÇÃO NO BRASIL (2003-2014).....	32
GRÁFICO 3 - OS 10 CURSOS COM MAIOR NÚMERO DE ALUNOS NO BRASIL....	33
GRÁFICO 4 – NÚMERO DE CONCLUINTES EM CURSOS DE GRADUAÇÃO, POR CATEGORIA ADMINISTRATIVA NO BRASIL (2005 - 2015).....	34
GRÁFICO 5 – INTERESSES CULTURAIS DE LAZER DOS JOVENS UNIVERSITÁRIOS.....	42

LISTA DE TABELAS

TABELA 1– EQUIPAMENTOS CULTURAIS DE CURITIBA - 2016.....	29
TABELA 2 – CATEGORIZAÇÃO E FREQUÊNCIA DAS ATIVIDADES DE LAZER DOS JOVENS UNIVERSITÁRIOS.....	41
TABELA 3 – FONTES DE INFORMAÇÃO SOBRE CULTURA E LAZER EM CURITIBA.....	70
TABELA 4 – FONTES DE INFORMAÇÃO MAPEADAS.....	84

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 PROBLEMATIZAÇÃO	12
1.2 OBJETIVOS	14
1.3 JUSTIFICATIVA	15
2 REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1 CULTURA	19
2.2 LAZER	23
2.3 CULTURA E LAZER NO BRASIL E EM CURITIBA	25
2.4 JOVENS UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS	29
2.5 CULTURA, LAZER E OS JOVENS UNIVERSITÁRIOS	35
2.6 GESTÃO DE CONTEÚDO	43
2.6.1 Recuperação da Informação	49
2.6.2 Fontes de Informação	52
2.6.3 <i>Open Source</i>	55
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	67
4 GESTÃO DE CONTEÚDO SOBRE CULTURA E LAZER PARA JOVENS UNIVERSITÁRIOS	68
4.1 MAPEAMENTO DE FONTES DE INFORMAÇÃO SOBRE CULTURA E LAZER DE CURITIBA	68
4.2 CONSTRUÇÃO DO PROTÓTIPO DE SITE	75
4.3 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	84
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
REFERÊNCIAS	88

1 INTRODUÇÃO

O investimento em desenvolvimento de sites estabeleceu um cenário onde o conteúdo informacional, proveniente das mais variadas fontes, está sujeito a enfrentar problemas na sua gestão. Esse risco pode atingir qualquer uma das fases que compõem a Gestão de Conteúdo, dentre elas a entrega do conteúdo ao usuário e a recuperação da informação. Chagas, Carvalho e Silva (2008, p. 2) afirmam que o sucesso ou fracasso da Gestão de Conteúdo não depende da tecnologia adotada e sim das pessoas e do processo utilizado.

Para Parreiras e Bax (2003, p. 8), “a correta gestão de conteúdo deve permitir a qualquer membro de uma organização ou de uma comunidade colocar em linha informação sem dificuldade técnica”. Os autores comentam também sobre as principais funções da Gestão de Conteúdo, dentre elas a eliminação dos gargalos que estrangulam a produção *web*¹; facilitar e motivar a produção de conteúdo e seu uso; organizar a produção de conteúdo; e gerar informação de qualidade. Sobre isto, Ferreira e Amaral (2004) comentam sobre a importância da elaboração prévia de um modelo conceitual, que permite conhecer o cenário interno e externo, afim de entender as relações conceituais traçadas para que possam garantir a eficiência e satisfação na organização e recuperação da informação. De acordo com Campos (2001, p.20) “[...] se a informação for disposta de maneira organizada, será fácil recuperar e achar quando o leitor estiver navegando”.

A formação da *web* de forma descentralizada comprometeu a recuperação das informações indexadas no imenso repositório de documentos. A ênfase das tecnologias e linguagens que são utilizadas nas páginas *web* dão destaque aos aspectos de apresentação dos dados, de forma que a descrição da informação seja comprometida. A recuperação das informações, possível por meio dos motores de busca, é baseada em palavras-chave contidas nos textos dos documentos originais. Por esse

¹ A *web* significa um sistema de informações ligadas através de hipermídia (hiper ligações

motivo, é muito pouco eficaz. (SOUZA; ALVARENGA, 2004, p. 133). Desta forma, entender os conceitos que abordam a Recuperação da Informação são fundamentais para a compreensão do processo de planejamento das estratégias de busca.

Almeida (2016, p. 218 e 219) comenta que pesquisas em partes do mundo indicam que os principais atrativos, quando se trata de acesso à Internet, são o lazer e a busca de informação, e isso se dá principalmente pelas redes sociais (Facebook e YouTube), buscadores (Google) e portais de informação (Yahoo e UOL). O Instituto Mauro Borges², no informe técnico de 2016, afirma que a Internet ocupa espaço na vida das pessoas, principalmente dos jovens, constituindo uma importante ferramenta no acesso e no auxílio à informação. Para atender a essa demanda, Teixeira e Schiel (1997) consideram que a eficiência e a eficácia da recuperação da informação iniciaram-se pela construção de bases de dados de centros de documentação e de serviços de informação, que são fontes de informação automatizadas, podendo ser acessadas local ou remotamente.

Para tanto, em meio ao cenário da difusão de conteúdos na Internet, a presente pesquisa propõe a prospecção de um protótipo de site desenvolvido pela aplicação dos conceitos acerca da Gestão de Conteúdo voltados para jovens universitários. O estudo sobre os universitários se faz necessário para entendê-lo como ser contemporâneo, que tem sua identidade formada pelo consumo numa sociedade fragmentada. (HALL, 2006), centrada na individualidade, em relações “líquidas” (BAUMAN, 2008), no consumo e permeada pela tecnologia num contexto de convergência midiática. (JENKINS, 2009).

O tema proposto surgiu a partir da percepção e verificação, enquanto jovem universitária, da carência em encontrar fontes de informação centralizadas, atualizadas e organizadas. Os jovens convivem, dia a dia, com outros jovens, criando grupos sociais e redes de relacionamento próprios, estabelecendo uma categoria no âmbito social. Esta geração se diferencia das anteriores pelo interesse e facilidade como

² Instituto de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos.

se relacionam com novas tecnologias para se comunicar, aprender e para pertencer a grupos sociais. (ARRAIS, 2011).

Para abordar esta proposta, este trabalho apresenta cinco capítulos. O primeiro se atém ao caráter introdutório, contextualizando o tema. O segundo capítulo traz a revisão da literatura, que teve como objetivo principal elucidar os fundamentos teóricos, as definições e os conceitos-chave envolvidos neste projeto. Posteriormente, são apresentados a metodologia adotada para o desenvolvimento do trabalho, o objeto de estudo e as ferramentas utilizadas. Em seguida, é feita a discussão dos resultados pela aplicação das técnicas comparadas à teoria e identificação dos processos que envolvem a Gestão de Conteúdo. O quinto e último capítulo discorre as considerações finais e a possível contribuição da pesquisa para as áreas relacionadas ao estudo, apontando as principais dificuldades da pesquisa e sugestões para a continuidade do projeto.

Neste sentido, este trabalho limita-se à prospecção de um protótipo de *software* de código aberto pensado para superar tais desafios acerca da Gestão de Conteúdo sobre Cultura e Lazer para jovens universitários da cidade de Curitiba do estado do Paraná.

1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Os sites de busca sobre cultura e lazer em Curitiba, muitas vezes, são apresentados em formato de difícil entendimento pelo usuário, uma vez que não existe um estudo aplicado de Gestão de Conteúdo, resultando em problemas como a disponibilização de informações incompletas e desatualizadas. Um dos cenários recorrentes dos mecanismos de buscas são ambientes informacionais que possuem ocorrência de falhas quanto ao conteúdo publicado, plataforma de divulgação e atualização.

O veículo de comunicação que atinge o maior número de pessoas e de fácil acesso é a Internet, motivo pelo qual as redes sociais incidem participação ativa e resposta imediata dos potenciais participantes. Dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, mostram que 65% dos jovens entrevistados, com

até 25 anos, acessam Internet todos os dias no país. Campos (2012, p. 12) sugere que,

A crescente inserção das tecnologias comunicacionais digitais na sociedade contemporânea e suas influências nos diversos aspectos da Vida cotidiana apontam para a relevância do uso desses meios para aproximar a produção universitária da comunidade.

Deste modo, um espaço *web* destinado a integrar diferentes suportes à coleta, organização e divulgação da informação sobre cultura e lazer para jovens universitários atende a necessidade desse público de encontrar informações sobre os temas de maneira centralizada e organizada.

A cidade de Curitiba do Estado do Paraná é sede de instituições de Ensino Superior de renome no Brasil. Inúmeros estudantes migram para a capital paranaense visando a conquista por um diploma e melhores condições de estudos, acompanhados pela experiência de conhecer uma nova cidade, morar sozinho ou dividir moradia com colegas de quarto, assumir maiores responsabilidades, explorar um mundo totalmente diferente de tudo o que já vivenciaram. Com essa carga toda e o embalo de tanta novidade somada à liberdade de tomar as próprias decisões em meio a tantas atrações de lazer pela cidade, atividades e programas de entretenimento acabam por tornarem-se as opções de muitos universitários que procuram por diversão. A maior parte da comunidade universitária brasileira é composta por jovens entre 19 a 24 anos³. Durante o ano letivo é extremamente comum se deparar, pelos corredores das universidades e pelas redes sociais, com cartazes sobre festas, “cervejadas”, churrascos e outros eventos similares.

Em meio a horas de estudo, semanas de provas, projetos e seminários, muitas vezes, sendo motivos de desgaste físico e psicológico para esses jovens, o lazer passou a ser um aspecto relevante na vida destas pessoas; posto que esta oportunidade de tempo livre é associada à

³ KUZUYABU, M. O que eles esperam do Ensino Superior. Revista Ensino Superior, 207 ed. São Paulo: Segmento, 2016. Disponível em: <<http://www.semesp.org.br/site/o-que-eles-esperam-do-ensino-superior/>>.

possibilidade de desligamento dos compromissos e preocupações diárias, ao prazer que se pretende alcançar pela escolha de uma atividade relacionada ao seu gosto pessoal, à liberdade de escolha. Entende-se que existe a necessidade de um momento para que esse público possa desenvolver suas potencialidades, não se restringindo apenas ao meio acadêmico e profissional.

Segundo estimativas do site Radios.com, uma das rádios mais ouvidas de Curitiba é a rádio Transamérica Curitiba 100.3 FM, na qual predomina o estilo musical pop-rock, entre as músicas mais tocadas.⁴ Porém, Curitiba é uma cidade que acomoda diversas culturas, com as mais variadas preferências e ambientes que podem atender a todo esse público. Portanto, um espaço para publicação de informações sobre os mais variados segmentos da Cultura e Lazer oportuniza a busca de informações que atende a diversidade de gostos.

Neste sentido, este trabalho se propõe a responder a seguinte pergunta de pesquisa: Como promover a Gestão de Conteúdo sobre Cultura e Lazer para jovens universitários de Curitiba, PR, a partir de soluções *open source*?

1.2 OBJETIVOS

O objetivo geral deste trabalho é analisar e descrever tecnologia *open source* voltada para gestão de conteúdos sobre cultura e o lazer dos jovens universitários da cidade de Curitiba, Estado do Paraná, a fim de prospectar uma solução adequada ao atendimento das necessidades informacionais deste público. Especificamente, propôs-se:

- a) identificar, caracterizar e discutir as plataformas *web* voltadas para conteúdos de cultura e lazer na capital paranaense.

⁴ **RADIOS.COM.BR. Rádios Brasileiras Mais Acessadas por Região.** Disponível em: <http://www.radios.com.br/relatorios/stat_2015-09_regiao_16-69>.

- b) mapear soluções *open source* existentes sobre lazer e cultura em Curitiba - PR.
- c) testar solução *open source* para atender as necessidades informacionais dos jovens da cidade de Curitiba - PR sobre cultura e lazer.

1.3 JUSTIFICATIVA

Desde o surgimento da *World Wide Web*⁵, mais conhecida como “www”, a criação de sites vem crescendo ao passar do tempo, bem como o número de usuários, permitindo o desenvolvimento de aplicações cada vez mais complexas, que utilizam a *web* não apenas para troca de informações, mas como plataforma para aplicações distribuídas tais como comércio eletrônico e intranets. A *web* tornou-se acessível e conta com uma variedade de aplicações. (WINCKLER; PIMENTAR, 2002, p. 1). Contudo, os sites nem sempre são sustentados por algum tipo de estudo ou foram suportados a uma avaliação/análise.

Uma grande parte dos problemas relacionados à interfaces *web* diz respeito a navegação, ou seja, os usuários têm dificuldade para encontrar a informação desejada no site ou não sabem como retornar a uma página anteriormente visitada. Outros problemas são ocasionados pelo uso de recursos multimídia de maneira inadequada como, por exemplo o uso abusivo de muitas cores numa mesma página. (WINCKLER; PIMENTAR, 2002, p. 4).

A estrutura de um site é determinada pelo perfil do utilizador alinhado a sua idade, ocupação profissional, experiência com a informática, experiência com a Internet, contexto de utilização da *web* (trabalho, lazer, contatos) e o domínio de conhecimento da informação disponível. A aceitação ou não de um site é identificada pelo interesse do público. Por isso a necessidade de indicadores que meçam a qualidade da página pelo

⁵ Tradução: Rede de Alcance Mundial.

*feedback*⁶ de quem a acessa para a providência de melhorias e atualizações da mesma. (CARVALHO; SIMÕES; SILVA, 2000, p. 20).

Dados da 11ª edição da pesquisa TIC Domicílios 2015⁷, que mede a posse, o uso, o acesso e os hábitos da população brasileira em relação às tecnologias de informação e de comunicação, mostrou que 58% da população brasileira usam a Internet (102 milhões de internautas).

Segundo pesquisa “Juventude Conectada”, realizada em 2014 pela Fundação Telefônica Vivo em parceria com o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), o Instituto Paulo Montenegro e o Núcleo das Novas Tecnologias da Comunicação Aplicadas à Educação Escola do Futuro – Universidade de São Paulo (USP)⁸, existem sete principais funções desempenhadas pelo jovem internauta brasileiro. Dentre estes, os três itens com maior ocorrência foram: 1. Atividades de comunicação (37,3%); 2. Atividades de lazer (29,6%); 3. Leitura de jornais e revistas; busca por informações (28,7%). Na atividade de lazer inclui-se também o entretenimento, dos quais a maioria dos jovens (48%) declarou pesquisar mais de uma vez ao dia (diariamente ou quase todos os dias).

A busca por informações diz respeito à procura por suporte ou serviços *online*, tais como: pesquisas sobre informações em geral; acesso a sites de notícias e uso de serviços de localização. Isso se deve ao fato de que, como registrado na pesquisa, o comportamento da juventude brasileira conectada contribuiu para a transformação do hábito de 49% dos entrevistados em buscar informação.

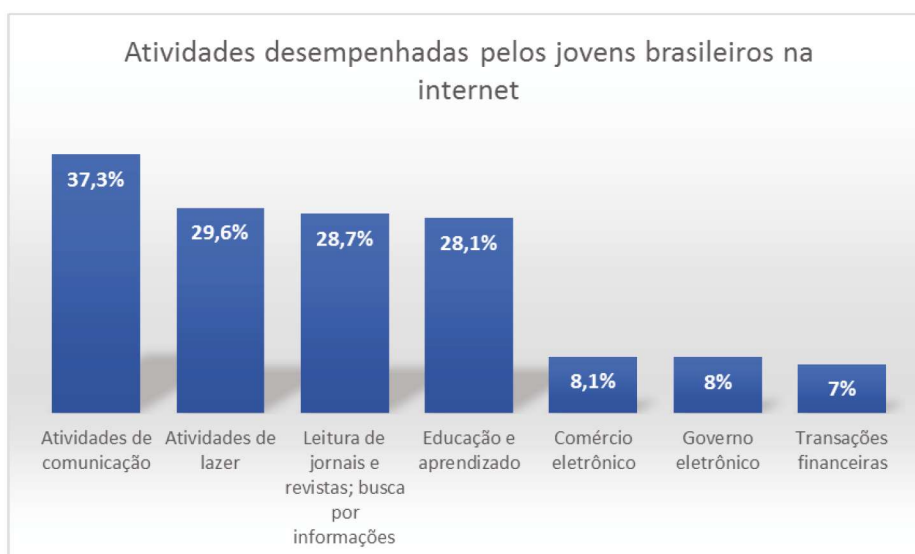
Na pesquisa foram destacadas as principais atividades desempenhadas pelo jovem internauta brasileiro, onde “Atividades de lazer” ficou atrás apenas das “Atividades de Comunicação”, conforme Gráfico 1.

⁶ Tradução: Resposta ou reação.

⁷ AGÊNCIA BRASIL. Pesquisa mostra que 58% da população brasileira usam a internet. 2016. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2016-09/pesquisa-mostra-que-58-da-populacao-brasileira-usam-internet>>.

⁸ FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO. Juventude Conectada. 2014. Disponível em: <http://fundacaotelefonica.org.br/wp-content/uploads/pdfs/juventude_conectada-online.pdf>.

GRÁFICO 1 – ATIVIDADES DESEMPENHADAS PELOS JOVENS BRASILEIROS NA INTERNET

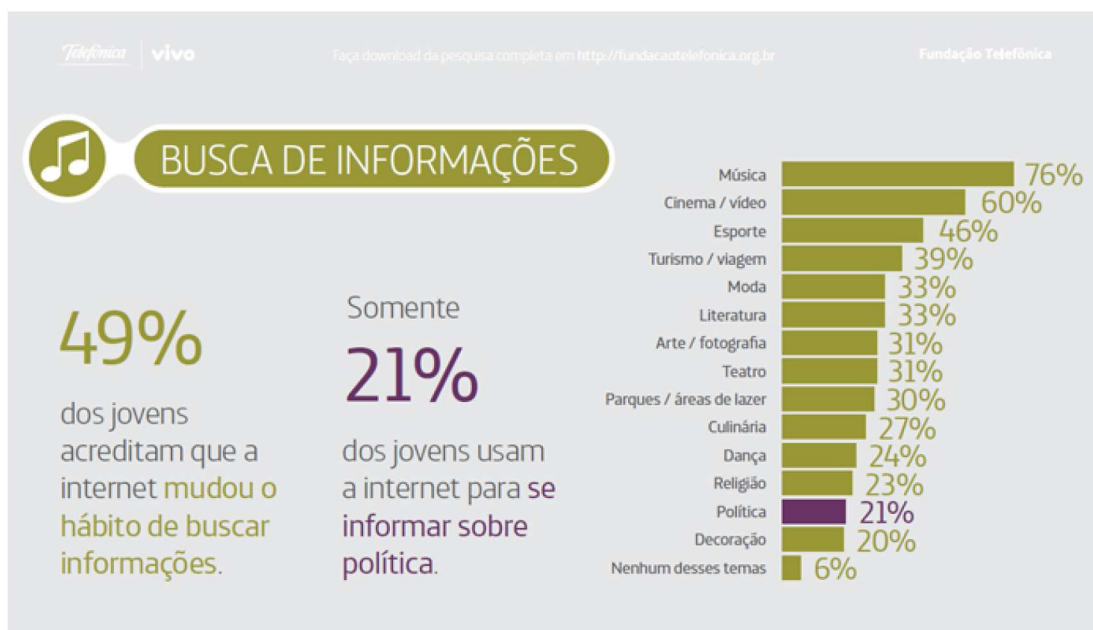


FONTE: Adaptado de Fundação Telefônica (2014).

A mesma pesquisa, realizada em 2016, no RIA (Reflexão, Interação e Ação) Festival, por iniciativa da Fundação Telefônica Vivo, em parceria com a Escola do Futuro da USP, IBOPE Inteligência e Instituto Paulo Montenegro⁹, buscou entender o comportamento da juventude na era digital, entrevistando 1.440 jovens de 16 a 24 anos de idade, de todas as regiões do Brasil. O estudo apresentou uma estatística dos tipos de informações que esses jovens costumam buscar na Internet, Figura 1.

⁹ FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO. Juventude Conectada: Pesquisa aponta como a tecnologia auxilia os alunos na hora de estudar e na relação com os alunos na hora de estudar e na relação com os professores. 2016. Disponível em: <<http://fundacaotelefonica.org.br/promenino/trabalho infantil/noticia/juventude-conectada-pesquisa-aponta-como-a-tecnologia-auxilia-os-alunos-na-hora-de-estudar-e-na-relacao-com-os-professores/>>.

FIGURA 1– BUSCA DE INFORMAÇÕES PELOS JOVENS BRASILEIROS



FONTE: FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO (2016).

Os internautas passaram também a integrar-se em programas e comunidades na Internet, nas quais se veiculam desde informações pessoais até noticiais e novidades sobre o que os outros fizeram, ou estão fazendo, por exemplo. (MARQUES et. al., 2010). Logo, se há a procura para se informar sobre assuntos de interesse, e a pesquisa constata que mais da metade dos entrevistados busca por entretenimento na atividade de lazer, há a necessidade de criar uma ferramenta adequada para atender efetivamente essa demanda. Uma forma de estimular os jovens para que se engajem em atividades de lazer.

A proposta justifica-se como na visão de Melo e Alves Jr. (2003), que apresenta o lazer com três funções principais: descanso, divertimento e desenvolvimento. Joffre Dumazedier comenta, em sua obra Sociologia Empírica do Lazer (1979), como características específicas do lazer, a plasticidade de suas fronteiras, a multiplicidade heterogênea de suas formas, a extensão oculta de suas implicações e a carga afetiva que carregam as suas manifestações normais ou marginais (SCHWARTZ, 2003). O fator inquestionável é a capacidade do lazer em gerar bem-estar e de modificar os aspectos da vida das pessoas.

Curitiba é uma cidade que abriga variedade cultural voltada para diversos perfis de consumidores, dentre eles jovens residentes na capital e nas regiões metropolitanas. O Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil, 2013, indica que em Curitiba a proporção de jovens com 18 a 20 anos cursando o Ensino Superior era de 28,6%.

A análise do ambiente cultural e de lazer e o estudo sobre os jovens universitários residentes em Curitiba é fundamental para traçar o perfil deste público; assim como a identificação das ferramentas virtuais de comunicação sobre Cultura e Lazer existentes torna-se fator determinante para pensar uma solução *open source* sobre o tema.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico tem como base os estudos sobre Cultura, Lazer e Gestão de Conteúdo para a compreensão dos conceitos acerca desses temas. A seguir, serão apresentados estes conceitos que fundamentaram a pesquisa e auxiliaram no desenvolvimento da metodologia para a construção do protótipo.

2.1 CULTURA

A palavra “cultura” tem origem do latim *culturae*, que significa “ação de tratar”, “cultivar”.¹⁰ Até o século XVI, o termo era atribuído a ação de cuidar de algo (animal ou colheita). Silva e Silva (2006) explicam que, com o passar do tempo, a Antropologia apresentou a analogia entre o cuidado na construção e tratamento do plantio, com o desenvolvimento das capacidades intelectuais do ser humano. Segundo Silva e Silva (2006, p. 1),

[...] cultura é tudo aquilo produzido pela humanidade, seja no plano concreto ou no plano imaterial, desde artefatos e objetos até ideais e crenças. Cultura é todo complexo de conhecimentos e toda

¹⁰ CULTURA. In: Dicionário Etimológico: etimologia e origem das palavras. Disponível em: <<http://www.dicionarioetimologico.com.br/cultura/>>.

habilidade humana empregada socialmente. Além disso, é também todo comportamento aprendido, de modo independente da questão biológica.

Conforme considerações de Matta (1981), a cultura pode servir como instrumento para compreender as diferenças entre os homens e as sociedades. Diferente do discurso dos estudiosos do passado, que diziam que o fator determinante para definição dos grupos eram o meio geográfico ou a raça; o autor afirma que isso acontece pelas diferentes configurações ou relações que cada sociedade estabelece no decorrer de sua história.

Libório e Salvan (2015, p.11) definem cultura como sendo ideias, comportamentos ou simbolização de comportamento, incluindo a cultura material”. Esta conceptualização de cultura aplica-se a qualquer agrupamento humano, mesmo na sociedade tão massiva e acelerada quanto a nossa [...]”. Portanto, cada tipo de cultura exerce uma forma peculiar de controle de seus participantes. Motta (1996, p. 5) conclui que a pressão social externa resulta na formação de culturas coletivas, e o controle pela pressão interna defini as culturas individualistas.

Em conformidade com Eagleton (2003, p. 11), a palavra “cultura” guarda em si resquícios de uma transição histórica importante, tal como codifica várias indagações filosóficas fundamentais colocando foco em questões de liberdade e determinismo, o fazer e o sofrer, mudança e identidade, o dado e o criado. Marta (2010) complementa o conceito de cultura pontuando que o termo abrange tudo o que é patrimônio literário, artístico e científico de um grupo social, de um povo. Guy Rocher, em sua obra “Sociologia Geral”, 1977, define cultura como sendo um conjunto de maneiras de pensar, sentir, agir, sendo apreendidas e partilhadas por uma pluralidade de pessoas. Os modelos, valores e símbolos que compõem a cultura incluem os conhecimentos, ideias, pensamentos, todas as formas de expressão dos sentimentos, regras que regem as ações. Assim sendo, indivíduos de culturas diferentes podem ser facilmente identificados por uma série de características: modo de agir, vestir, caminhar, comer, falar. (LARAIA, 2001, p.52).

A cultura é o conjunto de manifestações sociais, culturais e linguísticas adquiridas pelo ser humano que dá sentido à realidade que o cerca.

A cultura é aprendida. Poderíamos dizer que ela não é uma ‘herança inexorável’ dos indivíduos, senão são os próprios que devem realizar percursos de inserção (aprendizagem) na cultura de seu grupo. Um ser humano que não tenha essa possibilidade, isto é, alguém que não cresça em contato com uma qualquer cultura, dentro de um grupo humano, sozinho não reinventa a cultura do seu grupo e nem inventa a sua própria – posto que se trata de algo da ordem do social e do coletivo. (SILVA, 2011, p. 18).

A cultura condiciona a visão de mundo do ser humano, traçando uma identidade ao indivíduo e por conseguinte a uma comunidade inteira. Constrói-se por meio dela a maneira de agir, pensar, sentir, “o modo de ser”, “o modo de fazer” de um povo. O que o ser humano aprende na e da cultura de quem ele é e da qual participa. Vai da língua que se fala ao amor que pratica, algo que o cerca e enreda, da comida que come à filosofia de vida com que atribui sentido ao mundo, à fala, ao amor, à comida, ao saber, à educação e a ele mesmo. (SILVA, 2011, p. 16).

Para Hofstede (2003), cultura é um fenômeno coletivo, adquirida e não herdada, diferente da natureza humana, quer dizer que provém do ambiente social e não da herança genética. A natureza humana é o que os seres humanos têm em comum. Entretanto, a personalidade é o que difere um indivíduo do outro, é única, exclusiva e cada indivíduo possui um programa mental que não pode ser compartilhado por mais ninguém. Esses níveis hierárquicos da programação mental são apresentadas na Figura 2.

FIGURA 2 - NÍVEIS DE PROGRAMAÇÃO MENTAL E MANIFESTAÇÕES CULTURAIS



FONTE: Adaptado de HOFSTEDE (2003).

Morin (1988) considera a natureza humana (base da pirâmide) como o primeiro objeto do homem, um resíduo amorfo, inerte, monótono, aquilo de que o homem se desfez. O homem se transforma de acordo com as sociedades, por isso a distinção no espaço e no tempo, é uma matéria-prima que adquire forma por influência da cultura e da história, pela maleabilidade. Canedo (2009, p. 1) complementa expondo que a cultura (etapa intermediária da pirâmide) é adquirida através dos canais de conhecimento e instrução intelectual, e que neste sentido há uma diferenciação entre este estado e a condição natural do homem, irracional ou selvagem.

A cultura é entendida como um instrumento de estudo para compreendermos a sociedade. A antropologia conceitua a cultura como a “[...] soma de ideias organizadas e condicionadas formando padrões comportamentais habituais que passaram a ser seguidos pelos demais do grupo de forma acentuada ou não, assim formando o conceito de cultura em qualquer sociedade”. (BATISTA, 2010, p. 105). Sendo assim, toda cultura é mutável, constante, quando a cada descoberta, uma nova concepção ou uma reforma de conceito é formada.

Considerando que a cultura abrange todas as realizações materiais do homem (artefatos) e os aspectos espirituais de um povo (ideais e crenças), cultura é todo complexo de conhecimentos, toda habilidade

humana empregada socialmente e todo comportamento aprendido, independente da questão biológica. (SILVA; SILVA, 2006).

2.2 LAZER

O termo lazer surgiu do latim *licet*, *licere*, ser permitido, conhecido também por “ócio”, diretamente relacionado com descanso, tempo não sujeito a deveres.¹¹ Portanto, Arendt (2000, p. 130) conclui que, trabalho quando igualado ao labor seria o mesmo à necessidade e o lazer à liberdade. Seja qual for a linha de pensamento ou área de atuação, lazer sempre seguirá como critério de referência, o conceito levantado pelo sociólogo Joffre Dumazedier (1974, p.34) que considera o lazer como sendo um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode se entregar pela livre vontade, seja para repouso, divertimento, recreação, entretenimento ou desenvolvimento da sua formação desinteressada, sua participação social voluntária, ou sua livre capacidade criadora, após se desvincular-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

Para Nunes e Hutz (2014, p. 309), o ócio deve ser estimulado por três motivos: 1. Melhora da situação ou condição de uma pessoa ou grupo; 2. Como prevenção de doenças e manutenção da saúde; 3. Como uma experiência psicológica satisfatória. Assim sendo, estudos sobre o tema podem facilitar o planejamento de atividades de lazer, tanto para fins preventivos como terapêuticos.

Aquino e Martins (2007) consideram que lazer pode ser associada a palavras como entretenimento, turismo, divertimento e recreação. Dumazedier (1979) aprofunda a ideia dizendo que o lazer é algo a que o indivíduo está livre para entregar-se a sua vontade, seja para repouso, se divertir, recrear, entreter-se, desenvolver sua formação desinteressada ou não, participar de ações sociais voluntárias ou ater-se a sua livre capacidade criadora, após se desvincular das obrigações profissionais, familiares e sociais.

¹¹ LAZER. In: Priberam Dicionário. Disponível em: <<https://www.priberam.pt/dlpo/lazer>>.

O tratamento do lazer de forma não reducionista ou generalista deve considerá-lo não apenas como atividade, mas como manifestação humana, com determinadas características de tempo (“livre” ou “disponível”), e de atitude (possibilidade de adesão, prazer propiciado e condições de descanso, divertimento e desenvolvimento pessoal e social), de modo não isolado nessa ou naquela atividade, mas relacionado com as outras esferas de atuação humana (trabalho, escola, família, etc.), nos seus três gêneros (praticar, assistir, conhecer), nos seus vários conteúdos (artísticos, físico-esportivos, sociais, manuais, intelectuais e turísticos), e nos seus três níveis (elementar, caracterizado pelo conformismo, médio, caracterizado pela criticidade, e superior, caracterizado pela criatividade). (MARCELLINO, 2000, p. 6).

Na perspectiva da Psicologia, o lazer é a satisfação de uma necessidade humana complexa, colocada em prática por meio de experiências que são individualmente consideradas como prazerosas. (NUNES; HUTZ, 2014, p. 307). A definição de lazer para cada indivíduo se dá a partir dos seus gostos e dos recursos disponíveis para satisfazer suas necessidades, este o estima de acordo com seu sistema de valores e aspirações. O lazer pode assumir diversas formas para cada pessoa, ou seja, uma mesma atividade pode ser vista como obrigação ou lazer, advém então do significado que a pessoa atribui a uma determinada atividade. (WITT; BISHOP, 2009).

Desfrutar do tempo livre tem o potencial de representar melhores condições de acesso e utilização consciente dos bens culturais.

[...] elaborar a própria concepção do mundo consciente e criticamente, e portanto, em conexão com esse trabalho próprio do cérebro, de escolher a própria esfera de atividade, de participar ativamente na produção da história do mundo, de ser guia de si mesmo. (GRAMSCI, 1966).

O lazer pode ser considerado privado ou público, desde que seja voltado para a formação afetiva, intelectual e social das pessoas. (DUMAZEDIER, 1999). A liberdade de escolha para os momentos de diversão e lazer por parte dos jovens não se restringe apenas aos espaços como praças, bares, restaurantes, shoppings, entre outros. Dado que, o lazer vem do simples fato de estar satisfeito com o que está fazendo, atendendo as necessidades básicas: repouso, diversão e enriquecimento intelectual. (FORMIGA; AYROZA; DIAS, 2005). O ambiente acadêmico

também possui o papel de agente indutor e promotor desses momentos de descontração e diversão, que ultrapassa as mais conhecidas “cervejadas”. De tal forma que, as universidades delinham esta questão dentre seus objetivos para a formação acadêmica do aluno. De acordo com o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), 2012-2016, da Universidade Federal do Paraná (UFPR), as instituições superiores recebem critérios obrigatórios a serem cumpridos e que são avaliados por meio de indicadores, dentre eles são mencionados estímulos ou incentivos profissionais pelos mecanismos de apoio à produção cultural e de apoio à participação em eventos, ainda, produções intelectuais, culturais e artísticas.¹²

Dumazedier (1974, p. 34) acredita que o lazer, por ser um comportamento escolhido livremente pelo indivíduo, complementa o desenvolvimento da personalidade do ser. Nessa linha de pensamento, Marcellino (1996, p. 18) aconselha que o ideal é que cada pessoa praticasse a atividade que abrangesse os vários grupos de interesse, procurando exercitar o corpo, a imaginação, o raciocínio, a habilidade manual e o relacionamento social, quando, onde, com quem e da maneira que quisesse.

2.3 CULTURA E LAZER NO BRASIL E EM CURITIBA

O Brasil, por apresentar dimensão territorial, configura uma vasta diversidade cultural, que faz parte do processo associativo de uma comunidade. O cenário da realidade brasileira é formado por diferentes expressões e movimentos culturais, principalmente pelo diversificado número de povos que migraram de outros países.

O Ministério da Cultura, em 2004, firmou um acordo de cooperação técnica com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹³ para o desenvolvimento de uma base de informações relacionadas ao setor

¹² UFPR. **Plano de Desenvolvimento Institucional da Universidade Federal do Paraná**. 2012-2016. Disponível em: <http://www.proplan.ufpr.br/portal/pdi/PDI%20UFPR%202012-2016%20-%20Anexo%20PDIC.pdf>.

¹³ **IBGE. Acordo entre IBGE e Ministério da Cultura**. Disponível em: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/17122004acordo_cultura.shtm.

cultural. A relação dos dados do setor cultural tem como principais objetivos fomentar estudos, fornecer aos órgãos governamentais e privados subsídios e contribuições para elaboração de planos, ações e políticas para delimitação do que é produto cultural e serviço cultural.

Em 2007, ratificada pelos países membros da UNESCO¹⁴, entra em vigor a Convenção para a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, conhecida por Convenção da Diversidade. Um dos pontos tratados é a reafirmação da soberania dos países para elaborar suas políticas culturais, garantindo a proteção e promoção da diversidade das expressões culturais, buscando criar condições para que as culturas floresçam e interajam com liberdade para beneficiar mutuamente as partes envolvidas.¹⁵

O Ministério da Cultura (MinC) no Brasil é um órgão da Administração Pública Federal direta que tem como áreas de competência a Política Nacional de Cultura e a proteção do Patrimônio Histórico e Cultural. Orientada pelas metas do Plano Nacional da Cultura, trabalha a cultura articulada em três dimensões: simbólica (culinária, modos de vestir, crenças, idiomas, linguagens artísticas: teatro, música, dança, etc), cidadã (participação da vida cultural: teatro, espetáculos de dança, filmes nacionais, apresentações musicais, etc), e econômica (a cultura como um lugar de inovação e expressão da criatividade brasileira faz parte do novo cenário de desenvolvimento econômico, socialmente justo e sustentável).¹⁶ A gestão do Ministério da Cultura pelo Ministro Gilberto Gil foi um marco para a cultura no país pela reformulação da estrutura do MinC e da ampliação de seu campo de atuação. No início do seu mandato, estavam previstas alterações profundas na lei de incentivo, que não ocorreram. Programas como os seminários “Cultura para todos” foram promovidos para diálogo com a sociedade civil afim de colocar em prática a democratização cultural. As

¹⁴ Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura.

¹⁵ UNESCO. **Convenção sobre a proteção e promoção da Diversidade das Expressões Culturais**, 2007. Disponível em: <<http://www.iber museus.org/wp-content/uploads/2014/07/convencao-sobre-a-diversidade-das-expressoes-culturais-unesco-2005.pdf>>.

¹⁶ BRASIL. Ministério da Cultura. **O Ministério: apresentação**. 2013. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/o-ministerio>>.

distorções da aplicabilidade da lei e a sua extrema importância para o setor artístico-cultural foram alguns dos pontos debatidos. (CALABRE, 2016, p. 299).

O principal mecanismo de fomento à Cultura do Brasil é a Lei Rouanet¹⁷ (Lei 8.313/91), que instituiu o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) e estabelece as normativas de como o Governo Federal deve disponibilizar recursos para a realização de projetos artístico-culturais. A Lei foi concebida originalmente com três mecanismos: o Fundo Nacional da Cultura (FNC), o Incentivo Fiscal e o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (Ficart). Este nunca foi implementado, enquanto o Incentivo Fiscal - também chamado de mecenato - prevaleceu e chega ser confundido com a própria Lei.¹⁸ Nesse ano, foram publicados alguns mecanismos da lei estabelecidos pela nova Instrução Normativa, que substitui a publicada em 2013, visam garantir os fundamentos da Lei: fomentar a cultura nacional de forma descentralizada, democratizando o acesso aos recursos do incentivo fiscal e aos produtos culturais oriundos dos projetos apoiados pela Rounat, são elas¹⁹:

- maior capacidade de controle e fiscalização dos projetos culturais sob o incentivo fiscal;
- mais transparência a dados relativos aos projetos culturais incentivados;
- maior acesso aos recursos do incentivo fiscal, evitando a concentração por proponente, projeto e beneficiário;
- estímulo à desconcentração regional de projetos e de recursos do incentivo fiscal;
- ampliação do alcance dos produtos culturais gerados pelos projetos incentivados;

¹⁷ Remete ao então secretário Nacional de Cultura Sérgio Paulo Rouanet, criador da lei.

¹⁸ BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Atos do Poder Legislativo, Brasília, DF, 23 dez. 1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm>.

¹⁹ BRASIL. **Lei Rouanet**: Ministério da Cultura. Disponível em: <<http://rouanet.cultura.gov.br/>>.

- agilidade de análise na admissão de projetos incentivados com redução nos custos e tempo.

A democratização da cultura requer políticas públicas que viabilizem e garantam o acesso de todas as pessoas às atividades e espaços culturais. Parte das ações do governo devem ser a consideração da diversidade cultural brasileira, condições para a conservação dos equipamentos voltadas a esse fim, divulgação e incentivo à utilização desses bens culturais, tal como a preservação e revitalização de patrimônios urbanos.

A capital paranaense, em concordância com a sua área geográfica, comporta um número considerável de ambientes culturais que agradam todo tipo de público. De acordo com a Associação dos Municípios da Região Metropolitana de Curitiba, dados disponibilizados no site da Coordenação do Sistema Estadual de Museus, a cidade possui aproximadamente 91 espaços, entre eles 47 museus e 44 espaços considerados museais, visto que, no Paraná há cerca de 298 espaços museais, distribuídos em 105 municípios.²⁰ Já aqueles que querem curtir um filme nas telonas têm a opção de escolher pelo menos um dos 19 cinemas espalhados pela cidade, restaurantes dos mais diversos tipos (mexicanos, tailandeses, japoneses, italianos, brasileiros; especialistas em: sopas, doces, salgados, frutos do mar, pratos quentes), bares, baladas (sertanejo, pop, rock, hip hop), eventos culturais, shows.

O Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES) disponibilizou o Caderno Estatístico de Curitiba em 2017, que contém a estatística do número de equipamento culturais do ano anterior (2016), Tabela 1.

²⁰ Coordenação do Sistema Estadual de Museus. **Associação dos Municípios da Região Metropolitana de Curitiba**. Governo do Estado do Paraná. Disponível em: <<http://www.cosem.cultura.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=31>>.

TABELA 1– EQUIPAMENTOS CULTURAIS DE CURITIBA - 2016

Equipamentos Culturais	Número
Anfiteatro	2
Arquivo	-
Ateliê/Estúdio	2
Auditório	23
Biblioteca	23
Centro comunitário/Associações	-
Centro cultural/Casa de cultura	10
Centro de documentação e pesquisa	2
Cine teatro	-
Cinema	3
Circo	1
Concha acústica	-
Coreto	-
Galeria de arte	2
Livraria	1
Museu	38
Sala de exposição	5
Salão para convenção	3
Teatro	17
Videolocadora	-
Outros espaços	10
Total	142

FONTE: Adaptado de IPARDES (2017).

Não foi localizado um levantamento atual do número de restaurantes, bares e baladas de Curitiba, apenas os resultados obtidos pela busca nos guias mapeados no presente trabalho. Os sites de busca relacionam em torno de 2.300 restaurantes, 350 bares e 70 baladas na cidade.

2.4 JOVENS UNIVERSITÁRIOS BRASILEIROS

O ingresso à Universidade é o início de mais uma etapa no contexto educativo dos jovens à procura de um diploma, o que requer adaptações e desenvolvimento de um conjunto de competências por parte do estudante.

(Baker e Sirky, 1989). Estas mudanças estão associadas ao efeito interativo de três variáveis: 1. as suas competências para enfrentar as mudanças proporcionadas pela entrada na Universidade; 2. os suportes sociais e os recursos a que pode recorrer nesta transição por parte da família, dos pares e dos serviços acadêmicos disponíveis; 3. o tipo e o nível de exigências adaptativas colocadas pela própria Universidade e pelo novo contexto de vida. (BROOKS II; DUBOIS, 1995; FELNER; FELNER, 1989; TEREZINI; WRIGHT, 1987). Muitas vezes este período da vida do universitário é marcado pela maior individualização e autonomia da generalidade das tarefas acadêmicas. (ALMEIDA *et. al.*, 2000). Estão em um momento de realização pessoal e são estimulados pelas exigências de qualificação profissional e de aprendizagem contínua (JENSCHKE, 2003; SOARES, 2000), portanto não são mais vistos como adolescentes pela família, amigos e sociedade. (TEIXEIRA, 2011, p. 159).

Em razão de estar sujeito ao preparo gradativo para uma atividade social futura, há diferença entre o jovem universitário quando comparado a outro jovem da mesma idade, um modo definido de participar da sociedade de seu tempo. (AUGUSTO, 2005). A sociedade contemporânea é palco de mudanças ocorridas no campo educacional, pois a construção do saber acompanha o ritmo frenético da evolução social, onde os sistemas de informação possibilitam a aquisição de conhecimento. Assim, o docente passa a dar lugar também ao discente, que deixa de ser um simples receptor de informações e ocupa o lugar de transmissor de novos saberes. (LEMES, 2011).

Azevedo (1993) comenta sobre a existência de uma multiplicidade de sentidos, desencadeada pela tecnologia, pela mídia e que fragmenta a realidade dos jovens universitários. O papel da mídia é a aproximação e influência dos acontecimentos distante sobre eventos próximos. (GIDDENS, 1997).

Para contextualizar a realidade em que o aluno do ensino superior no Brasil está submetido, a seguir, serão apresentados dados estatísticos obtidos em levantamentos com universitários brasileiros para uma visão geral dos principais indicadores da educação superior no país.

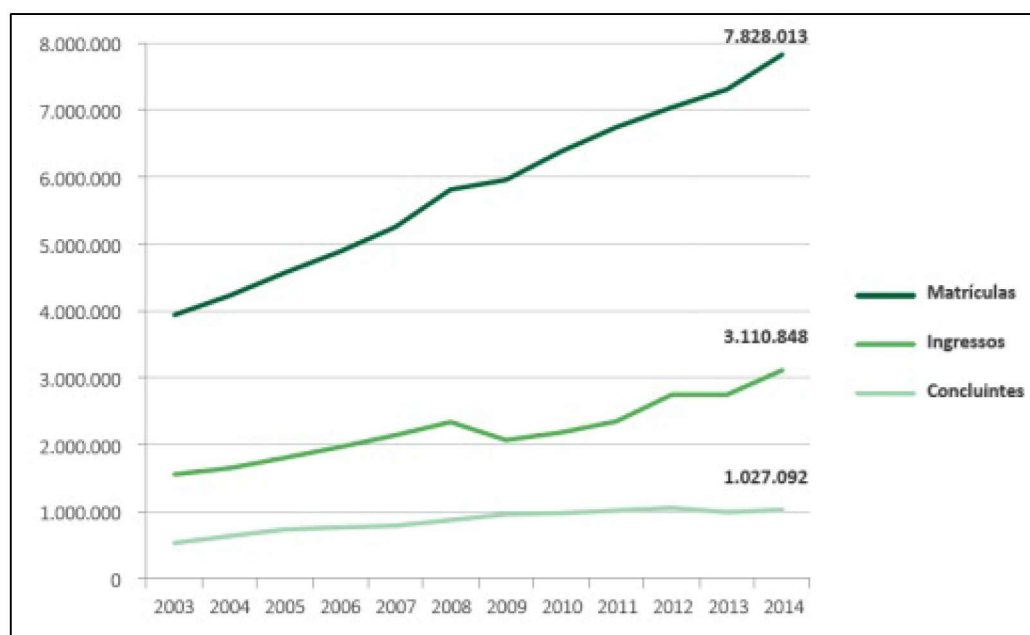
A expansão do acesso ao ensino superior no país é confirmada pelo constante progresso do número de Instituições de Ensino Superior (IES) no Brasil nos últimos anos, em decorrência da alta demanda de estudantes que ingressam no mundo acadêmico. Uma pesquisa realizada pelo Sindicato das Mantenedoras de Ensino Superior (SEMESP)²¹, destaca que em 2014 havia 1.708 Instituições Mantenedoras do Ensino Superior, sendo 1.506 privadas e 202 públicas (ainda que cada mantenedora pode possuir uma ou mais de uma Instituição de Ensino Superior). Como consequência, constata-se a heterogeneidade dos estudantes universitários em termos de idade, classe social e procedência geográfica. (MACEDO *et al.*, 2005). Almeida e Soares (2004) observam que ao mesmo tempo em que há ampliação do sistema de educação superior, verifica-se a necessidade de apoio e orientação a esses universitários facilitando sua aprendizagem, sucesso no desempenho e desenvolvimento psicossocial.

Há uma percepção unânime de que a expansão e a qualificação do ensino superior são condições estruturais para um desenvolvimento econômico e social duradouro e consistente no Brasil. No entanto, até hoje a taxa de matrícula neste nível de ensino no Brasil é uma das mais baixas entre países de nível de desenvolvimento semelhante, e o desempenho geral do sistema tem sido bastante questionável. (IPEA, 2016).

Em 2014, o Censo apurou mais de 7,8 milhões de matrículas, o que significa um aumento de 96,5% de 2003 a 2014, quando em 2003 as matrículas eram 3.936.933 (Gráfico 2).

²¹ SEMESP. Mapa do Ensino Superior no Brasil. 2016. Disponível em: <http://convergenciacom.net/pdf/mapa_ensino_superior_2016.pdf>.

GRÁFICO 2 – NÚMERO DE MATRÍCULAS, INGRESSOS E CONCLUINTES EM CURSOS DE GRADUAÇÃO NO BRASIL (2003-2014)



FONTE: DIRETORIA DE ESTATÍSTICAS EDUCACIONAIS (2014).

Na distribuição das matrículas em cursos presenciais no Ensino Superior no Brasil, a Região Sudeste segue disparada, responsável por 47% de matrículas em cursos presenciais nas redes privada e pública, seguida da Região Nordeste (21,2%) e em terceiro o Sul (15,3%). A Região Sul apresentava, então, 991 mil matriculados, 15% do total, sendo que, deste quadro, o Estado do Paraná seguia com 337 mil (38%).

O Estado do Paraná concentra 187 instituições de ensino superior, 5,8% das matrículas em cursos presenciais, sendo que a mesorregião Metropolitana de Curitiba foi responsável por mais de 144 mil matrículas (38%). Em 2014, foi registrada em todas as regiões no Brasil alta no percentual de estudantes cursando nível superior, onde no Sul foi registrado um aumento de 50,5% para 72,2% no período pesquisado.²²

Passei Direto²³ realizou em 2016 um levantamento para mapear o perfil dos universitários do Brasil. Dentre os 10.300 estudantes que

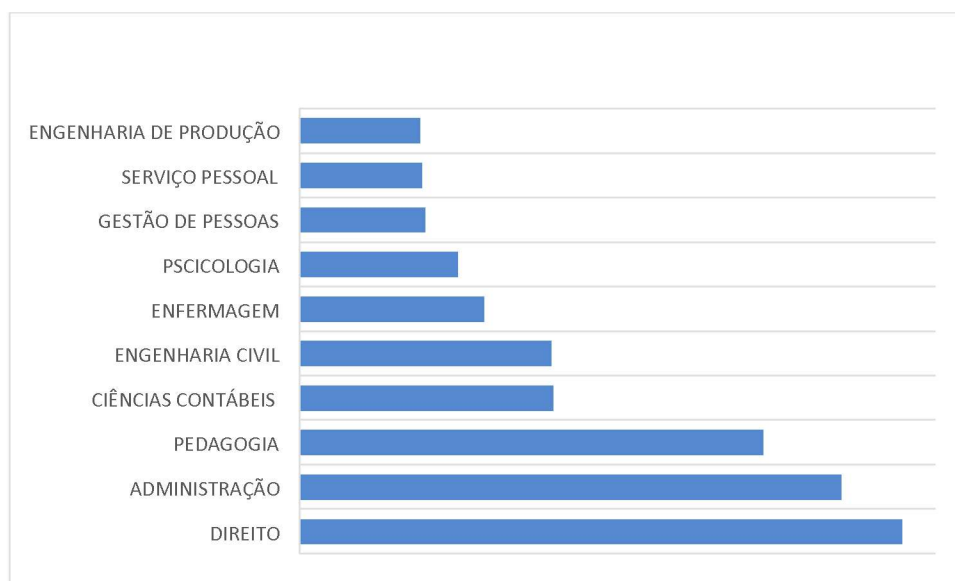
²² Portal Brasil. **Em 2014, 58,5% dos estudantes de 18 e 24 anos estavam na faculdade.** 2016. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/educacao/2015/12/numero-de-estudantes-universitarios-cresce-25-em-10-anos>>.

²³ Rede social para universitários, desde 2012 no ar, criada por estudantes da Pontifícia Universidade Católica (PUC) do Rio de Janeiro para conectar alunos de todo o país por meio

participaram da pesquisa, a maior parte era do sexo feminino (62%), brancos ou pardos (83%), sem filhos (71,73%), não possuíam nenhuma deficiência (96,26%) e tinham entre 18 e 24 anos. Do total, 64% estudaram apenas em escola pública e 82% não estraram na faculdade pelas cotas. Quase metade dos que responderam e que estudavam em universidades privadas possuíam bolsa integral ou parcial.

O ranking dos 10 cursos universitários com maior número de alunos no Brasil (Gráfico 3) foi divulgado no Censo da Educação Superior e 2015 pelo INEP (Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira). No total são 853.211 alunos matriculados (10,6% do total de alunos no ensino superior no país).

GRÁFICO 3 - OS 10 CURSOS COM MAIOR NÚMERO DE ALUNOS NO BRASIL



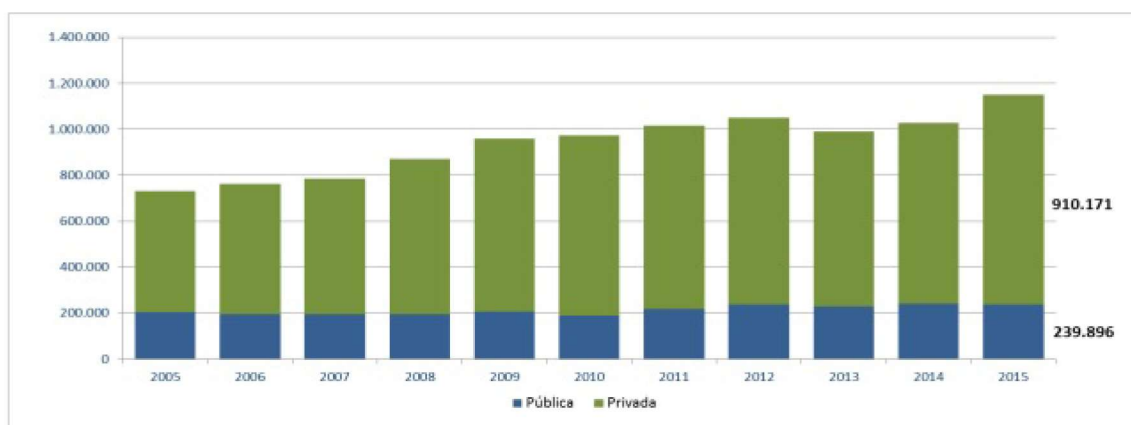
FONTE: Adaptado de INEP (2015).

Apesar do curso de Direito possuir maior número de alunos, não é o que confere o maior número de alunos concluintes. Quem ocupa essa colocação é o curso de Administração, com uma taxa de alunos concluintes de 10,9% do total.

da interação entre outros alunos e compartilhamentos de exercícios, resumos e outros trabalhos. Concentra mais de 7 milhões de usuários e está presente em todas as universidades brasileiras.

Mais de um milhão e cem mil estudantes concluíram a educação superior em 2015, Gráfico 6. Entre os anos 2014 e 2015, o maior aumento percentual do número de concluintes em cursos de graduação se deu na rede privada com 72,8%, enquanto na rede pública o crescimento foi de 17,8% no mesmo período.

GRÁFICO 4 – NÚMERO DE CONCLUINTEs EM CURSOS DE GRADUAÇÃO, POR CATEGORIA ADMINISTRATIVA NO BRASIL (2005 - 2015)



FONTE: INEP (2015).

Ainda em 2015, o número de concluintes em cursos de graduação presencial teve aumento de 9,4% em relação ao ano anterior.

O IPEA (2016, p. 99) caracteriza resumidamente as condições do sistema de ensino superior no Brasil da seguinte maneira: 1. Coexistência de instituições universitárias e não universitárias; 2. Segmento de instituições mantidas pelo poder público (federal, estadual e municipal), que oferece ensino gratuito e de um segmento de instituições mantidas pela iniciativa privada, e que se sustentam, principalmente, a partir da cobrança de mensalidades; 3. Heterogeneidade em termos de qualidade acadêmica entre os segmentos públicos e privados como também no interior desses segmentos; 4. Distribuição de matrículas desequilibrada entre os segmentos público e privado e fraca diferenciação da oferta no ensino superior como um todo; 5. Forte concentração, no MEC, das prerrogativas de formulação de políticas e dos instrumentos de supervisão, controle e avaliação sobre o sistema federal e privado; 6. Modelo de financiamento que compromete a

expansão da matrícula e a inclusão social; 7. Acesso ao ensino superior com caráter amplamente excludente, apesar das políticas de inclusão; 8. Preocupação crescente com a internacionalização do ensino superior.

2.5 CULTURA, LAZER E OS JOVENS UNIVERSITÁRIOS

A juventude é a fase da descoberta e da formação do indivíduo, levando-o muitas vezes ao questionamento sobre o curso com o qual melhor se identifica; desenvolvimento de sua identidade cultural (estilos musicais de preferência, gêneros de filme que mais se interessa, livros que gosta, entre outros); conhecimento de novos lugares e pessoas diferentes. Todo tipo de ambiente (universidade, local de trabalho, casa, praças, ruas, mercados, etc) oferece condições para que o indivíduo se descubra como pessoa parte da sociedade. Isto posto, entende-se que o momento em que o jovem desprende-se da ideia de que está fazendo uma atividade por obrigação, por fazer parte da sua rotina, consegue buscar novas opções de como aproveitar o tempo livre, de acordo com sua vontade, agregando em seu desenvolvimento pessoal e social.

Abramo (2001) discorre sobre a importância da cultura e do lazer como parte da definição de juventude. Formiga (2009, p. 26 e 27) defende que todo jovem quer ter seu lazer ou “matar o tempo”, oportunidade para a produção de identidade em grupo capaz de construir a realidade em que vivem, passando a valorizar os momentos de diversão e desfrutando de autonomias distintas da sua família e escola, agindo, assim, na formação de valores e inibição de comportamentos que visem à quebra das normas sociais.

A conexão entre cultura e diversão na vida dos jovens é o meio de expressão, invenção, intervenção e participação do mesmo no universo simbólico da sociedade, ou seja, é o caráter social desse grupo, parte integrante de uma construção social. Brenner; Dayrell e Carrano (2005) ressalva que principalmente nos tempos livres e nos lazeres que os jovens constroem suas próprias normas e expressões culturais, ritos, simbologia, e

modos de ser que os diferenciam do “mundo adulto”. Estas interações sociais permitem a formação de suas experiências como jovens. Entretanto, na maioria das vezes, os estudantes universitários trabalham durante o dia e estudam à noite, restando apenas os finais de semana para o estudo e o descanso. (LARGURA, 2000). Os estudantes que trabalham nem sempre conseguem coincidir o período de férias do trabalho com as da universidade, acarretando mais problema em relação ao tempo destinado ao lazer. Sem opção de mudança da rotina diária, a falta de lazer pode causar consequências desastrosas no prazer de viver. (MARCELLINO, 1996).

Os diferentes meios de socialização que condicionam a realidade dos jovens determinam uma sociabilidade própria, constituindo expressões de culturas juvenis singulares. (AMARAL, 2011, p. 4). “A dinâmica sociocultural da vida juvenil expressa, em grande medida, a realidade efetiva dos aspectos que organizam a vida dos jovens nas culturas vividas no lazer e no tempo livre”. (BRENNER; DAYRELL; CARRANO, 2005, p. 181).

Amaral (2011) categoriza as culturas juvenis a partir das relações com a cultura hegemônica em três esferas: 1. Relação com a cultura hegemônica, que reflete a distribuição do poder cultural em uma sociedade mais ampla, disseminada por instâncias sociais (escola, exército, órgãos de controle social, entre outros), meios onde os jovens são condicionados por relações de integração; 2. Relação com a cultura parental, diz respeito às normas de conduta e valores vigentes no meio social dos jovens. Não se restringe apenas à relação entre pais e filhos, e sim a um conjunto mais amplo de relações cotidianas: família, amigos, etc; 3. Relação com a cultura geracional, relacionada às experiências dos jovens junto aos espaços institucionais estabelecidos (escola, trabalho, meios de comunicação), espaços parentais (família) e sobre todos os espaços de lazer (ruas, baladas, restaurantes, parques).

A diversidade ligada às expressões culturais juvenis englobam dois fatores: 1. Os jovens estão definindo duas identidades com base na afirmação cultural por suas práticas, representações, símbolos, rituais. São denominadas expressões simbólicas: acessórios (MP3, por exemplo), marcar corporais (tatuagens e piercings); 2. Os grupos culturais juvenis

estão ampliando as relações sociais dos próprios jovens, redes de trocas, em consequência de compartilharem essas vivências com os seus pares. “Os jovens são, no processo de complexificação das sociedades contemporâneas, reconhecidos como potenciais consumidores de estilos, marcas, ideologias.” (MEINERZ, 2011, p. 37). Essas imagens culturais marcadas por significações e manifestações que os jovens produzem ou apropriam acontecem pela busca da construção de um estilo que traduza sua própria identidade.

Como forma de garantir a inclusão social dessa parcela da população, algumas políticas públicas e programas para jovens são amparadas legalmente. Prevista em Lei (12.852/2013)²⁴, a sanção do Estatuto faz com que os direitos previstos em lei, como educação, trabalho, saúde e cultura atendam às necessidades específicas dos jovens, respeitando suas trajetórias e diversidades, ao passo que assegura novos direitos, como à livre orientação sexual e à sustentabilidade. As práticas culturais surgem como oportunidade de expressão, afirmação de identidades.

[...] é preciso considerar o lazer como tempo sociológico no qual a liberdade de escolha é elemento preponderante e que se constitui, na fase da juventude, como campo potencial de construção de identidade, descoberta de potencialidade humanas e exercício de inserção efetiva nas relações sociais. Assim considerando, o lazer pode ser espaço de aprendizagem das relações sociais em contexto de liberdade de experimentação. A ocupação do tempo livre pelos jovens pressupõe a satisfação de necessidades materiais objetivas e a existência de tempo liberado das obrigações cotidianas e de conteúdos culturais que organizem e deem sentido à experiência desse tempo. (BRENNER et al., 2011, p. 176).

Buzacarini e Corrêa (2015, p. 20 a 23) classificam os interesses do lazer, com foco nos jovens universitários, com base em um estudo sobre conteúdos culturais de lazer trazidos por estudiosos da área como Dumazedier (1980) e Schwartz (2003), abaixo:

²⁴ BRASIL. Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE. **Diário Oficial da União**, Atos do Poder Legislativo, Brasília, DF, 5 ago. 2013. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm>.

- interesses artísticos: a arte em diferentes formas de apresentação em espaços culturais pelas diversas linguagens artísticas: museus, bibliotecas, cinemas, teatros, etc; Cultura popular: nas ruas, nas tradições;
- interesses intelectuais: diretamente relacionado ao ato de raciocinar, com ênfase central na busca de prazer pela atividade de raciocínio. Exemplos: Jogos de tabuleiro ou intelectuais, palestras, cursos, seminários, leitura, contudo não podem ser procurados pelas necessidades do mundo profissional e educacional;
- interesses físicos/esportivos: prática de atividades físicas, principalmente os esportes, que tem como premissa a busca da movimentação do corpo ou assistir a estas atividades, nas suas mais diversas possibilidades da cultura corporal de movimento, das mais variadas intensidades e formas pela busca do bem-estar e prazer;
- interesses manuais: motivação pela capacidade de manipulação ou transporte de objetos: jardinagem, carpintaria, marcenaria, artesanato, corte e costura, culinária, cuidado com os animais. Esses interesses manuais devem ser desencadeados pelo prazer proporcionado na atividade e não ter nenhuma ligação profissional;
- interesses sociais: relacionamento social, quando o motivador é a promoção de atividades relacionadas aos encontros entre pessoas. Exemplos: Festas, programas noturnos, encontros em bares e restaurantes, baladas, cafés, entre outros. Estas atividades são proporcionadas pelo interesse comum do grupo para desenvolver a sociabilidade;
- interesses turísticos: a procura de conhecer novos lugares, a “quebra” da rotina. Viagens de todos os tipos, roteiros, passeios, hotéis, resorts, pousadas, hostels, entre outros, que se relacionam com a mudança de localidade em função da busca pelo prazer;

- interesses virtuais: abrange toda a área de informática, principalmente a Internet, incluindo todas as possibilidades que a cercam.

Os autores ainda enfatizam sobre a inter-relação entre as atividades descritas em cada um dos interesses citados anteriormente, onde em uma mesma atividade pode haver mais de um interesse. Nesta linha de pensamento, as atividades de lazer são aquelas realizadas no tempo livre depois de serem cumpridas as obrigações e podem ser vivenciadas e classificadas de acordo com os interesses pessoais desses indivíduos.

Melo e Alves Junior (2003), destacam os indicadores que definem as atividades de lazer:

- as atividades de lazer são culturais, em seu sentido mais amplo, englobando os diversos interesses humanos, suas diversas linguagens e manifestações;
- as atividades de lazer podem ser efetuadas no tempo livre das obrigações, profissionais, domésticas ou religiosas, e das necessidades físicas;
- as atividades de lazer são buscadas tendo em vista o prazer que possibilitam, embora nem sempre isso ocorra; mesmo o prazer não deve ser compreendido como exclusividade de tais atividades.

Dados quantitativos sobre os jovens brasileiros são apresentados no livro “Retratos da Juventude Brasileira”, 2005, dos autores Helena Wendel Abramo e Pedro Paulo Martoni Branco²⁵, provenientes da pesquisa nacional “Perfil da Juventude Brasileira”, desenvolvida pela parceria entre o Instituto Cidadania, o Sebrae e o Instituto de Hospitalidade. A pesquisa foi realizada entre novembro e dezembro de 2003, por questionários aplicados a 3.501 jovens de 15 a 24 anos de idade, em suas residências, distribuídas por 198 municípios de 25 estados brasileiros.

²⁵ ABRAMO, H. W.; BRANCO, P. P. M. **Retratos da juventude brasileira**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.

Quando são questionados sobre a ocupação que exercem nos fins de semana, 78% deles apontam realizar atividades ligadas à diversão, a maior parte (45%) estão relacionadas a lazer e entretenimento. A incidência não é só pela realização dessas atividades, mas são as de maior preferência pela maioria quando perguntados sobre o que mais gostam de fazer no tempo livre (78%).

Stoppa e Delgado (2006), defendem que a juventude é uma fase de transitoriedade para a vida adulta, porém não existe uma delimitação de idade, mas fatores sociais e culturais que permeiam as vivências dos jovens. Já a fase adulta compreende a saída da juventude até o início da velhice. É na fase adulta que geralmente as responsabilidades aumentam, e a esfera do ambiente de trabalho passa a ser o principal campo de atuação das pessoas, período da vida em que o tempo dedicado ao lazer é limitado.

Foi elaborado um levantamento das atividades de lazer desenvolvidas por universitários e do grau de satisfação e autonomia para realizá-las. 273 estudantes universitários de oito estados brasileiros participaram deste estudo, sendo a maioria mulheres, 72,2%, de universidades particulares, 74,7%, de cursos variados. A idade variou de 18 a 52 anos, os participantes foram divididos em dois grupos etários, considerando os mais novos, com idade mais típica para cursos universitários (entre 17 e 23 anos) e os mais velhos (entre 24 e 52 anos).

Aproveitaram-se os dados de 273 universitários, do total de 294 participantes, pois 21 entrevistados não preencheram o questionário adequadamente. A maioria dos universitários trabalhava (60,8%) ou fazia estágio na sua área de estudo (33,7%). Do total, 76,6% eram solteiros, 83,2% não tinham filhos, 51,3% percebiam sua classe econômica como média. Quanto à carga horária média semanal de trabalho e lazer, obtiveram-se os seguintes resultados: 36,5 horas (DP =13,4) destinadas ao trabalho e 13 horas (DP = 12,6) ao lazer. Sobre as atividades de lazer, foram informadas e categorizadas 961 respostas. A frequência dessas atividades é apresentada na Tabela 2.

TABELA 2 – CATEGORIZAÇÃO E FREQUÊNCIA DAS ATIVIDADES DE LAZER DOS JOVENS UNIVERSITÁRIOS

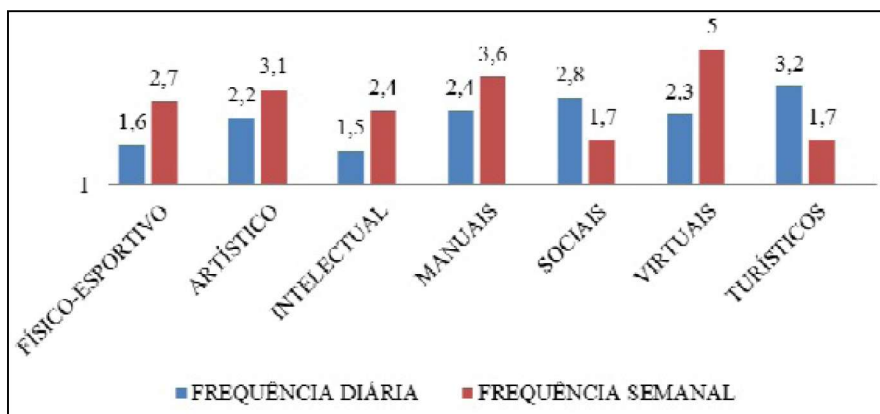
Categoria	Descrição	Frequência	Porcentagem (%)
Consumo de produções artísticas	Ver filmes ou seriados em casa, ir ao cinema, frequentar teatro, concerto, exposições, ouvir música etc.	164	17,1
Interações sociais	Participar de atividades com o objetivo de contato social. Participar de reuniões familiares ou com amigos, namorados, etc. Usar a internet para função social (Skype, Facebook, etc). Conversar pessoalmente com amigos e familiares.	136	14,2
Atividades de leitura e compreensão	Ler, produzir ideias, discutir sobre temas e aprender algo novo - língua estrangeira, por exemplo.	110	11,4
Atividades físicas	Praticar atividades físicas e esportes.	89	9,3
Passeios	Passear, ir a parques, <i>shoppings</i> , praia ou local com paisagem natural.	84	8,7
Usar o computador e/ou internet	Navegar na internet ou usar o computador para se divertir.	69	7,2
Relação amorosa e/ou sexual	Namorar ou ter relações sexuais.	39	4,1
Ir a bares ou restaurantes	Frequentar bare e/ou restaurantes.	38	4
Dormir ou descansar	Fazer atividades para descansar e/ou relaxar.	32	3,3
Ir a festas	Frequentar festas.	29	3
Sair para comer	Sair para comer.	28	2,9
Jogos e/ou brincadeiras	Fazer algo lúdico sozinho ou na companhia de crianças. Jogar <i>videogame</i> , jogos de tabuleiro ou de cartas.	25	2,6
Lazer com animais	Levar animais para passear ou brincar com eles.	23	2,4
Outros (sair para comer em uma festa, por exemplo).	Várias atividades distintas, com frequência igual a cinco ou menor.	21	2,2
Produção de bens artísticos	Tocar instrumento musical, atuar ou dirigir peças de teatro, fazer artesanato, escrever contos, etc.	18	1,9
Viajar	Viajar.	11	1,1
Consumir bebidas alcoólicas	Consumir bebidas alcoólicas.	10	1,0
Ficar em casa	Aproveitar o tempo fazendo atividades em casa.	10	1,0
Cozinhar	Preparar refeições.	8	0,8

FONTE: Adaptado de NUNES *et al.* (2014).

Buzacarini e Corrêa, realizaram uma pesquisa em 2015 pela aplicação de questionário para verificar as atividades de lazer praticadas e vivenciadas pelos universitários de uma Instituição de Ensino Superior (IES) localizada na cidade de Barra Bonita, São Paulo, dos cursos de Educação Física e Administração, levando-se em consideração os conteúdos culturais e de lazer. Foram analisados 134 questionários, preenchidos corretamente pelos estudantes devidamente matriculados, sendo 92 indivíduos do sexo masculino (69%) e 42 do sexo feminino (31%). Cada curso teve 50% de participação do total. O perfil da amostra indica que a idade média dos universitários era de 25 anos, variando de 17 a 36 anos, 80% eram solteiros, 11% casados e 9% indicaram “outros”. A média de horas semanais de trabalho era de 36 horas, com variação de 12 a 60 horas. Não sendo considerado 4 horas de estudo na IES, período que se torna obrigatório, não sendo considerado como tempo destinado ao lazer. 22% afirmaram que não trabalham. Deste modo, levando-se em consideração a carga horária destinada às atividades consideradas obrigatórias, estes universitários possuíam pouco tempo disponível para o lazer.

Os resultados do estudo podem ser visualizados no Gráfico 8, sendo os resultados demonstrados em duas colunas, a linha na cor azul refere-se à frequência diária expressa em horas e a vermelha é a frequência semanal expressa em dias.

GRÁFICO 5 – INTERESSES CULTURAIS DE LAZER DOS JOVENS UNIVERSITÁRIOS



FONTE: BUZACARINI; CORRÊA, 2015.

As horas destinadas ao lazer pelas diversas opções indicadas pelos respondentes, chegou a uma média de 2 horas e 15 minutos diárias com 2,8 dias por semana. Constatou-se que todos os estudantes universitários realizam algum tipo de atividade de lazer, entre os diferentes interesses culturais, com vistas ao tempo, atitude e o espaço.

Ao *comparar* os resultados das duas pesquisas, percebe-se incidência nas atividades de cunho social (interação física ou virtual), intelectual e artística. Os dados apontam que o tempo livre e lazer dos universitários possuem uma tendência moderna, onde a Internet é cada vez mais utilizada; e estão associados ao tempo de descanso, de uma forma secundária. O lazer nem sempre é aproveitado em função da carga de atividades acadêmicas dos cursos superiores, mas são considerados importantes e são procurados pelos estudantes.

2.6 GESTÃO DE CONTEÚDO

De acordo com Parreiras e Bax (2003, p. 3) a Gestão de Conteúdo é composta por tecnologia e processos organizacionais. Surgiu com a transição da *Web* 1.0 para a versão 2.0. No primeiro momento, os conteúdos eram estáticos, com a atualização possibilitou-se o consumo, a criação e o compartilhamento de informação (RIBEIRO; SILVA, 2015, p. 2). Para tanto, Ribeiro e Silva (2015, p. 2) afirmam que, surgiram soluções para gerir as informações dos *websites*, facilitando a recuperação do conteúdo pelo usuário a partir da interação mínima com o sistema. Ou seja, a Gestão de Conteúdo “evoluiu a partir de ferramentas criadas para facilitar o oneroso trabalho de editar e gerenciar as páginas de um site na Internet.” (RODRIGUES *et al.*, 2009, p. 3).

Essas ferramentas são conhecidas como Content Management System (CMS) ou Sistemas de Gerenciamento de Conteúdo (SGC). “Um CMS é uma aplicação *web* que permite a criação de páginas para a *web* bem como seu gerenciamento”. (RODRIGUES *et al.*, 2009, p. 4). Alarcón e

Gómez (2010, p. 72) elencam as principais funções de um CMS: Facilitar a criação de conteúdos; A apresentação do conteúdo; Recuperação eficaz da informação; A avaliação e retroalimentação do site. Dentre essas funcionalidades, Rodrigues et al. (2009, p. 4) lista as capacidades que caracterizam um CMS, são elas:

- definição e alteração do layout por meio de modelos (*templates*);
- organização do conteúdo de forma hierárquica;
- definição de estruturas de menus;
- definição de papéis de usuários relacionados com o fluxo de publicação (leitor, autor, revisor, editor, administrador);
- adição de ferramentas de terceiros (fóruns, chats, repositórios de imagens, repositórios de arquivos);
- controle de fluxo de trabalho (*workflow*).

Rodrigues et al. (2009, p.4) concluem que há duas tarefas básicas em um CMS: 1. A definição geral de como o conteúdo será visualizado – criar ou utilizar determinado layout, definir menus, seções e formatos de apresentações visuais; 2. A publicação de conteúdo – tornar disponível o conteúdo.

O Guia de Administração de Sítios, obra disponibilizada pelo Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão; e Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação (2012)²⁶, do Governo Federal, explica que pelos CMSs “automatizarem o processo de gestão e publicação, permitem que usuários não-técnicos possam criar conteúdos com maior facilidade”. A utilização do CMS está em conformidade com as diretrizes do governo eletrônico, visto que alguns dos sistemas CMS são de código aberto e possui comunidades atuantes, estando alinhados com a opção do Governo Federal pelo software livre.

²⁶ Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação. **Padrões Web em Governo Eletrônico**: guia de administração de sítios. 2012. Disponível em: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:gt5binVLjcYJ:https://www.gov.br/vemoeletronico.gov.br/eixos-de-atuacao/documentos-e-arquivos/e-pwg-administracao.pdf/at_download/file+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>.

O guia também apresenta as vantagens do uso de CMS no desenvolvimento, gerenciamento e manutenção de um sítio em comparação com a criação manual de páginas:

- Facilidade no gerenciamento de permissões: Um bom gerenciador de conteúdo permite a criação de perfis diferenciados de usuários de acordo com suas necessidades e responsabilidades. Alguns usuários podem ser responsáveis apenas pela publicação de notícias, outros podem administrar seções completas de um sítio, etc;
- Publicação descentralizada: A interface de administração de um SGC pode ser acessada em qualquer navegador ou computador, o que permite que a alimentação do conteúdo seja realizada em qualquer lugar, por qualquer pessoa (desde que autorizada);
- Facilidade e confiabilidade na inserção de conteúdo: Toda informação incluída e criada pelo SGC possui datas de publicação e modificação, assim como o autor. O conteúdo, assim que aprovado, pode ser publicado na mesma hora. Conteúdos também podem ter data e hora de início e fim de publicação;
- Manutenção da árvore de navegação: A maior parte dos gerenciadores de conteúdo é capaz de criar estruturas lógicas que podem ser utilizadas como menus e são atualizadas automaticamente pelo gerenciador. Esse mesmo sistema permite que se mantenha a coerência com projeto inicial de arquitetura da informação;
- Ferramentas e extensões: Muitos gerenciadores de conteúdo já vêm com ferramentas como sistemas de busca e de criação de URLs²⁷ amigáveis. Também é comum existirem extensões que podem ser adicionadas para atender necessidades específicas como a criação de fóruns;
- Consistência visual: A aparência de um sítio criado com um SGC é customizável, por meio da utilização de modelos. A manutenção da consistência visual é facilitada e redesenhos podem ser realizados em menos tempo, com menor custo e sem perdas da informação já existente;
- Conformidade com os padrões *web* de acessibilidade: Os gerenciadores costumam vir com 'modelos de fábrica' de acordo com os padrões da W3C e, em alguns casos, de acordo com as regras de acessibilidade internacionais (WAI);
- Diminuição dos custos de manutenção: A soma dos fatores acima incorre em diminuição dos custos de manutenção. Outro ponto é que boa parte das funções, antes manuais, é feita por um sistema de forma automatizada. (Guia de Administração de Sítios OU GOVERNO FEDERAL, p. 7).

Para Chagas, Carvalho e Silva (2008, p. 2), é importante "que o sucesso ou o fracasso da Gestão de Conteúdo em uma organização não

²⁷ Formas padronizadas de representação de diferentes documentos, mídia e serviços de rede na internet, capaz de fornecer a cada documento um endereço único.

está relacionado com a tecnologia adotada e sim com as pessoas e o processo utilizado na gestão de conteúdos”.

Tarefas antes realizadas manualmente, agora passam a ser controladas por ferramentas informatizadas. A partir desse cenário, surgem os projetos de *Enterprise Content Management* (ECM), ou Gerenciamento Eletrônico de Documentos (GED), para auxiliar o gerenciamento de conteúdo, reconhecido no mundo corporativo, capaz de controlar todo o ciclo de vida de um conteúdo empresarial. (SILVA e LIMA, 2012).

O ciclo de vida de um conteúdo é definido por Silva e Lima (2012), onde o processo se inicia pela criação do conteúdo (em meio eletrônico ou físico), seguida da captura deste para então ser tratado pelo sistema. Posteriormente o conteúdo é armazenado no repositório e criada a primeira versão do documento. Depois deste processo, cada vez que o conteúdo for alterado é criada uma nova versão do mesmo, para assim ser realizada uma indexação afim de facilitar a recuperação deste conteúdo, conforme é exibido na Figura 3:

FIGURA 3 – CICLO DE VIDA DE UM CONTEÚDO



FONTE: SILVA E LIMA (2012)

A definição do fluxo, por exemplo, é realizada na etapa do gerenciamento deste conteúdo. Concluída essa fase, é realizado um filtro

neste conteúdo onde se define quem poderá acessá-lo e em quais condições, para que seja distribuído com segurança. O conteúdo é publicado, possibilitando aos usuários a realização de pesquisas, visualização e recuperação destes documentos. Quando não houver mais necessidade do conteúdo estar disponível, é realizada, para fins legais, a retenção do conteúdo, sendo classificado como retido, e por fim excluído ao fim do ciclo. (SILVA E LIMA, 2012).

McNabb (2007) define cinco pontos que os gestores da informação esperam de suas aplicações ECM:

1. um único fornecedor possa prover todas as funcionalidades ECM. A solução precisa ser ampla, por exemplo, envolvendo a Gestão de Conteúdo na *web*, documentos e recursos multimídia.
2. uma plataforma ECM que a equipe de TI da própria empresa tenha domínio. O desenvolvimento da aplicação deve refletir a arquitetura corporativa da empresa e ser compatível com as ferramentas de desenvolvimento usadas na empresa.
3. baixo custo para tornar a gestão de informações disponível a todos na organização. O uso por parte dos usuários deve suceder a implantação. Ao serem disponibilizadas, as ferramentas devem ser amplamente usadas sem grandes barreiras.
4. um único ponto de partida e chegada ao tratar de novas questões relacionadas às informações. O sistema deve ser robusto em suas funcionalidades de modo a integrar novas bases de dados e gerenciar todo o ciclo de vida das informações.
5. uma forma de colocar a informação no contexto das pessoas. É preciso conhecer como a informação é utilizada pelos gestores e usuários da aplicação. Assim os diferentes atores interagem por seus respectivos canais.

Gurgel (2007, p. 46) considera que, a *web* foi importante no desenvolvimento do ECM, pois possibilitou a colaboração de informações, facilitando o trabalho cooperativo; atrelado a isso a combinação com

informações de diferentes estruturas torna a aplicação cada vez mais poderosa.

Entretanto, Terra (2003, p. 2) cita desafios relacionados ao gerenciamento estratégico de informação presente no ambiente corporativo, mas que equivalem a qualquer espaço virtual que trabalhe com a Gestão de Conteúdo, são eles:

- presença de sistemas não integrados e formatos de arquivos proprietários e incompatíveis;
- dificuldade de acesso ágil à informação atualizada; e, ao mesmo tempo, sobrecarga de informação;
- redundância e duplicação de informações através das redes;
- informações e documentos publicados de modo desorganizado, sem controle de fluxo de aprovação;
- diversidade de caminhos, métodos e técnicas diferentes para buscar e acessar a informação;
- dificuldade de definição ou ausência de políticas de segurança.

Parreiras e Bax (2003) salientam a importância da segurança da informação quando se trata de propriedade e autoria dos conteúdos. A preocupação com a segurança da informação busca garantir o suporte informacional e o valor do conteúdo, do mesmo modo para o acesso, os tipos de pesquisa e recuperação dos documentos.

O Guia de Administração de Sítios, Governo Federal (2012)²⁸ comenta segurança como a necessidade de acompanhar as comunidades, principalmente acerca dos avisos de falha de segurança, assim como com a instalação e personalização de temas e plugins.

Santos (2010) destaca os CMS mais populares: Nucleus, WordPress, Drupal, Joomla!, Plone, PHP Nuke, Post Nuke, phpWebSite,

²⁸ Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação. **Padrões Web em Governo Eletrônico**: guia de administração de sítios. 2012. Disponível em: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:gt5binVLjYJ:https://www.gov.br/oeletronico.gov.br/eixos-de-atuacao/documentos-e-arquivos/e-pwg-administracao.pdf/at_download/file+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>.

Xoops e o Moodle. Estas ferramentas podem ser estendidas na medida da necessidade de cada organização, por se tratar de códigos abertos.

2.6.1 Recuperação da Informação

O termo “*Information Retrieval*” (Recuperação de Informação) foi criado por Calvin Mooers em 1951. O autor determina que “Recuperação de Informação trata dos aspectos intelectuais da descrição da informação e sua especificação para busca, e também de qualquer sistema, técnicas ou máquinas que são empregadas para realizar esta operação”. (MOOERS, 1951).

Para Alarcón e Gómez (2010, p. 76), a recuperação da informação é definitivamente o objetivo primordial dos CMSs. Porém, o seu sucesso converge várias disciplinas, principalmente Informática e Documentação. Para saber todas as relações em torno da Recuperação da Informação é essencial conhecer seu processo, que consiste em três etapas importantes: 1. Indexação; 2. Armazenamento; 3. Recuperação. Com o surgimento da informática, essas três atividades tornaram-se muito mais simples e eficientes. (TEIXEIRA; SCHIEL, 1997). Wensing (2010, p. 69) afirma que a popularização dos computadores aumentou a capacidade computacional dos mesmos, tornando viável a execução de algoritmos complexos de recuperação em base de dados.

A recuperação da informação era considerada como um recurso estratégico para Vários governos e empresas, mas foi com a expansão do uso dos computadores e o acesso à Internet, bem como um crescimento muito grande dos estoques de informação no formato digital, é que aumentaram os problemas de recuperação de informação. (WENSING, 2010, p. 67).

Com a chegada da *web*, comportamentos informacionais estão passando por mudanças, inclusive a recuperação da informação, que têm sido apoiada pelas tecnologias da informação e comunicação. (BARRY, 1997).

[...] a busca, identificação, avaliação e recuperação de recursos informacionais (sobretudo em ambientes digitais) apresentam-se como um processo semiótico²⁹, no qual a representação (tanto temática quanto descritiva) “substitui” os recursos informacionais, servindo como um dispositivo inferencial aos usuários (agentes cognitivos) no que diz respeito a sua relevância. (GARCIA, 2007, p. 13).

Dois problemas básicos no processo de recuperação da informação são mencionados por Guimarães (1990, p. 119): (1) Ruídos: documentos fornecidos ao usuário e que não correspondem à solicitação realizada, seja por erro no procedimento de busca ou pelo diferente grau de especificidade entre a questão e o tratamento temático dos documentos. (2) Silêncio: Documentos pertinentes que existem na memória documental e que deveriam responder a uma pergunta, mas não foram selecionados no momento da interrogação devido a característica não concordantes entre a formulação da pergunta e a análise do documento.

A eficiência de um Sistema de Recuperação de Informação (SRI) é determinada por quais documentos satisfazem total ou parcialmente a uma determinada necessidade de informação do usuário, e isso depende da forma como são representados. (LOPES; FERNEDA, 2015, p.6).

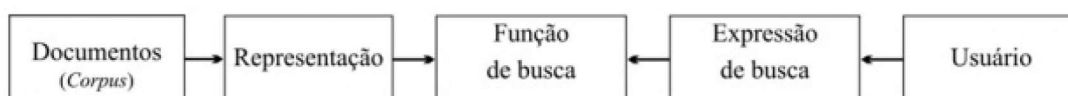
Para Lopes e Ferneda (2015, p. 6), o usuário de um sistema de recuperação de informação manifesta sua necessidade informacional por meio de uma expressão de busca, composta por um conjunto de termos que representam linguisticamente esta necessidade. Desta forma, os sistemas de recuperação de informação surgem afim de facilitar o acesso a documentos relevantes à necessidade de informação do usuário. A recuperação da informação trata dos aspectos intelectuais da descrição da informação e sua especificação para busca, assim como de qualquer

²⁹ Da semiótica (ciência geral dos signos) de Charles Sanders Peirce (1931-1958) que se ocupa do estudo da gênese dos signos e do seu papel na construção do conhecimento (GOMES, 2005).

sistema, técnicas ou máquinas empregadas para realizar esta operação. (MOOERS, 1951).

O modelo do processo de recuperação da informação de Fernalda (2003) define as etapas em que os documentos são apresentados ao usuário pela representação e o usuário expressa a sua necessidade de informação pela busca, Figura 4.

FIGURA 4 - REPRESENTAÇÃO DO PROCESSO DE RECUPERAÇÃO DE INFORMAÇÃO



FONTE: FERNEDA (2003).

Correa e Vieira (2013) comentam da importância dos SRIs possuírem uma interface gráfica que permita uma interação efetiva do usuário com representações gráficas das informações disponibilizadas pelo sistema: facilitando a busca, navegação, localização e recuperação da informação; viabilizando a possibilidade de compreensão de como está organizada a informação no sistema; oferecendo uma visão geral do que está sendo tratado; e contextualizando o resultado da busca, satisfazendo a necessidade informacional do usuário.

As ferramentas de busca estão diretamente ligadas aos SRIs, funcionando como resposta ao usuário. O usuário realiza a pesquisa por meio de alguma expressão (palavra ou frase) no campo de busca, os buscadores procuram a ocorrência da linguagem de busca nas informações armazenadas em seus banco de dados; e os resultados são apresentados em links de hipertextos; ou seja, o próprio site, que está fora do banco de dados do buscador, é trazido para o computador do usuário. (BRANSKI, 2004).

As páginas que os mecanismos de busca oferecem como resposta não são armazenadas no servidor. Elas simplesmente desaparecem após a consulta. Estas páginas são transitórias porque é mais barato e fácil reconstruí-las novamente do que armazená-las com

todas as possíveis opções existentes de consulta. (BRANSKI, 2004, p. 72).

Branski (2004, p. 72) estipula alguns indicadores que demonstram a eficiência de um buscador: capacidade em apresentar logos nas primeiras linhas, informações que atendam às necessidades dos usuários, banco de dados amplo e com informações de qualidade, entender o que o usuário quer e recuperar as informações adequadas.

A recuperação da informação é um processo mecânico constituído pelos SRIs, pelo usuário com o seu desejo de informação em conformidade com o seu objeto de pesquisa, que muitas vezes não possui condições ou possibilidades de ser manifestado corretamente e, como peça central, pelo profissional da informação que na tentativa de compreender e traduzir a necessidade informacional do usuário, trabalha por uma “gestão da informação” mais eficiente. (ALMEIDA et al., 2007, p. 20). Portanto, as necessidades de informação dos usuários só poderão ser satisfeitas quando os SRIs proverem linguagens em que se fundamente a representação da informação processada, que levem em conta as características cognitivas e sociais do universo do público alvo. (MILANÉS; VELÁSQUEZ, 2006).

2.6.2 Fontes de Informação

As fontes de informação são ferramentas que auxiliam a recuperação da informação nos canais de informação. “Uma fonte de informação é qualquer recurso que responda a uma demanda de informação por parte dos usuários, incluindo produtos e serviços de informação, pessoas ou rede de pessoas, programas de computador, etc.”. (BIREME, 2001, p. 7).

Pinheiro (2006, p.2) classifica as fontes e os recursos de informação, segundo o seu conteúdo e propósitos, em: primários, secundários e terciários.

primários: “Literatura primária”, que apresentam exatamente a forma com que são produzidos por seus autores. São como

“material original” e “não filtrado por interpretações”. Exemplos: Periódicos científicos, anais de conferência, monografias e relatórios técnicos;

- secundárias: interpretações e avaliações de fontes primárias. Exemplos: bibliografias, diretórios, almanaques etc;
- terciárias: destilação e coleção de fontes primárias e secundárias.

As fontes ou recursos de informação eletrônicos abrangem todas as fontes (primárias, secundárias e terciárias), disponíveis na *web* ou que foram elaboradas especificamente para o meio eletrônico.

A Internet é considerada uma fonte Valiosa de informação que subsidia – com seus recursos – desde pesquisas de alta tecnologia até estudantes do ensino fundamental. Os recursos possibilitam a interação com diversas formas de produção, sejam elas constituídas por textos, imagens, sons, fotos, Vídeos, músicas, animação, multimídia, etc., que alcançam o usuário e o envolvem num espaço informacional com fins múltiplos: trabalhar, estudar, pesquisar, divertir-se, etc. (TOMAÉL; ALCARÁ; SILVA, 2008, p. 7).

Brum e Barbosa (2009, p. 60) dividem as fontes de informação na Internet em: listas de discussão, correio eletrônico (e-mail), informativos via correio eletrônico (e-mail), salas de bate-papo virtual (chat), mensageiros instantâneos, sites de busca ou ferramentas de busca, intranets, extranets, e os sites disponíveis na *web*.

Rodrigues e Blattmann (2014) fizeram um levantamento das principais contribuições conceituais sobre fontes de informações encontradas na literatura, Quadro 4.

QUADRO 4 – SUMARIZAÇÃO CONCEITUAL DE FONTES DE INFORMAÇÃO

Referências	Questões Principais
Davenport (2000)	As fontes de um sistema informacional devem ser tão variadas e complexas quanto o ambiente que esse sistema busca representar.
Sughara e Jannuzzi (2005)	As fontes de informação para inovação tecnológica foram classificadas em internas e externas. As fontes de informação internas são informações oriundas dos departamentos de pesquisa e desenvolvimento e informações de outras áreas internas. As fontes externas estão divididas em: fontes ligadas às atividades de mercado, fontes de caráter profissional e fontes especializadas e institucionais.
Pereira e Barbosa (2007)	Categorizam as fontes de informação, conforme a origem, em relação ao relacionamento/proximidade e com relação à mídia.
Alvarenga Neto (2008)	Diante da complexidade e multiplicidade de fontes de informação, tanto interna, quanto externa, uma possível alternativa seria o mapeamento das fontes de informação corporativa.
Wensing (2010)	Fontes de informação passaram a ser sinônimo de recursos informacionais disponíveis no formato digital. Evolução das fontes de informação: pedra, papiro, papel, fotografias e microfilme, fitas magnéticas, fitas K7, discos flexíveis, fitas VHS, disquetes, discos rígidos (HD), Compact Disc (CD's), videolaser, DVD's e pen-drives.
Barreto (2010)	Informação, conjunto de conteúdos simbolicamente significantes. A informação tem um sentido imaterial. A mercadoria informação só existe quando é considerada só por sua base física indicando que resultou de uma condição técnica de produção: um livro, um artigo, uma disco de música, uma imagem impressa, uma instalação de arte em uma amostra.

FONTE: Adaptado de RODRIGUES e BLATTMANN (2012).

O usuário, na interação com sistemas computacionais ou sistemas de busca, determinam critérios para a seleção da informação pela necessidade e utilidade desta para o alcance dos seus objetivos. (PEREIRA; BARBOSA, 2007).

Dada a multiplicidade de fontes e de usos da informação, e da relação próxima entre o ambiente informacional e o da empresa como um todo, prever o futuro é virtualmente impossível. Uma empresa, por exemplo, não pode saber quem serão seus concorrentes dentro de um determinado período de tempo, ou que tipo de informação sobre eles será necessária. Faz muito mais sentido descrever que tipo de informação sobre a concorrência a empresa possui no presente, juntamente com os recursos para obtenção de novas informações quando estas forem necessárias. (DAVENPORT, 1998, p. 48)

A avaliação de fontes de informação ocorre pela aplicação de critérios com foco no usuário potencial, pela ótica deste, de determinada fonte. (TOMAÉL; ALCARÁ; SILVA, 2008). Tomaél, Alcará e Silva (2008) ainda definem dez critérios de qualidade para avaliar as fontes de

informação na Internet: 1. Informações de identificação; 2. Consistência das informações; 3. Confiabilidade das informações; 4. Adequação da fonte; 5. *Links* internos; 6. *Links* externos; 7. Facilidade de uso; 8. *Layout* da fonte; 9. Restrições percebidas; 10. Suporte ao usuário. Para que a informação não seja comprometida, alguns pontos devem ser considerados, de acordo com Eppler (2006): sobrecarga da informação, erro de julgamento de informações, interpretação equivocada da informação e uso indevido da informação.

2.6.3 *Open Source*

A *Open Source Initiative* (OSI)³⁰, com base no projeto da *Free Software Foundation* (FSF)³¹ por Stallman, em 1985, criou o *Open Source*, ou código aberto. (GOMES, 2012, p. 36). *Open Source* também designado software livre, é distribuído mediante um conjunto de licenças como a GLP (*General Public License*)³². (RAMOS, 2013, p. 3).

Segundo definição da FSF (2012), um software é definido pelos seguintes conceitos:

- 1) Liberdade de executar o programa, para qualquer propósito.
- 2) Liberdade de modificar o programa, adaptá-lo às suas necessidades (para tornar essa liberdade efetiva na prática, você precisa ter acesso ao código fonte, já que fazer alterações em um programa sem ter o código fonte é muito difícil).
- 3) Liberdade de redistribuir cópias gratuitamente ou mediante pagamento.
- 4) Liberdade de distribuir versões modificadas do programa para que a comunidade possa se beneficiar de suas melhorias.

Facilidade de integração, solução simples e expansível, oferece gestão para conteúdos empresariais e gestão para conteúdos *web*. “Open

³⁰ Iniciativa pelo código aberto

³¹ Fundação para o *Software Livre*

³² Licença Pública Geral

source é todo o *software* que permita a sua utilização para qualquer fim, sem restrição de cópias, de acesso ao código-fonte, ao estudo do seu funcionamento, a adaptação conforme as necessidades de cada um e a possibilidade de difundir cópias das alterações introduzidas a terceiros”. (RAMOS, 2013, p. 3).

Software *open source*, para Gomes (2012, p. 37), é encontrado nos computadores *desktop* a partir de processadores de texto, navegadores *web*, editores de imagens, aplicações científicas, modeladores 3D, editores de texto, entre muitos outros.

Kon e Sabino (2009, p. 5) estipulam uma série de critérios sob os quais os termos de distribuição do software de código aberto devem estar de acordo:

1. Redistribuição Livre: A licença não deve restringir qualquer das partes de vender ou doar o *software* como um componente de uma distribuição agregada de *software*, contendo programas oriundos de várias fontes diferentes. A licença não deve exigir royalties ou qualquer outro tipo de pagamento para venda.
2. Código Fonte: O programa deve incluir o código fonte, e deve permitir a distribuição na forma de código fonte bem como na forma compilada. Quando alguma forma do produto não é distribuída com o código fonte, é necessário haver meios bem divulgados para obtenção do código por não mais que um custo razoável de reprodução, preferencialmente através de download pela Internet gratuitamente. O código fonte deve ser a forma preferencial pela qual um programador alteraria o programa. Código fonte obscurecido deliberadamente não é permitido. Formas intermediárias, como a saída de um processador ou tradutor, não são permitidas.
3. Trabalhos Derivados: A licença deve permitir modificações e trabalhos derivados e precisa permitir que eles sejam distribuídos sob os mesmos termos da licença do *software* original.
4. Integridade do Código Fonte do Autor: A licença pode restringir a distribuição de código fonte em forma modificada somente se a licença permitir a distribuição de “arquivos de patch” com o código fonte para o propósito de modificar o programa em tempo de compilação. A licença deve permitir explicitamente a distribuição do *software* compilado a partir de um código modificado. A licença pode exigir que trabalhos derivados usem um nome ou número de versão diferentes do original.
5. Sem Discriminação a Pessoas ou Grupos: A licença não deve discriminar qualquer pessoa ou grupo de pessoas.
6. Sem Discriminação a Áreas de Empreendimento: A licença não deve restringir qualquer pessoa a fazer uso do programa em uma área de empreendimento específica. Por exemplo, ela não pode restringir o uso do programa comercialmente ou o uso em pesquisas genéticas.
7. Distribuição da Licença: Os direitos associados ao programa devem ser aplicáveis a todos para quem o programa é redistribuído,

sem a necessidade de execução de licenças adicionais para essas partes.

8. A Licença Não Deve Ser Específica a um Produto: Os direitos associados ao programa não devem depender dele ser parte de uma distribuição específica de *software*. Caso o programa seja extraído dessa distribuição e usado ou distribuído nos termos da licença do programa, todas as partes para as quais o programa é redistribuído devem ter os mesmos direitos que aqueles concedidos em conjunto com a distribuição de *software* original.

9. A Licença Não Deve Restringir Outro *Software*: A licença não deve colocar restrições em outro *software* que seja distribuído junto com o *software* licenciado. Por exemplo, a licença não deve exigir que todos outros programas distribuídos no mesmo meio sejam *software* de código aberto.

10. A Licença Deve Ser Neutra às Tecnologias: Nenhuma condição da licença deve ser estabelecida em uma tecnologia individual específica ou estilo de interface.

A possibilidade de desenvolver de diferentes formas é um dos benefícios que o código aberto fornece, segundo Trezentos e Simão (2004). Os autores relacionam as vantagens apresentadas no Quadro 1.

QUADRO 1 – PRINCIPAIS VANTAGENS DO *SOFTWARE* OPEN SOURCE EM RELAÇÃO AO COMERCIAL

Vantagem	Descrição
Flexibilidade	Mais configurável e flexível e por isso mais capaz de suprir as necessidades individuais ou de uma organização.
Custo e Inexistência de problemas de licenciamento	O <i>software Open Source</i> é frequentemente entendido como <i>software</i> passível de ser obtido gratuitamente ou a um preço comparativamente mais baixo. Pode ser instalado o número de vezes que se entender, para os propósitos que se entenderem, sem correr o risco de infringir a lei.
Conformidade com as normas da indústria	A maioria das aplicações classificadas como <i>software Open Source</i> encontram-se em conformidade com normas internacionais.
Interoperabilidade com sistemas existentes	O <i>software Open Source</i> promove a interoperabilidade em dois sentidos. Por um lado, ao seguir as normas internacionais, garantem a fácil troca de dados entre aplicações. Por outro, dado que o código fonte é disponibilizado, torna-se fácil a uma outra aplicação saber em que formato devem os dados entrar ou sair.
Segurança	O fato de o código estar disponível permite detectar falhas e vulnerabilidades mais facilmente.

Rápido desenvolvimento e correção de falhas	No mundo do <i>software Open Source</i> , a detecção e correção de falhas é feita a um ritmo superior àquele do <i>software</i> proprietário.
Escalabilidade	A possibilidade de trabalhar o código fonte permite que o mesmo sistema de <i>software</i> evolua facilmente de um pequeno projeto para um grande projeto, sem grandes custos.

FONTE: Adaptado de TREZENTOS e SIMÃO (2004).

Porém, há também os riscos e desvantagens, listados pelos autores, Quadro 2.

QUADRO 2 – PRINCIPAIS DESVANTAGENS E RISCOS DO SOFTWARE OPEN SOURCE EM RELAÇÃO AO COMERCIAL

Desvantagem e riscos	Descrição
Possibilidade de proveniência duvidosa	Certas aplicações podem provir de círculos de desenvolvimento demasiado pequenos que não tenham captado o interesse de programadores experientes, resultando em aplicações mal programadas e, conseqüentemente, pouco fiáveis
Risco de fragmentação	Uma vez que o código fonte é disponibilizado de forma aberta existe sempre a possibilidade de surgirem fragmentações do projeto base, o que pode levar ao surgimento de versões incompatíveis.
Problemas de instalação	A instalação é por norma mais complexa, implica a instalação de um conjunto de <i>software</i> que raramente vêm instalados por defeito nas máquinas atuais.
Pobre documentação de suporte	O <i>software</i> aberto surge, regra geral, de meios altamente especializados em que a documentação requerida é mínima, mas altamente técnica, o que acaba, por ser um entrave à expansão deste tipo de <i>software</i> em meios menos técnicos, como no caso dos utilizadores com menores competências na área.
Problemas de segurança	Alguns consultores em segurança informática consideram que o fato do código deste <i>software</i> ser aberto, pode conduzir a que as suas falhas se tornem mais aparentes, advogando que a melhor política de segurança em relação ao <i>software</i> é a "segurança pelo segredo".
Suporte técnico escasso	O suporte deste tipo de <i>software</i> é feito normalmente por duas formas: por alguém altamente especializado na área, ou então através da Internet e listas de correio eletrônico. Este último meio funciona bem nos casos em que o projeto envolve já uma grande comunidade.

Ausência de abrigo legal	Em caso de falha do <i>software</i> desconsidera-se a possibilidade de entrada em processo judicial pelos danos, ou pelo mau funcionamento, como pode acontecer no caso do <i>software</i> proprietário.
Inexistência de pertença a uma organização	As organizações, em geral, mostram alguma relutância em usar <i>software</i> que não tenha emergido de organizações comerciais respeitáveis. Assim, a falta de pertença a uma organização reputada é um risco inerente ao <i>software</i> aberto.
Incerteza estratégica	Não existe um plano estratégico para o <i>software</i> aberto como um todo global. As funcionalidades que vão sendo implementadas não obedecem a um calendário estratégico, como acontece com o <i>software</i> proprietário. Estas vão sendo implementadas à medida que os utilizadores e programadores deste tipo de <i>software</i> vão percebendo a utilidade das mesmas e desenvolvendo-as.

FONTE: Adaptado de TREZENTOS e SIMÃO (2004).

O *software* livre tem como principal aspecto a democratização da informação e como consequência a redução do abismo digital.

Os princípios do *software* livre/código aberto fundamentam-se nas premissas básicas de liberdade de expressão, acesso à informação e do carácter eminentemente coletivo do conhecimento, que deve ser construído e disponibilizado democraticamente, e não privatizado. Dentro do modelo de *software* livre/código aberto, o *software* é somente mais uma forma de representação ou de organização do conhecimento e, por isso, um bem comum. Como tal, sua difusão e uso devem ser livres. (SALLES-FILHO et al., 2005, p. 3).

Salles-Filho *et al.* (2005, p. 3) concluem que, o *software* livre/código aberto é todo *software* que oferece as condições de uso, reprodução alteração e redistribuição de seus códigos fonte aos usuários pela licença de uso (definida pelo produtor do *software*, que deve ser aceita e respeitada pelo usuário)³³.

Então, por esse tipo de *software* partir do princípio básico de liberdade de expressão, acesso à informação e do carácter eminentemente coletivo do conhecimento, construído e disponibilizado democraticamente (não privatizado), funciona como uma forma de representação ou de organização do conhecimento e, por isso, um bem comum, assim como sua

³³ A legislação brasileira que trata do assunto é a lei nº 9.609, de 19/02/1998, artigos 9º e 10º, de Registro de Programa de Computador (www.inpi.gov.br).

difusão e uso devem ser livres. (SALLES-FILHO *et al.*, 2005, p. 3). Um programa que possibilita o livre desenvolvimento de programas por qualquer pessoa.

Do ponto de vista social, o *software* livre constrói um patrimônio comum de toda sociedade na forma de conhecimento. Esse patrimônio comum permite, por exemplo, que o conhecimento seja assimilado de forma muito mais fácil pelos agentes sociais. Com isso, a possibilidade de inovação torna-se acessível a todos e não apenas àqueles que controlam privadamente determinado rol de conhecimentos. (FALCÃO *et al.*, 2005, p. 8).

Falcão (2005, p. 11 e 12) dimensiona o *software* livre em três tópicos, abaixo:

- primeira dimensão: relação de troca entre o autor do código fonte e seus múltiplos, inominados e sucessivos usuários. Nesta dimensão, encontram-se nos domínios do direito de propriedade, especificamente do direito de propriedade intelectual. Foco no contrato, com os direitos e obrigações estabelecidos em termos entre os envolvidos sobre o uso, gozo e disposição do *software* livre;
- segunda dimensão: acontece quando se indaga sobre as partes. Neste caso além da primeira dimensão, surge a dimensão do ato administrativo. O foco é a política pública que busca atender demandas de informatização e, ao mesmo tempo, contribuir para atingir os objetivos diretos e indiretos dos prazos da administração pública, entre eles a autonomia tecnológica do país;
- terceira dimensão: acontece quando se avaliam suas consequências e o *software* livre, como participante de um determinado modo de produção do conhecimento tecnológico. O *software* livre é compreendido como um meio que contribui para a produção, circulação, difusão e distribuição do conhecimento, é de interesse geral, de dimensão pública (governo e sociedade). Contribui para a construção do Estado Democrático de Direito previsto na Constituição.

Essas dimensões compreendem uma agenda que constitui possibilidade de conciliação prática entre segredo e democracia.

Em relação ao tema deste projeto e no terreno das tecnologias open source, vislumbram-se sistemas gerenciadores de conteúdo livres ou *open source*; ou seja, que permitem sua utilização e aprimoramento a partir de licenças livres ou de código aberto.

Neste cenário, escolher uma tecnologia para gestão de conteúdos é um desafio, pois cada qual pode atender a requisitos específicos de um projeto de site.

Num exercício de comparação, o Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão do governo Brasileiro (BRASIL, 2012) realizou um estudo no âmbito do Programa de Governo Eletrônico que fornece recomendações de boas práticas e comparações para padrões web. O objetivo do trabalho, apesar de centrado em sites governamentais, traz uma amostra útil sobre seis CMS, dentre eles WordPress, Joomla, Drupal, Plone, WebIntegrator e OpenACS.

Em linhas gerais, o documento apresenta Joomla como “o segundo SGC mais popular no Brasil” (BRASIL, 2012, p. 13); o Drupal com “uma série de API robustas” e estrutura modular facilitadora para o desenvolvimento de módulos extensivos (BRASIL, 2012, p. 16); o Plone como um dos mais antigos ainda em uso no mercado, útil para “para construir sistemas de publicação de documentos e ferramenta para trabalho colaborativo” (BRASIL, 2012, p. 19); o WebIntegrator como mais um SGC disponível no portal de software público; e o OpenACS voltado para construção de aplicações que suportam comunidades virtuais.

Dentre as opções comparadas pelo trabalho do MPOG, o WordPress é apresentado como o mais popular entre os CMS, considerado, pelo trabalho, como “uma ótima escolha para sítios simples e blogs” e “com a curva de aprendizado mais simples e com a interface de alimentação de conteúdos mais intuitiva” (BRASIL, 2012, p. 10).

QUADRO 3 – QUADRO COMPARATIVO DOS SISTEMAS DE GESTÃO DE CONTEÚDO

	WordPress	Joomla	Drupal	Plone	WebIntegrator	OpenACS
Facilidade na Hospedagem e Instalação	▲	▲	▲	■	■	▲
Facilidade de configuração : Sítio Simples	▲	●	●	■	■	●
Facilidade de configuração : Sítio Complexo	▲	▲	●	■	●	●
Facilidade de uso : Editor de Conteúdo	▲	●	●	▲	■	●
Facilidade de uso : Administração do Sítio	▲	●	●	●	■	●
Flexibilidade Gráfica	▲	▲	▲	▲	▲	●
Acessibilidade e Otimização de Motor de Busca	●	●	■	▲	■	●
Flexibilidade Estrutural	●	●	▲	▲	▲	■
Papéis de Usuários e Workflow	■	▲	●	▲	■	▲
Comunidade/Funcionalidade Web 2.0	▲	●	▲	●	▲	■
Expansão e Integração	▲	▲	▲	▲	▲	■
Segurança	■	●	●	▲	▲	▲
Apoio/Força Comunidade	●	▲	▲	▲	■	▲

Legenda:

- ● item precisa de melhorias
- ■ item com futuras implementações
- ▲ item estável

FONTE: BRASIL, 2012, p. 26.

O Quadro 3 demonstra o comparativo fornecido por BRASIL (2012), em que são visualizadas comparações sobre necessidade de melhorias, previsão de futuras implementações e estabilidade dos Sistemas. Nele fica evidente que o WordPress, além de popular, é um dos que menos possui necessidade de aprimoramento (ao lado de Plone e WebIntegrator), com previsão de implementações futuras (o que dá a entender que é um Sistema em evolução e com comunidade de desenvolvedores ativa), tendo sido considerado estável em relação a oito itens de verificação.

Apesar de precisar de melhorias em quesitos como “acessibilidade e otimização de motor de busca”, “flexibilidade estrutural” e “apoio/força comunidade”, o WordPress é considerado, no Quadro Comparativo, estável em relação à: facilidade na hospedagem e instalação; facilidade de configuração – sítio simples; facilidade de configuração – sítio complexo;

facilidade de uso – editor de conteúdo; facilidade de uso – administração do sítio; flexibilidade gráfica; comunidade/funcionalidade Web 2.0; e expansão e integração. As futuras implementações identificadas no quadro se referem a papéis de usuários e *workflow*; e segurança.

2.6.3.1 WordPress

No sentido do que é apresentado no Quadro Comparativo do Governo Federal (BRASIL, 2012), opta-se, neste trabalho, pela abordagem da gestão de conteúdos sobre Cultura e Lazer utilizando o WordPress, além daquilo que foi apresentado, pelos motivos que serão descritos nesta seção.

O WordPress é um CMS de código aberto (*open source*) voltado para criação de sites e é utilizado por 1/4 de todos os sites no mundo. A plataforma permite a atualização de um site ou blog sem a necessidade de conhecimentos técnicos por meio de um painel administrativo simples e intuitivo.³⁴ A ferramenta é uma iniciativa gratuita *open source* desenvolvida na linguagem de programação PHP³⁵ e banco de dados MySQL³⁶. “É uma plataforma semântica de vanguarda para publicação pessoal, com foco na estética, nos Padrões *Web* e na usabilidade”. (WORDPRESS BRASIL, 2009).

Stern, Damstra e Williams (2010) destacam a facilidade de instalação, configuração e personalização da plataforma e comentam sobre a vantagem do CSM quando comparado aos concorrentes mais próximos, Drupal e Joomla.

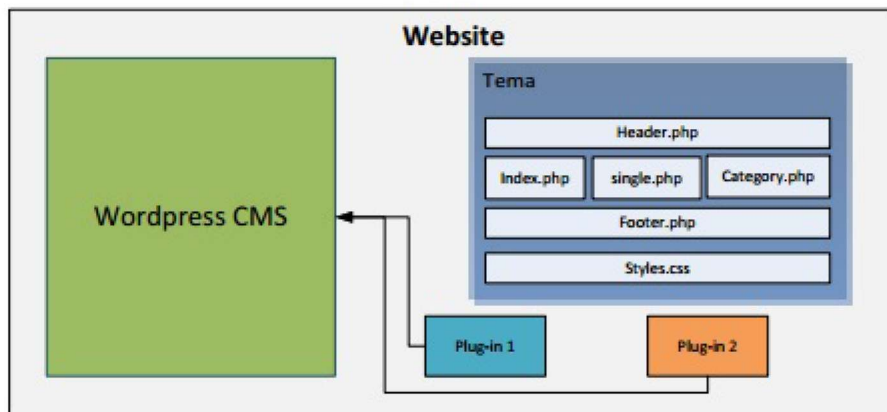
³⁴ REDEHOST. Hospedagem WordPress. Disponível em: <http://www.redehost.com.br/hospedagem-de-site/hospedagem-wordpress/?l=g02a07&gclid=CjwKEAjqw5LHBRCN0YLF9-GyywYSJAAhOw6mnD49m0pJXlyjszHNpKa1dEomkaXmKIAB8b1VMcdPRRoCSLXw_wcB>

³⁵ O PHP (um acrônimo recursivo para PHP: Hypertext Preprocessor) é uma linguagem de script open source de uso geral, muito utilizada, e especialmente adequada para o desenvolvimento web e que pode ser embutida dentro do HTML.

³⁶ O MySQL é um sistema gerenciador de banco de dados relacional de código aberto usado na maioria das aplicações gratuitas para gerir suas bases de dados. O serviço utiliza a linguagem SQL (*Structure Query Language* – Linguagem de Consulta Estruturada), que é a linguagem mais popular para inserir, acessar e gerenciar o conteúdo armazenado num banco de dados.

O WordPress disponibiliza funções para customização de *websites* por meio de um tema ou por *plugins*³⁷, conforme Figura 5:

FIGURA 5 – ESTRUTURA DE UM *WEBSITE* COM WORDPRESS



FONTE: SANTOS (2014).

O WordPress oferece recursos, suportes para *widgets*, como funções ao *website*. O *widget* atua como *plugins* específicos, sendo projetados para fornecer uma maneira simples de organizar os vários elementos da barra lateral de controle sem ter que alterar qualquer código. (CIDADE, 2010, p. 20).

O tema é um conjunto de arquivos interpretados pela plataforma para fornecer o projeto visual e *features* (funções) ao *website*. Os temas tiram vantagens de funções que a plataforma fornece para prover diferentes tipos de *features* ao *website* (MULLENWEG, 2014).

Os *plugins* permitem as funções de modificar, customizar ou melhorar a estrutura do WordPress, oferecendo um novo serviço ou uma *feature* ao *website* sem alterar a estrutura da plataforma. (MULLENWEG, 2014).

Portanto, o WordPress configura como *software* do tipo WYSIWYG, acrônimo da expressão em inglês "*What You See Is What You Get*", em

³⁷ Módulo de extensão (também conhecido por plug-in, add-in, add-on) é um programa de computador usado para adicionar funções a outros programas maiores, provendo alguma funcionalidade especial ou muito específica. Geralmente pequeno e leve, é usado somente sob demanda.

português traduzido como “O Que Você Vê É O Que Você Obtém”. Refere-se a *software* que possuem um ambiente de edição de conteúdo com visão imediata do que está sendo editado na interface. O surgimento dessa nova metodologia excluiu a necessidade do conhecimento de códigos e linguagens de marcação ou programação para criação e edição de conteúdo. (SANDIM JUNIOR, 2016, p. 70).

A interface é dividida em dois ambientes principais de interação primários: *front-end* e *back-end*. “Em ambos, ocorrem tempos de interação mediados pela interface e propostos por designers para a interação dos usuários”. (SANDIM JUNIOR, 2016, p. 70). Tanto o *front-end* quanto o *back-end* estão sujeitos a sofrer alterações em função de customizações e adição de funcionalidade a partir dos *plugins*, temas e outros recursos da interface, porém o *front-end* é o mais passível de customizações. O *back-end* é onde está localizado o painel de controle para administração, desenvolvimento e manutenção do conteúdo e da estrutura do CMS, sua disposição se assemelha à plataforma de *blogs*³⁸, em que os *posts*³⁹ são dispostos tradicionalmente em listas, em geral, até 10 *posts* (publicações realizadas em *blog*). (SANDIM JÚNIOR, 2016, p. 70 e 71).

Comumente, as partes de “conteúdo fixo” do site como a homepage (tela de entrada) e área de contato, por exemplo, são publicadas com base no tipo de estrutura de conteúdo denominada página no painel de controle do WordPress. (SANDIM JÚNIOR, 2016, p. 71).

A seguir Sandim Júnior (2016, p. 71) explica os dois tipos de conteúdo:

- *posts*: pensados para receber comentários de outros leitores e funcionarem como uma fonte de interação entre o produtor de conteúdo (do site ou não) e os leitores.
- *páginas*: funcionam como um ambiente de conteúdo mais ou menos estático utilizado para publicação de informações que teoricamente não expiram tão rapidamente quando os *posts*.

³⁸ Diários online.

³⁹ Refere-se a uma publicação realizada em uma plataforma de blog.

A interface oferece as seguintes funções no painel de controle (barra lateral) relacionados por Sandim Júnior (2016, p. 79):

- configurações: área de alteração das configurações de funcionamento da plataforma;
- ferramentas: área de recursos adicionais do sistema realização de tarefas não-triviais;
- usuários: controle de usuários do sistema;
- plugins: área para gestão de recursos adicionais implementados pela instalação de plugins ao sistema, disponíveis diretamente no site da wordpress.org;
- aparência: área para controle e customização do *front-end* do wordpress. Por esta área é possível alterar o tema em uso, cores e outros recursos visuais. A quantidade de alterações possíveis está diretamente relacionada com o tema em uso. Diferentes temas apresentam diferentes recursos, podendo variar de triviais alterações de cor à complexas mudanças da estrutura do *front-end*, impactando significativamente nos volume e tipo de signos disponíveis na interface;
- comentários: área destinada ao controle das interações ocorridas através de comentários nos posts e nas páginas do cms a partir do acesso de visitantes do site (usuários finais) dos usuários-designers;
- páginas: lista de páginas disponíveis no cms;
- mídia: acesso à biblioteca de mídias disponíveis na aplicação (imagens, vídeos, sons, entre outros);
- *posts*: listas de postagens disponíveis;
- painel: atalho para acesso ao painel de controle do wordpress (tela inicial – tipicamente denominada de dashboard).

A plataforma possibilita o gerenciamento de *website* de forma eficiente, pois determina separadamente a administração (customização, configuração, inclusão e alteração das funcionalidades) da edição (inserção e gerenciamento do conteúdo), sem envolver aspectos mais técnicos e é uma opção de solução de hospedagem gratuita. (SANTOS, 2014, p. 20). As

funções disponíveis no painel de controle permitem um gerenciamento ágil e fácil.

O Governo Federal afirma que o WordPress é considerado o SGC mais popular “sendo uma ótima escolha para sítios simples e blogs. É considerado o SGC com a curva de aprendizado mais simples e com a interface de alimentação de conteúdo mais intuitiva.” (GOVERNO FEDERAL, 2012). Em suma, o WordPress é utilizado como ferramenta para criação de sites por meio da instalação de *plugins* e de temas customizados para definir uma aparência, utilizando-se dos mecanismos de publicação e administração da plataforma pela aplicação mesmo sem conhecimentos técnicos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho consistiu em pesquisa exploratória acerca do desenvolvimento de uma solução *open source* para gestão de conteúdos sobre um tema específico, no caso, cultura e lazer para jovens universitários de Curitiba, Paraná. Neste sentido, optou-se por métodos e técnicas que colaborassem com a experimentação e prototipação de site a partir de propostas de Sistemas Gerenciadores de Conteúdo, no âmbito da discussão teórica da Gestão de Conteúdos. Neste sentido, foram conduzidos procedimentos em três fases, conforme descrito a seguir.

Numa primeira fase, optou-se por pesquisa bibliográfica e documental que visasse subsidiar temas centrais para a proposta, dentre eles Cultura e Lazer. A partir desta temática foi buscado compreender as características e necessidades informacionais dos usuários, considerando-se que era possível obter dados consolidados sobre isto numa fase exploratória, sem a necessidade de uma intervenção de levantamento e análise de dados diretamente junto a este público.

Também na fase 1, a partir de pesquisa bibliográfica e documental, foram estudados a Gestão de Conteúdos, os Sistemas Gerenciadores de Conteúdo e a proposta de aplicações *open source*, com foco, especialmente,

em definir uma solução para adoção e experimentação no âmbito do projeto e prototipação de um site temático.

Na fase 2, por sua vez, foram mapeadas fontes de informação sobre cultura e lazer em Curitiba, especialmente voltadas para jovens universitários. A mesma se deu por exploração livre em motores de busca, bem como análise e verificação de sites e mídias sociais. No mapeamento, os resultados foram descritos a partir de critérios como atendimento a temática/segmento (cultura e lazer), filtros disponíveis em relação ao conteúdo, dados/informações disponíveis e link.

Por fim, a fase 3 consistiu na prototipação de site a partir do CMS escolhido, realizando todas as etapas de instalação, configuração, customização, arquitetura da informação e edição de conteúdos. Especialmente nesta fase, foram recuperadas as fontes de informação mapeadas na etapa anterior, por meio de técnicas de integração de conteúdos, especialmente a partir da aplicação de plugins de integração.

4 GESTÃO DE CONTEÚDO SOBRE CULTURA E LAZER PARA JOVENS UNIVERSITÁRIOS

A seção atual apresenta passo a passo as etapas desempenhadas para a Gestão de Conteúdo sobre Cultura e Lazer para jovens universitários de Curitiba, bem como o mapeamento e apresentação das ferramentas virtuais de comunicação sobre Cultura e Lazer na capital paranaense e a construção do site.

4.1 MAPEAMENTO DE FONTES DE INFORMAÇÃO SOBRE CULTURA E LAZER DE CURITIBA

A explosão do número de *websites* mudou a perspectiva do usuário, que passou a considerar se o conteúdo e a qualidade das informações atendem às suas expectativas. Neste sentido, as páginas devem oferecer informações úteis e organizadas, onde o valor informacional agregada ao

site passa a ser determinante, principalmente para que os usuários o visitem novamente, resultando no desenvolvimento e aplicação de mecanismos e ferramentas de busca.

Com a crescente utilização das tecnologias de informação, as organizações têm procurado superar as fronteiras físicas por meio da Internet. Por consequência, serviços são criados e ofertados sob demanda (ou não), e se tornam visíveis. (OHIRA; SCHENKEL, SILVEIRA, 2003). Em decorrência da realidade mencionada anteriormente foi realizado o mapeamento das fontes virtuais de informação existentes na *web* sobre cultura e lazer em Curitiba (Tabela 3) pela pesquisa em motores de busca pelas palavras-chaves: Curitiba; cultura; lazer; jovens; universitários; turismo. Segue abaixo a relação dos resultados obtidos:

TABELA 3 – FONTES DE INFORMAÇÃO SOBRE CULTURA E LAZER EM CURITIBA

site	segmento do Lazer e/ou Cultura	filtros	dados/informações disponíveis	link
trivago	naturezas e parques; pontos turísticos e de interesse; museus; compras; concertos e shows; atividades ao ar livre; passeios gastronômicos; excursões; recursos para viajantes; diversão e jogos; transportes; vida noturna; zoológicos e aquários; spas e bem-estar; aulas e workshops; passeios de barco e esportes aquáticos	tipo de atração	Informações gerais da atração: nome do local; localização; avaliação; horário e dias de funcionamento; informações para contato (telefone, e-mail, site); descrição; duração recomendada da visita; fotos do local; previsão do tempo	https://www.tripadvisor.com.br/Attractions-g303441-Activities-c20-Curitiba_State_of_Parana.html
Guia Gazeta do Povo	cinema (exibição, gênero ou estabelecimento); teatros (gênero ou estabelecimento); shows (gênero ou estabelecimento); exposições (gênero ou estabelecimento); passeios (categoria ou bairro); restaurantes (especialidade ou bairro); cafés (especialidade ou bairro); bares (especialidade ou bairro)	nome, especialidade, bairro ou mais indicados	Informações gerais da atração: nome do local; localização; especialidade; horário e dias de funcionamento; formas de pagamento; informações para contato (telefone, e-mail, site); descrição; fotos do local; última atualização	http://guia.gazetadopovo.com.br/bares/?Cidade_ID_RM=1&Cidade_Nome_RM=Curitiba%20e%20Reg%E3o&aba=64
Festa da Semana	Cinema; gastronomia; noite; cultura e teatro	tipo de atração	notícias sobre a atração	http://www.festadasemana.com.br/curitiba/
Descubra Curitiba	bares e baladas; cinema; exposições; promoções; shopping; shows e festas; teatro; turismo	agenda da semana (dia da semana seguido das atrações com os horários), os mais acessados, últimas novidades, título, local	informações gerais da atração: nome do local; localização (endereço e mapa); horário e dias de funcionamento; formas de pagamento; informações para contato (telefone, e-mail, site); descrição; fotos do local; informações adicionais (ano de abertura, capacidade, estacionamento, aceitação de reserva e cadeirantes); cobrança de entrada; fotos do local; espaço para comentários; valores	http://www.descubracuritiba.com.br/
Balada certa	festas e eventos; baladas; bares; restaurante; moleis; cinema	tipo de atração	informações gerais da atração: nome do local; endereço; telefone; site; funcionamento; capacidade; preços; cartões aceitos; idade mínima; idade média; gênero (musical); mais detalhes	http://www.baladacerta.com.br/guia.asp?mnu=PR&idSubCategoria=3
kekanto	restaurantes; bares; baladas; onde viajar; atrações; lojas; comidinhas; hotéis; mais categorias	preço/bairro/para ocasiões/tipo de atração	informações gerais da atração: nome do local; localização (endereço e mapa); telefone; preço; horário de funcionamento; espaço para comentários e avaliação; fotos do local; informações sobre estacionamento, mais detalhes sobre o local; site oficial; redes sociais; formas de pagamento aceitas; lugares parecidos	https://kekanto.com.br/pr/curitiba/bares-e-botecos/71
Special Paraná - Turismo Receptivo	passeios; transportes; eventos	tipo de atração	informações dos pacotes de turismo: nome do pacote, destinos, duração do passeio, valor do passeio), reservas, horário de saída, número de adultos e/ou crianças, custo total	http://www.curitiba-travel.com.br/pt
Oba Oba Curitiba	comportamento; pegação; baladas; bares; shows; universitários; filmes e séries; viagem; cultura; especiais	tipo de atração	informações gerais da atração: nome do local; horários e dias de funcionamento; endereço; telefone; site do estabelecimento; descrição; links relacionados; fotos	https://www.obaoba.com.br/curitiba/
Facebook	eventos diversos/shows/peças de teatro/baladas/restaurantes/bares/shopping/turismo	campos de busca/eventos criados na rede social/perfis dos locais/festas/eventos	informações gerais da atração: nome do local; telefone; descrição; localização (endereço e mapa); Fotos; pessoas interessadas, que participaram ou que recusaram o evento; detalhes; publicações relacionadas	www.facebook.com
Fundação Cultural de Curitiba	cursos e oficinas; eventos; espaços culturais; artes visuais; cinema; dança; literatura;música; patrimônio cultural	tipo de atração	nome do local; valor do ingresso; horário de funcionamento; data; endereço; fotos; descrição do evento	http://www.fundacaoculturaldec Curitiba.com.br/
Amo Curitiba	turismo; concertos; congressos; culinária; eventos; eventos esportivos; exposições; feiras; oficinas; palestras; passeios culturais; teatro; shows e musicais; variedades	tipo de atração	nome do local; valor do ingresso; horário de funcionamento; data; endereço; fotos; descrição do evento	http://www.amocuritiba.com.br/
Eu amo Curitiba	música; eventos culturais; fotografia; artes plásticas; cinema; teatro; culinária; variedades	tipo de atração	nome do local; valor do ingresso; horário de funcionamento; data; endereço; fotos; descrição do evento	http://www.euamocuritiba.com.br/

FONTE: A AUTORA (2017).

Apenas as principais fontes de informação sobre Cultura e Lazer em Curitiba são apresentadas na Tabela 3. Foi mapeado o total de 12 sites, dentre eles, sites, guias, blog e redes sociais.

Os sites para buscas específicas sobre cultura e lazer (trivago, kekanto e Guia da Gazeta do Povo) contam com um *layout* simples, filtros diversos (busca por: localização geográfica, preço, avaliação, etc) e o Sistema de Gerenciamento de Conteúdo empregado segue a mesma linha metodológica do presente trabalho, a diferença se encontra na apresentação dos dados. A ideia é publicar em uma única interface conteúdos provenientes de várias fontes (Facebook, YouTube, Instagram, etc) organizados por assunto (baladas, cinema, música, etc), enquanto estes sites de busca relacionam os resultados em forma de lista por metadados preestabelecidos (nome do estabelecimento, endereço, telefone para contato, foto do local, horário de funcionamento, valor e tipo de local), funcionando como um guia (Figura 6). O Google também funciona como um motor de busca por palavras-chave fornecidas pelo utilizador, dispensado de filtros predefinidos.

FIGURA 6 – RESULTADO DA BUSCA POR RESTAURANTES PARA HAPP HOUR NO SITE KEKANTO

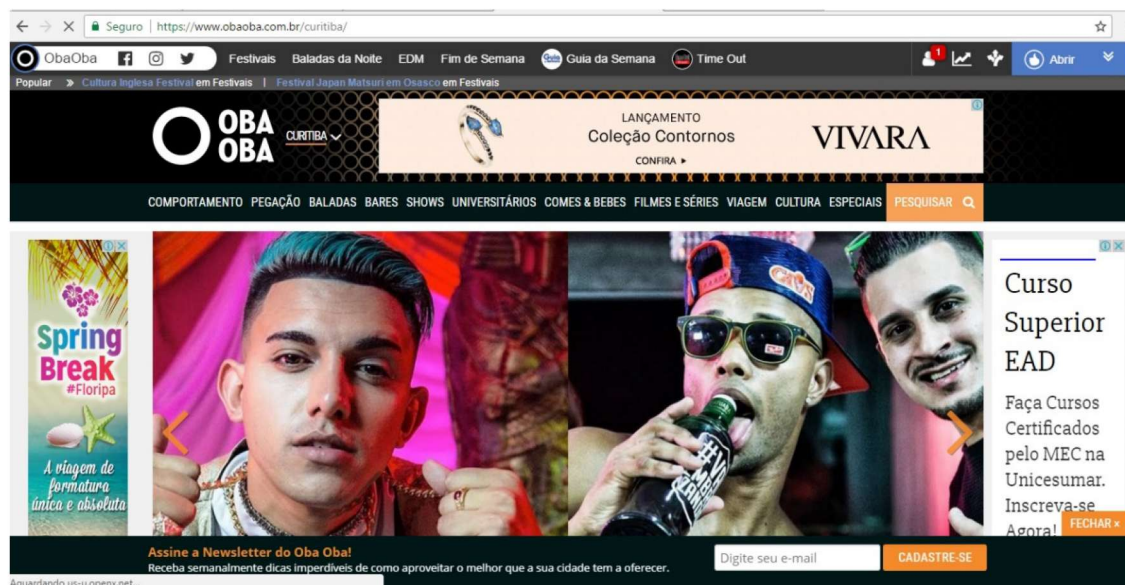
The screenshot displays the Kekanto website interface. At the top, there is a navigation bar with categories: RESTAURANTES, BARES, BALADAS, ONDE VIAJAR, ATRAÇÕES, LOJAS, COMIDINHAS, HOTÉIS, MAIS CATEGORIAS, and ANUNCIE NO KEKANTO. Below the navigation bar, the search results are titled "Restaurantes para Happy hour em Curitiba - PR". On the left, there is a sidebar with filters: Bairro, Preços, Bom para, Happy hour (201), Famílias (88), Drinks (64), Comemorar Aniversário (62), Encontros românticos (50), Experiências gastronômicas (44), Paquerar (40), Cervejas Especiais (31), Vinho (29), Assistir esportes (20), Reuniões de negócios (7), Levar Gringos (4), and Esquenta da balada (3). The main content area shows a list of results. The first result is "Escritório e Informática" with a link to econtabilista.com.br. The second result is "1. Outback Steakhouse" located at Shopping Curitiba (Rua Brigadeiro Franco, 2300) - Centro, with 175 opinions and a rating of 4.5 stars. The third result is "2. Mustang Sally - Batel" located at Rua Coronel Dulcídio, 517 - Batel, with 169 opinions and a rating of 4.5 stars. On the right side of the results, there is a map of Curitiba showing the locations of the restaurants marked with blue pins. The map includes labels for neighborhoods like Almirante Tamandaré, Centro, and Batel, and major roads like BR-418, BR-417, BR-416, BR-116, BR-277, BR-376, BR-476, and BR-2.

FONTE: KEKANTO (2017).

Oba Oba Curitiba, Balada Certa, Festa da Semana e Eu amo Curitiba, constituem um modelo de apresentação visual do *front-end* bem semelhante ao do protótipo, onde a barra de menu se encontra na linha

superior do site (Figura 7) e atendem ao mesmo público (jovens curitibanos ou residentes em Curitiba). Caracterizam-se como guias ou blogs.

FIGURA 7 – SITE OBA OBA CURITIBA



FONTE: OBA OBA CURITIBA (2017).

Todavia, as informações nem sempre são atualizadas ou condizem com a proposta. A exemplo do site Oba Oba Curitiba, quando o nome sugere que o internauta encontrará notícias da capital paranaense, acaba por se deparar com mais informações da programação da cidade de São Paulo. O site da Fundação Cultural de Curitiba também adota o mesmo *template*, entretanto as informações são referentes apenas a temas culturais para todas as idades.

Descubra Curitiba (Figura 8) concentra conceitos encontrados tanto nos sites de busca quanto nos sites de notícias, mencionados anteriormente.

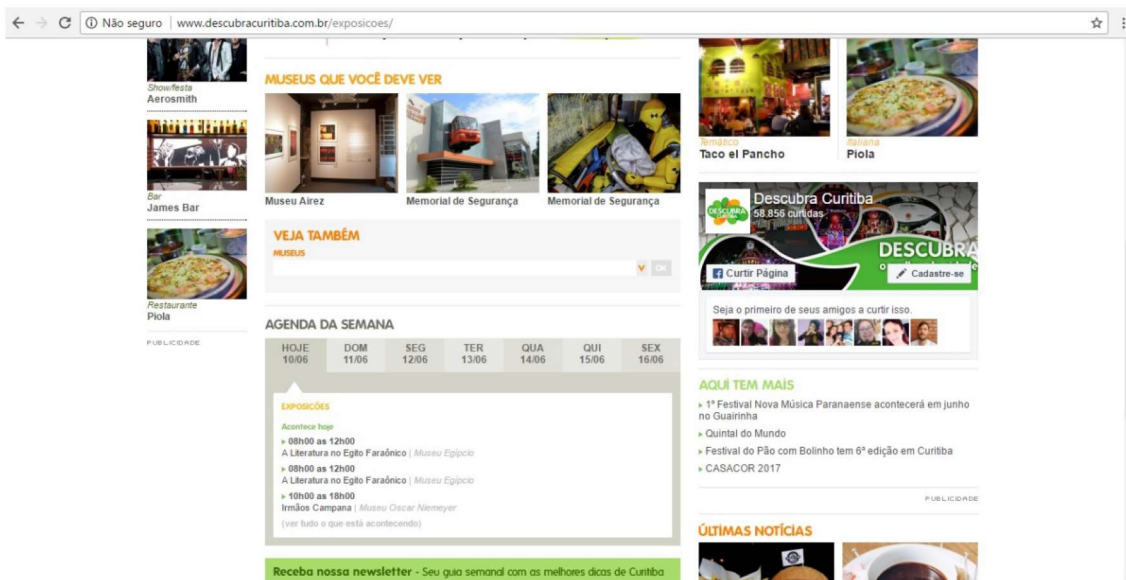
FIGURA 8 – PÁGINA INICIAL DO SITE DESCUBRA CURITIBA



FONTE: DESCUBRA CURITIBA (2017).

A página inicial propõe uma programação com a agenda da semana e os eventos culturais e/ou de lazer correspondentes a data de acontecimento (Figura 9).

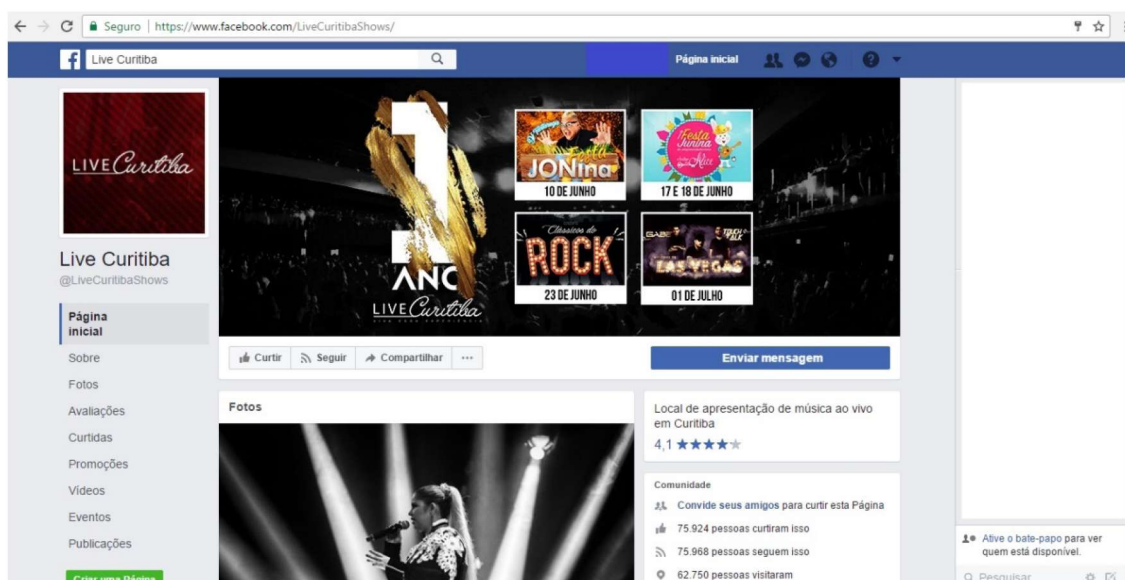
FIGURA 9 – PÁGINA INICIAL DO SITE DESCUBRA CURITIBA



FONTE: DESCUBRA CURITIBA (2017).

O Facebook é uma rede social gratuita para seus usuários e gera receita de publicidade (*banners* e grupos patrocinados). Os usuários podem criar perfis pessoais ou páginas (conhecidas *fan pages*) com fotos e listas de interesses pessoais. A rede social possui várias ferramentas, entre elas a criação de páginas e de eventos que circulam na plataforma pelo botão de “Compartilhar”, garantindo que o conteúdo (publicação) seja publicado na linha do tempo do usuário. Este conteúdo ficará vinculado permanentemente à conta do usuário ou até que a publicação seja excluída. As *fan pages* (Figura 10) oferecem a opção de inserir fotos, vídeos e informações sobre eventos/notícias (horário, data, localização, avaliações, curtidas, publicações e/ou eventos).

FIGURA 10 – FAN PAGE “LIVE CURITIBA” DO FACEBOOK



FONTE: FACEBOOK (2017).

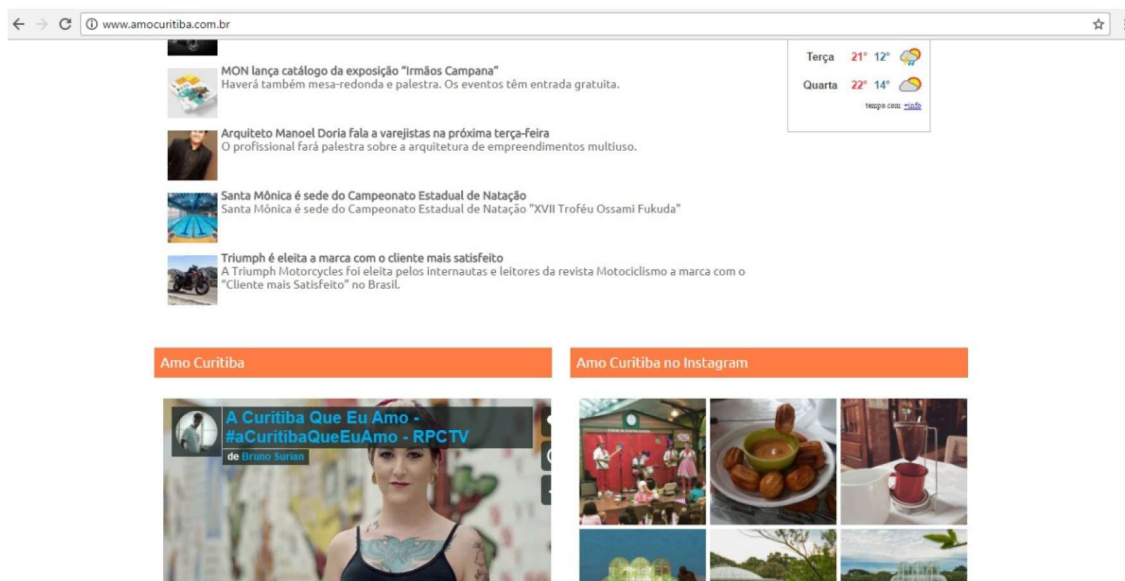
Amo Curitiba é um site com guias, blog e notícias sobre Curitiba. Os resultados das buscas por cultura e lazer também são relacionados em lista por ordem alfabética. A página inicial contém notícias, fotos providas do instagram e vídeo (Figuras 11 e 12).

FIGURA 11 – PÁGINA INICIAL AMO CURITIBA



FONTE: AMO CURITIBA (2017).

FIGURA 12 – PÁGINA INICIAL AMO CURITIBA



FONTE: AMO CURITIBA (2017).

4.2 CONSTRUÇÃO DO PROTÓTIPO DE SITE

O registro de um domínio no site de hospedagem na *web* com PHP marcou o início da primeira etapa na construção do protótipo, Figura 13. A

escolha dos serviços da Hostinger atribuiu-se pela oferta de serviço gratuito e pela aplicação simples e intuitiva.

FIGURA 13 – TELA DE CONFIGURAÇÃO DA HOSTINGER PARA INSTALAÇÃO DO WORDPRESS

The screenshot shows the Hostinger control panel interface for installing WordPress. On the left is a sidebar menu with options like Dashboard, Contas, Emails, Domínios, Website, and Arquivos. The main content area is titled 'Instalar Aplicação Wordpress' and includes a breadcrumb trail: 'Início > Hospedagem > lilianseino.esy.es > Website > Auto Instalador > Wordpress'. Below this is a section for 'Nova Configuração para Instalação' with the following fields:

- Espaço em disco necessário: 21 MB
- Versão do PHP mínima necessária: 5.2.4
- Versão do MySQL mínima necessária: 5
- Url: (Note: The text below says 'A URL em que a aplicação será instalada.')
- Língua:
- Usuário Administrador*:
- Senha do Administrador*:
- Email do Administrador:
- Titulos do Website:
- Website Tagline:

At the bottom of this section is a red button with a checkmark and the text 'Instalar'. Below this is a section for 'Detalhes da Nova Instalação' with a table:

Nome	WordPress

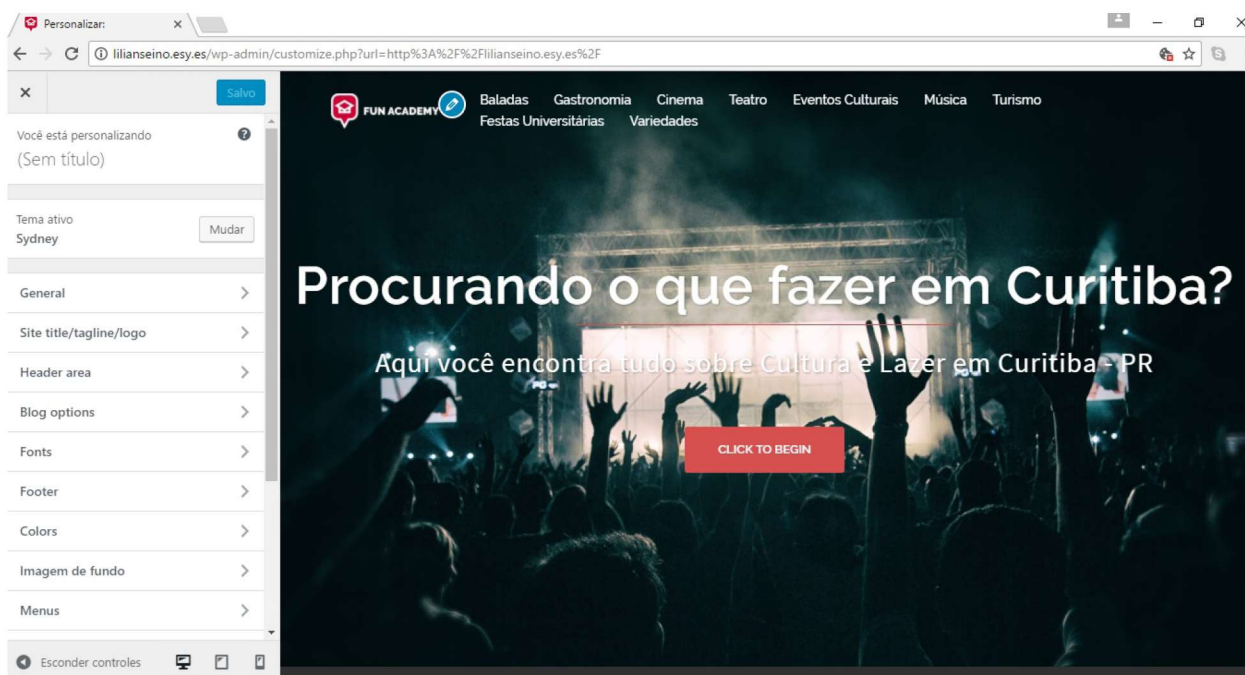
FONTE: HONTINGER (2017).

Realizado o cadastro, o próximo passo foi a instalação do WordPress no provedor de hospedagem, sendo necessária a criação de um login e senha de acesso (pré-requisitos para a edição do site).

A etapa seguinte consistiu na personalização do site pela edição no visual do *back-end*. A Figura 14 representa a tela de edição, onde no lado esquerdo está disposto as opções de configuração e customização dos componentes para montagem do site. Para tanto, definiu-se o nome do site: Fun Academy (do inglês Diversão Acadêmica). Como o nome sugere, referencia ao prazer de aproveitar o tempo livre pela experiência de viver a Cultura e o Lazer pelos jovens universitários; selecionou-se e indexou-se uma imagem do site Pixabay (banco de imagens liberadas de alta qualidade

e livres de direitos autorais sob Creative Commons CC0, disponíveis para serem baixadas, modificadas, distribuídas e usadas da maneira que o usuário desejar, mesmo em aplicações comerciais)⁴⁰ na opção “Imagem de Fundo” com a temática proposta; escolheu-se um ícone de capelo no Iconfinder (serviço que oferece ícones de alta qualidade em diversos tamanhos e todos gratuitos)⁴¹ colocado no canto superior esquerdo; elaborou-se a frase (pergunta) e subfrase da Página Inicial como estratégia para prender a atenção do visitante pela indução da procura por um programa de Cultura e Lazer na capital paranaense; categorizou-se e dispôs-se no canto superior do site segmentos culturais e de lazer de interesse dos jovens (baladas, gastronomia, cinema, teatro, eventos culturais, música, turismo, festas universitárias e variedades). A Figura 14 mostra a tela de visualização final da Página Inicial.

FIGURA 14 – TELA DE EDIÇÃO DA PÁGINA INICIAL



FONTE: <http://lilianseino.esy.es/>

⁴⁰ PIXABAY. **Imagens e vídeos gratuitos que você pode usar em qualquer lugar.** Disponível em: <<https://pixabay.com/>>.

⁴¹ ICONFINDER. **Iconfinder.** Disponível em: <<https://www.iconfinder.com/>>.

A tela inicial (Figura 15), ou *front-end* do site traduz visualmente a proposta de oferecer em uma única interface, informações sobre cultura e lazer em Curitiba para jovens universitários.

FIGURA 15 – TELA DA PÁGINA INICIAL DO SITE



FONTE: <http://lilianseino.esy.es/>

Logo abaixo da página inicial, encontra-se um texto explicativo sobre o propósito do site, Figura 16.

FIGURA 16 – TELA COM O TEXTO EXPLICATIVO SOBRE O PROTÓTIPO

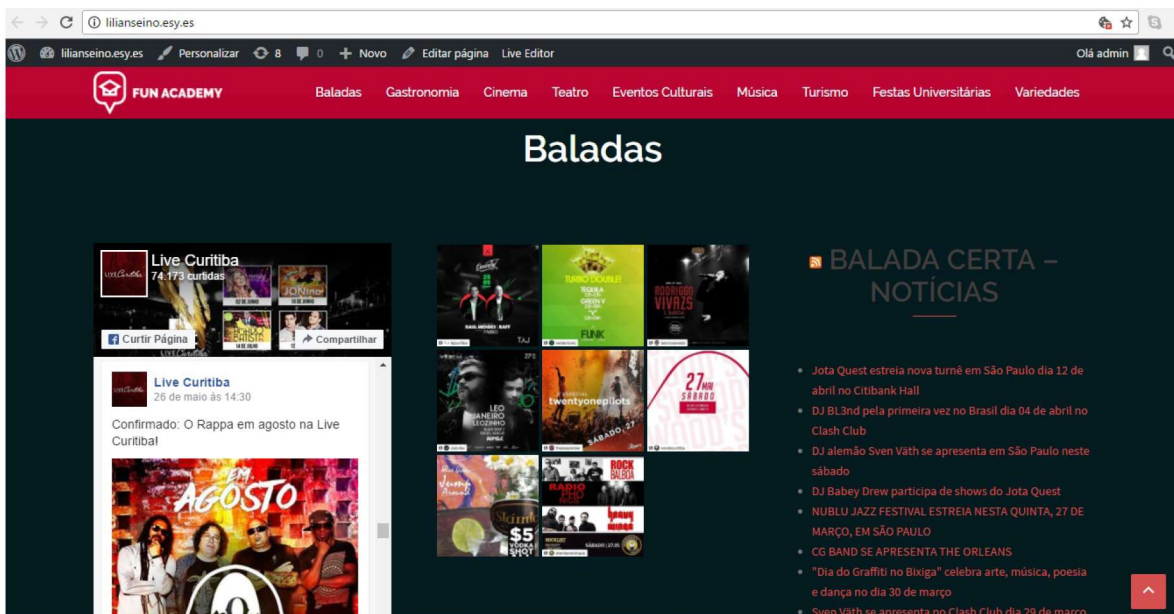


FONTE: <http://lilianseino.esy.es/>

Posteriormente, foram incluídas as barras “estáticas” de rolagem (espaços localizados no menu e que comportam os conteúdos provenientes de diversas fontes de informações), cada espaço foi categorizado na etapa anterior.

Quando qualquer uma das opções de cultura e/ou de lazer (barra de opções superior) é selecionada, o visitante é direcionado para os conteúdos relacionados à categoria. Por exemplo, ao selecionar “Baladas”, o menu com conteúdos sobre baladas aparece na tela, Figura 17.

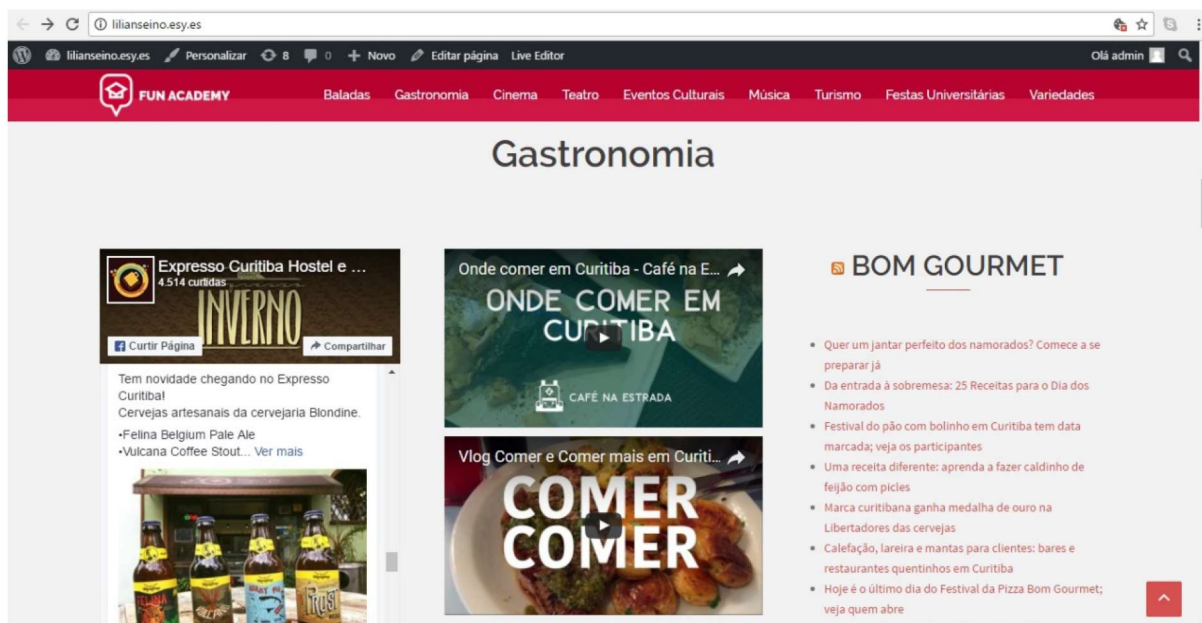
FIGURA 17 – TELA DO MENU “BALADAS”



FONTE: <http://lilianseino.esy.es/>

Os conteúdos foram “trazidos” de diversas interfaces como Facebook, Instagram, *feed* RSS (*Really Simple Syndication*: padrão desenvolvido em linguagem XML, que permite aos responsáveis por sites e blogs divulgarem notícias e atualizações gerais destas) pela opção *plugin*. Cada menu dispõe três barras de rolagem de determinadas fontes de informação, cada uma. Outro exemplo é o menu “Gastronomia”, Figura 18, que apresenta informações do Facebook, YouTube e *feed* RSS sobre o assunto. A ideia é compartilhar informações publicadas em sites, redes sociais e afins sobre cada tema.

FIGURA 18 – TELA DO MENU “GASTRONOMIAS”

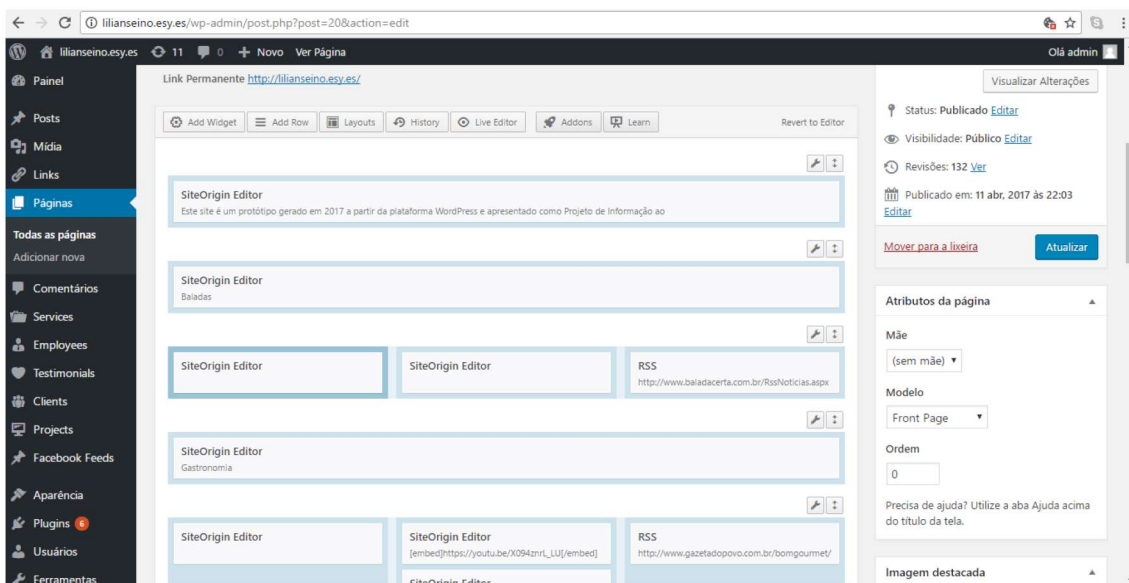


FONTE: <http://lillianseino.esy.es/>

- baladas: espaços, geralmente privados com entrada mediante pagamento de ingresso, com apresentações artísticas (bandas, grupos de dança, DJs e/ou música ambiente);
- gastronomia: restaurantes, bares, lanchonetes e feiras gastronômicas;
- cinema: programação dos cinemas e notícias sobre o tema;
- teatro: programação dos teatros e notícias sobre o tema;
- eventos culturais: programação de exposições, museus, galeria de arte, feiras culturais, bienais e similares;
- música: programação de shows e notícias sobre o tema;
- turismo: pontos turísticos e notícias sobre o tema;
- festas universitárias: programação de festas universitárias;
- variedades: programação e/ou notícia sobre eventos que estão enquadrados em mais de uma das categorias mencionadas anteriormente ou em nenhuma delas, mas que tem relação com Cultura e/ou Lazer.

Para que o *front-end* aparecesse no formato apresentado nas Figuras 19, 20 e 21, foram adicionados os links de cada site (fontes de informação) no *back-end*, Figura 19.

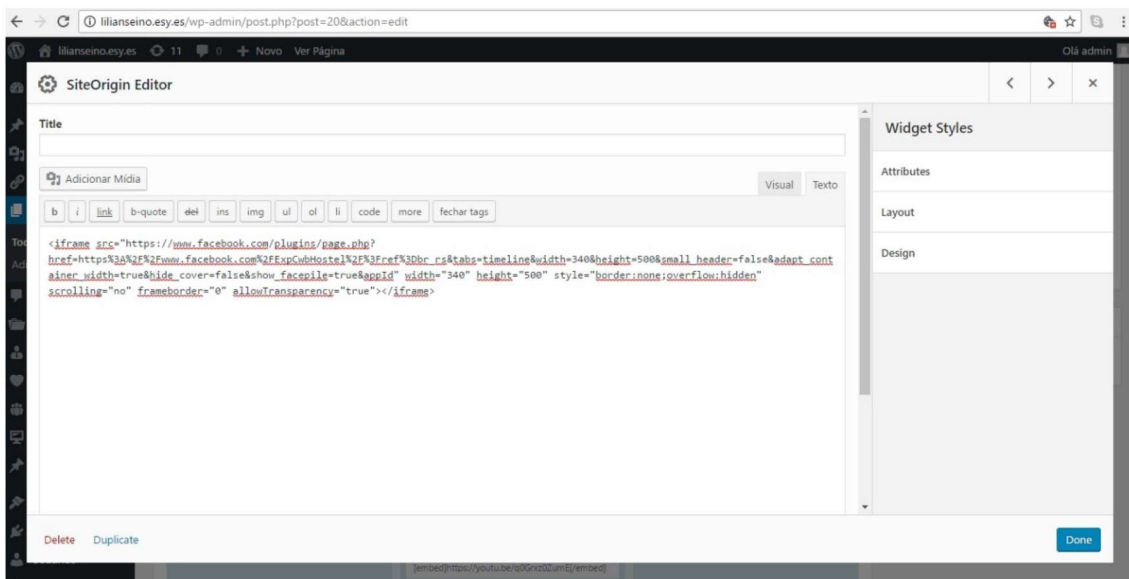
FIGURA 19 – “PÁGINAS” DO BACK-END DO SITE



FONTE: <http://lilianseino.esy.es/>

Os *links* dos perfis do Facebook foram incluídos nas “Páginas” do *back-end* por meio de código-objeto, Figura 20.

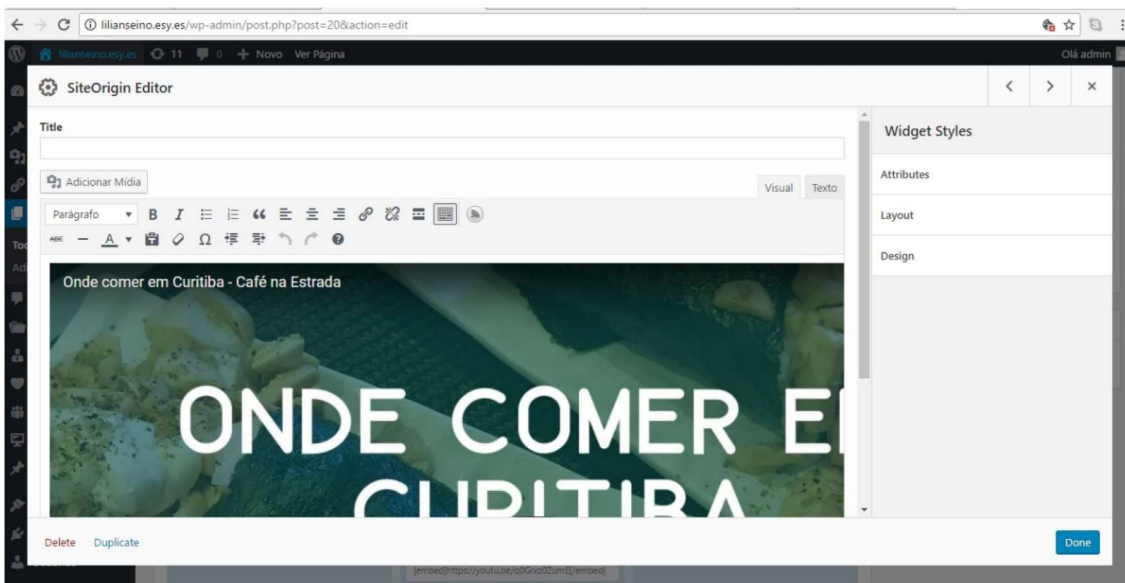
FIGURA 20 – PAINEL DE CONTROLE DA ABA “BALADAS”, FONTE FACEBOOK



FONTE: <http://lilianseino.esy.es/>

Os *links* do YouTube foram adicionados nas “Páginas” e automaticamente reproduzidos no formato vídeo, Imagem 21.

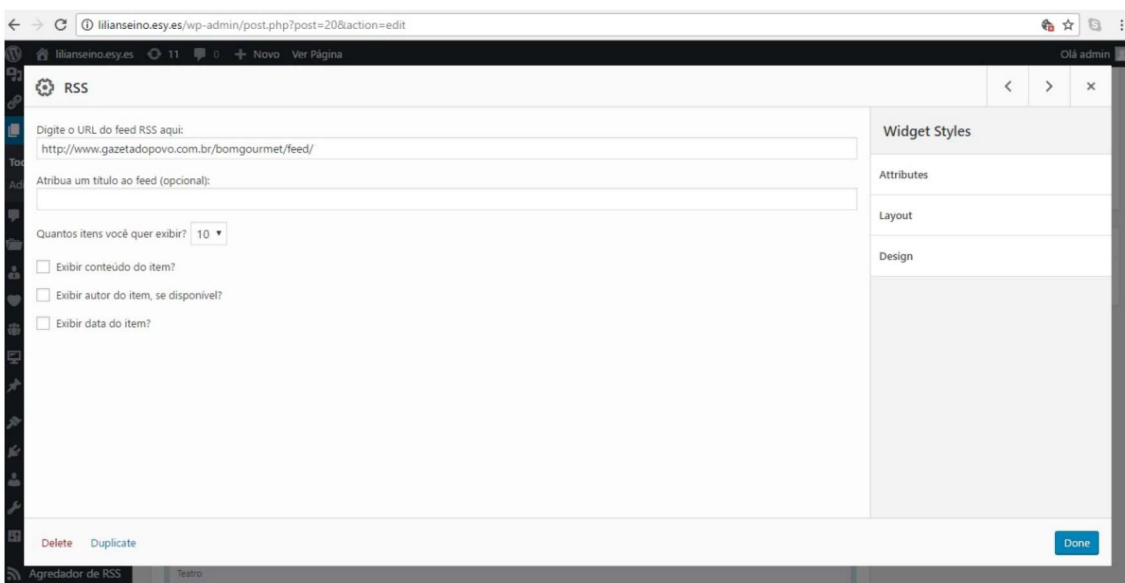
FIGURA 21 – PAINEL DE CONTROLE DA ABA “BALADAS”, FONTE YOUTUBE



FONTE: <http://lilianseino.esy.es/>

O URL (*Uniform Resource Locator* ou Localizador Padrão de Recursos. É o endereço de um recurso disponível em uma rede, seja a rede de Internet ou Intranet) dos feeds RSS foram inseridos nos campos destinados a esses tipos de fontes, Figura 22.

FIGURA 22 - PAINEL DE CONTROLE DA ABA “BALADAS”, FONTE RSS



FONTE: <http://lilianseino.esy.es/>

4.3 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As fontes de informação foram classificadas de acordo com o tipo de ferramenta virtual de comunicação pela qual se enquadram, conforme Tabela 4.

TABELA 4 – FONTES DE INFORMAÇÃO MAPEADAS

Ferramentas virtuais de comunicação	nº
Blog	1
Rede Social	1
Variados	1
Site de busca	4
Site	5
Total	12

FONTE: A AUTORA (2017).

Três das fontes de informação divulgam informações voltadas aos jovens de Curitiba: Oba Oba Curitiba, Balada Certa Curitiba e Festa da Semana. Enquanto as outras publicam conteúdo sobre Cultura e Lazer para todos os públicos.

O protótipo divulga informações sobre cultura e lazer provindas de fontes de informação, com o intuito de facilitar a publicação de conteúdos (vídeos, notícias, imagens, etc), salvo que o CMS é um recurso que auxilia o autor/fonte a divulgar suas informações, gerando boa exposição do tema. Assim sendo, a atualização do conteúdo publicado no protótipo depende da atualização das informações contidas nas fontes de informação. A plataforma de gerenciamento de conteúdo empregado foi o WordPress, pela garantia de uma interface configurável por meio de aspectos gráficos e ergonômicos para disponibilizar informações, permitindo a integração dos conteúdos sobre cultura e lazer oriundos de diversos sites como o Facebook, Instagram, YouTube e *feed* RSS, fontes de informação que se mostraram úteis.

A fonte de informação que concentra o maior número de informações atualizadas sobre eventos, festas, cinema, música e programas relacionados (assuntos pertinentes ao público alvo) é o Facebook. A Pesquisa *Digital in 2016*, da *We Are Social*, realizada em 2015, mostra que no Brasil uma média de 45% da população é ativa em redes sociais de todos os tipos, comprovando que a rede social está em primeiro lugar no *ranking* dos mais acessados. O YouTube assume a quarta posição, ficando à frente do Instagram, quinta colocação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Inicialmente, constatou-se a pertinência do mapeamento de fontes de informação sobre Cultura e Lazer em Curitiba, PR mediante pesquisas em motores de busca e uma verificação técnica dos formatos e características de conteúdo. A partir dos resultados, identificou-se o conteúdo publicado em cada fonte e a maneira com que o mesmo é exibido nas diferentes interfaces. Este diagnóstico permitiu à pesquisa o desenvolvimento de um protótipo de site para atender as necessidades informacionais de jovens universitários, uma vez que a recuperação das informações mapeadas foi factível a partir de técnicas de gestão de conteúdos por meio da utilização de *plugins* de integração.

Na prospecção da solução e desenvolvimento do site, optou-se pelas ferramentas que os Sistemas Gerenciadores de Conteúdo *open source* disponibilizam para auxiliar a edição e o gerenciamento das páginas do site adequadas a solucionar complexidades da gestão de conteúdos na *web*. Sobre as tecnologias envolvidas, a utilização do WordPress como plataforma livre para criar o site, trouxe vantagens ao trabalho, dado que não exige conhecimentos técnicos avançados, permite suporte gratuito e facilita o gerenciamento de conteúdo por não especialistas. Os recursos do WordPress permitem facilidade de operação, mecanismos intuitivos de busca, recursos ampliados pela instalação de *plugins* e temas específicos e customizados.

Importante destacar que atingi-se o objetivo de recuperar as informações mapeadas no protótipo em WordPress de forma que a atualização de conteúdo no site desenvolvido se dá, no modelo implementado, de forma automática, por meio da integração que foi realizada por meio do que foi mapeado. Este resultado vai ao encontro do que é defendido pela Gestão de Conteúdos, especialmente por garantir fiabilidade da informação, sem redundância de bases de dados e com automação e atualização contínua. Na prática, a interface criada será atualizada assim que novas informações forem disponibilizadas por cada uma das fontes de informação a ela integradas, de forma automática, sem a necessidade de interação humana com o CMS.

As fontes de informação mapeadas que abordam a temática sobre Cultura e Lazer na capital paranaense foram substanciais para o desenvolvimento da proposta de oferecer, em uma mesma interface, conteúdos sobre o assunto para um público selecionado. Essa disponibilidade de conteúdo é essencial, uma vez que requer que o material exista e esteja atualizado em fontes de informação confiáveis. Além disso, o resultado atende requisitos do usuário, que foram identificados como necessidades informacionais durante o estudo bibliográfico.

Sobre as limitações encontradas no percurso de desenvolvimento do trabalho, cabem ressaltar as questões de teor técnico, especialmente em relação aos formatos de conteúdos disponibilizados pelas fontes localizadas. Havia uma expectativa de encontrar informações em formato de *feed* de notícias por meio da tecnologia RSS ou similar, o que colaboraria para uma melhor integração dos conteúdos ao site. No entanto, a maior parte das fontes mapeadas não ofereceu suporte a este tipo de tecnologia, gerando um limitador para integração junto ao WordPress e frente aos plugins disponíveis para integração.

Independente das limitações, o resultado da pesquisa fornece material e abertura para a continuidade do projeto de forma a abranger outras fontes de informação, criação de novos templates, integração e sincronismo com portais, emprego de conceitos de Design da Informação e Produtos e Serviços de Informação, por exemplo, aplicação de testes de

aceitação pelos usuários para identificar se o site atendeu às expectativas ou não, tal como para definir os indicadores de desempenho com o intuito de aprimorar a interface. Como trabalhos futuros, sugere-se, também, experimentar com a mesma abordagem, outros *software* livres a título de comparação de performance.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, H. W. Juventude e cultura. In: **Cartilha Dito e feito**. São Paulo. No. 4, 2001.

_____. **Retratos da juventude brasileira**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005.

AGÊNCIA BRASIL. **Pesquisa mostra que 58% da população brasileira usam a internet**. 2016. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2016-09/pesquisa-mostra-que-58-da-populacao-brasileira-usam-internet>>. Acesso em: 29 mar. 2017.

ALARCÓN, M. R. O.; GÓMEZ, E. D. L. C. Los sistemas de gestión de contenidos en Información y Documentación. **Revista General de Información y Documentación**, v. 20, p. 67-100, jun./201, 2010. ISS 1132-1873. Disponível em: <<https://revistas.ucm.es/index.php/RGID/article/viewFile/RGID1010110067A/8976>>. Acesso em: 9 mar. 2017.

ALMEIDA, D. P. R. *et al.* Paradigmas contemporâneos da ciência da informação: a recuperação da informação como ponto focal. **Revista Eletrônica Informação e Cognição**, v. 6, n. 1, p. 16-27, 2007. ISSN: 1807-8281. Disponível em: <<http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/reic/article/view/745/647>>. Acesso em: 13 mar. 2017.

ALMEIDA, L. S. *et al.* **Transição para o Ensino Superior**. Universidade do Minho, Conselho Acadêmico, 2000. ISBN: 972-8098-70-7.

ALMEIDA, L. S.; SOARES, A. P. Os estudantes universitários: Sucesso escolar e desenvolvimento psicossocial. In: E. Mercuri & S. A. J. Polydoro (Eds.). **Estudante universitário: Características e experiências de formação**. Taubaté: Cabral Editora e Livraria Universitária, p. 15-40, 2004.

ALMEIDA, M. A. A internet, a informação e suas culturas: padronização ou apropriação? **Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, v. 7, n. 1, p. 218-222, mar./ago. 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/issn.2178-2075.v7i1p218-222>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

AMARAL, M. F. **Culturas juvenis e experiência social: Perspectivas Sobre as Vivências de Jovens de Periferia em Porto Alegre**, 2011. Disponível em: <http://www.portalanpedsul.com.br/admin/uploads/2010/Educacao_e_Movimentos_Sociais/Trabalho/12_30_39_CULTURAS_JUVENIS_E_EXPERIENCIA_SOCIAL_PERSPECTIVAS_SOBRE_AS_VIVENCIAS_DE_JOVENS_DE_PERIFERIA_EM_PORTO_ALEGRE.PDF>. Acesso em: 2 mar. 2017.

AMO CURITIBA. **Amo Curitiba.** Disponível em: <<http://www.amocuritiba.com.br/>>. Acesso em 5 maio 2017.

AQUINO, C. A. B.; MARTINS, J. C. O. Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, Fortaleza, v. 7, n. 2, p. 479-500, set. 2007. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-61482007000200013&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 15 mar. 2017.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. 10. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

ARRAIS, D. D. **Consumo da telefonia móvel por jovens universitários**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, São Paulo, 2011. Disponível em: <<http://www2.espm.br/sites/default/files/pagina/deniodiasarrais.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL. **Curitiba, PR.** Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/curitiba_pr#demografia>. Acesso em: 22 abr. 2017.

AUGUSTO, M. H. O. Retomada de um legado: Marialice Foracchi e a sociologia da juventude. **Tempo Social**, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 11-33, nov. 2005. ISSN 1809-4554. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/ts/article/view/12469/14246>>. Acesso em: 18 mar. 2017.

AZEVEDO, M. C. Não moderno, moderno e pós-moderno. **Revista de Educação AEC**, n.89, p. 19-35, out./nov. 1993. 18 abr. 2017.

BAKER, R. W.; SIRKY, B. **SACQ Student Adaptation to College Questionnaire Manual**. Los Angeles: Western Psychological Services. 1989.

BARRY, Cristine A. Information skills for an electronic world: training doctoral research students. **Journal of Information Science**, v. 23, n. 3, p. 225-238, 1997.

BATISTA, J. A. Reflexões sobre o conceito antropológico de cultura. **Revista Saber Eletrônico**, v. 1, nov./jun. 2010. Disponível em: <<http://www.unifaj.edu.br/NetManager/documentos/REFLEX%C3%95ES%20SOBRE%20O%20CONCEITO%20ANTROPOL%C3%93GICO%20DE%20CULTURA.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2017.

BAUMAN, Z. **Medo líquido**. Zahar, Rio de Janeiro. 2008.

BIREME. **Guia 2001 de desenvolvimento da biblioteca virtual em saúde**. São Paulo, 2001. Disponível em: <<http://modelo.bvsalud.org/download/bvs/BVS-Guia2001-pt.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2017.

BUZACARINI, C.; CORRÊA, E. A. Lazer dos “estudantes universitários”. **Conexões**, Campinas, v. 13, n. 2, p. 15-18, jun. 2015. ISS 1983-9030. Disponível em: <<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/conexoes/article/view/8640653/8198>>. Acesso em: 3 mar. 2017.

BRASIL. Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991. Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Atos do Poder Legislativo, Brasília, DF, 23 dez. 1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm>. Acesso em: 4 abr. 2017.

BRASIL. Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE. **Diário Oficial da União**, Atos do Poder Legislativo, Brasília, DF, 5 ago. 2013. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/l12852.htm>. Acesso em: 6 mar. 2017.

BRASIL. Ministério da Cultura. **O Ministério**: apresentação. 2013. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/o-ministerio>>. Acesso em: 9 mar. 2017.

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação. **Comparativo dos Sistemas de Gestão de Conteúdo**. Brasília: MP, SLTI, 2012.

BRENNER, A. K.; DAYRELL, J.; CARRANO, P. Culturas do lazer e do tempo livre dos jovens brasileiros. In: ABRAMO, H. W.; BRANCO, P. P. M. (Org.). **Retratos da juventude brasileira**: análises de uma pesquisa nacional. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, Instituto Cidadania, 2005.

BROOKS II, J. H.; DUBOIS, D. L. Individual and environmental predictors of adjustment during the first year of college. **Journal of College Student Development**, 1995.

BRUM, M. A. C.; BARBOSA, R. R. Comportamento de busca e uso da informação: um estudo com alunos participantes de empresas juniores. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 14, n. 2, p. 52-75, 2009. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/viewFile/750/726>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

BRANSKI, R.M. Recuperação da informação na web. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.9, n.1, p.70-87, jan./jun. 2004. 20 abr. 2017.

CALABRE, L. Desafios à Construção de Políticas Culturais: balanço da gestão Gilberto Gil. *Revista Proa*, v. 1, n.1, p. 293-302, 2016. Disponível em:

<<https://www.ifch.unicamp.br/ojs/index.php/proa/article/viewFile/2409/1822>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

CAMPOS, F. V. O **saber universitário em rede digital**: as possibilidades de multimídia e de interatividade aplicadas na difusão do conteúdo científico para a população. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, Minas Gerais. 2012. Disponível:

<<https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/1749/1/fernandavianacampos.pdf>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

CAMPOS, M. L. A. **A organização de unidades do conhecimento em hiperdocumentos**: o modelo conceitual como espaço comunicacional para a realização da autoria. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - CNPq/IBICT – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2001. Disponível em:

<<http://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/679/1/mariacampos2001.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

CANEDO, D. “Cultura é o quê?” – Reflexões sobre o conceito de cultura e a atuação dos poderes públicos. In: **Quinto Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura**, Salvador, 2009. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2009/19353.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

CARVALHO, A. A. A.; SIMÕES, A.; SILVA, J. P. **Indicadores de qualidade e de confiança de um site**. 2000. Disponível em: <<https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7774/1/05AnaAmelia.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

CHAGAS, F.; CARVALHO, C. L.; SILVA, J. C. **Um estudo sobre os sistemas de gerenciamento de conteúdo de código aberto**. Relatório. Goiás: Universidade Federal de Goiás/Instituto de Informática, dez. 2008. Disponível em: <http://www.inf.ufg.br/sites/default/files/uploads/relatorios-tecnicos/RT-INF_002-08.pdf>. Acesso em: 23 abr. 2017.

CIDADE, F. R. **WordPress 2.9**: Guia do Publicador Para Editores. 2010; Disponível em: <<http://webtopia.com.br/blog/wp-content/uploads/2010/03/WordPress-manual-2-9-editor-v2.pdf>>. Acesso em: 26 abr. 2017.

COORDENAÇÃO DO SISTEMA ESTADUAL DE MUSEUS. **Associação dos Municípios da Região Metropolitana de Curitiba**. Governo do Estado do Paraná. Disponível em: <<http://www.cosem.cultura.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=31>>. Acesso em: 5 mar. 2017.

CORREA, R. F.; VIEIRA, J. M. L. Representações visuais para recuperação de informação na BDTD-UFPE. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 18, n. 4, p. 18-34, dez. 2013. Acesso em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-99362013000400003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 19 abr. 2017.

CULTURA. In: Dicionário Etimológico: etimologia e origem das palavras. Disponível em: <<http://www.dicionarioetimologico.com.br/cultura/>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. Tradução Bernadette Siqueira Abrão. São Paulo: Futura, 1998.

DESCUBRA CURITIBA. **Descubra Curitiba**. Disponível em: <<http://www.descubracuritiba.com.br/>>. Acesso em: 5 maio 2017.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e Cultura Popular**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

_____. **Sociologia Empírica do Lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

_____. **Valores e Conteúdos Culturais do Lazer**. São Paulo: SESC. 1980.

_____. **Sociologia Empírica do Lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

EAGLETON, T. **A Ideia de Cultura**. Tradução Sandra Castello Branco. São Paulo: Unesp, 2003.

EPPLER, M. J. **Managing Information Quality**: increasing the value of information in knowledge-intensive products and processes. 2. ed. Heidelberg: Springer, 2006.

EU AMO CURITIBA. **Eu Amo Curitiba**. Disponível em: <<http://www.euamocuritiba.com.br/>>. Acesso em: 5 maio 2017.

FACEBOOK. Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/>>. Acesso em 5 maio 2017.

FALCÃO et al. **Estudo Sobre o Software Livre**. Instituto Nacional de Tecnologia da Informação, Rio de Janeiro. 2005. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2673/FGV-CTS%20-%20Software%20livre.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

FELNER, R. D.; FELNER, T. Y. Primary prevention programs in the educational context: A transactional-ecological framework and analysis. In: **L. A. Bond & B. E. (Eds)**, Primary prevention and promotion in the schools; Newbury Park, CA: SAGE, 1989.

FERNEDA, E. **Recuperação de Informação**: Análise sobre a contribuição da Ciência da Computação para a Ciência da Informação. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, São Paulo, 2003. Disponível em: <<https://www.marilia.unesp.br/Home/Instituicao/Docentes/EdbertoFerneda/Tese.pdf>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

FERREIRA, C. A.; AMARAL, F. M. A Aplicação da Gestão de Conteúdo em Bibliotecas Virtuais: o caso da UNESA. In: **II Simpósio Internacional de Bibliotecas Digitais**, Campinas, 2004. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.unicamp.br/document/?code=8278>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

FORMIGA, N. S.; AYROZA, I.; DIAS, L. Escala das Atividades de Hábitos de Lazer: construção e validação em jovens. **PSIC**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 71-79, dez. 2005. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1676-73142005000200009&script=sci_arttext>. Acesso em: 10 mar. 2017.

FORMIGA, N. S. Valores Humanos e Hábitos de Lazer: um estudo correlacional em jovens. **Psicologia Argumento**, Curitiba, v. 27, p. 23-33, jan./mar. 2009. Disponível em: <<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ICXXRwNhXF0J:www2.pucpr.br/reol/index.php/pa%3Fdd99%3Dpdf%26dd1%3D2571+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>>. Acesso em: 6 mar. 2017.

FSF. **The Free Software Foundation (FSF) is a nonprofit with a worldwide mission to promote computer user freedom.** We defend the rights of all software users. 2012. Disponível em: <<http://www.fsf.org/about/>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO. **Juventude Conectada**. 2014. Disponível em: <http://fundacaotelefonica.org.br/wp-content/uploads/pdfs/juventude_conectada-online.pdf>. Acesso em: 12 mar. 2017.

FUNDAÇÃO TELEFÔNICA VIVO. **Juventude Conectada**: Pesquisa aponta como a tecnologia auxilia os alunos na hora de estudar e na relação com os alunos na hora de estudar e na relação com os professores. 2016. Disponível em: <<http://fundacaotelefonica.org.br/promenino/trabalho infantil/noticia/juventude-conectada-pesquisa-aponta-como-a-tecnologia-auxilia-os-alunos-na-hora-de-estudar-e-na-relacao-com-os-professores/>>. Acesso em: 25 mar. 2017.

GUIMARÃES, J. A. C. Recuperação temática da informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 23, n. 1/4 p. 112-130, 1990. Disponível em: <<http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/index.php/article/view/000002799/66844f64b006528b6536e3e344a92f4d>>. Acesso em: 27 abr. 2017.

GIDDENS, A. **Modernidade e Identidade Pessoal**. Tradução de: Miguel Vale de Almeida. 2.ed. Celta Editora, 1997.

GOMES, P. M. M. **Desenvolvimento de um Sistema de Informação e Apoio à Gestão Florestal baseado em Tecnologia Open Source**. Dissertação (Mestrado em Sistemas de Informação Geográfica) – Departamento de Ciências Florestais e Arquitetura Paisagista, Universidade de Trás-Os-Montes e Alto Douro, Vila Real, 2012. Disponível em: <<http://repositorio.utad.pt/handle/10348/2810>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

GOVERNO FEDERAL. **Comparativo dos sistemas de gestão de conteúdo**: anexo do guia de administração de sítios. Brasil, 2012. Disponível em:

GRAMSCI, A. **Concepção dialética da história**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

GURGEL, G. M. M. **A Gestão da Informação Sob a Luz do Enterprise Content Management (ECM)**: um estudo de caso em uma universidade pública. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, Rio Grande do Norte, 2007. Disponível em: <<http://www.repositorio.ufrn.br:8080/jspui/bitstream/123456789/12119/1/GiovanemMG.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2017.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HOFSTEDE, G. **Culturas e organizações**: compreender a nossa programação mental. Lisboa: Edições Sílabo, 2nd ed., 2003.

IBGE. **Acordo entre IBGE e Ministério da Cultura**. 2004. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/17122004acordo_cultura.shtm>. Acesso em: 15 mar. 2017.

ICONFINDER. **Iconfinder**. Disponível em: <<https://www.iconfinder.com/>>. Acesso em: 5 maio 2017.

ICONFINDER. **Iconfinder**. Disponível em: <<https://www.iconfinder.com/>>. Acesso em: 17 maio 2017.

INEP. **Censo da Educação Superior 2014**. 2014. Disponível em: <http://download.inep.gov.br/download/superior/censo/2014/resumo_tecnico_censo_educacao_superior_2014.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2017.

INEP. **Censo da Educação Superior 2015**. 2015. Disponível em: <http://www.abmes.org.br/arquivos/documentos/Notas_Estatisticas_Censo_Superior_2015.pdf>. Acesso em: 22 abr. 2017.

INSTITUTO MAURO BORGES. **Informe Técnico**: população jovem de 16 a 24 anos. Secretaria de Estado de Gestão e Planejamento. Governo de

Goiás. 2016. Disponível em:
 <<http://www.imb.go.gov.br/pub/informestecnicos/18-Popula%C3%A7%C3%A3o%20Jovem%20de%2016%20a%2024%20anos-201408.pdf>>. Acesso em: 18 mar. 2017.

IPARDES. **Caderno Estatístico**: Município de Curitiba. 2017. Disponível em:
 <<http://www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=80000>>. Acesso em: 12 mar. 2017.

IPEA. **Jovens Universitários em um Mundo em Transformação**: uma pesquisa sino-brasileira. Brasília, 2016. ISBN: 978-85-7811-277-6. Acesso em:
 <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/160715_livro_jovens_universitarios.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2017.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENSCHKE, B. A cooperação internacional: Desafios e necessidades da orientação e do aconselhamento em face das mudanças mundiais no trabalho e na sociedade. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, 4 ed., p. 35-55, 2003.

KEKANTO CURITIBA. **Kekanto Curitiba**. Disponível em:
 <<https://kekanto.com.br/>>. Acesso em: 5 maio 2017.

KON, F.; SABINO, V. **Licenças de Software Livre**: história e característica. Relatório. São Paulo: Departamento de Ciência da Computação, Instituto de Matemática e Estatística, Universidade de São Paulo, 2009. Disponível em:
 <<http://www.ccs.org.br/files/relatorio-licencas.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2017.

KUZUYABU, M. **O que eles esperam do Ensino Superior**. **Revista Ensino Superior**, 207 ed. São Paulo: Segmento, 2016. Disponível em:
 <<http://www.semesp.org.br/site/o-que-eles-esperam-do-ensino-superior/>>. Acesso em: 16 abr. 2017.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura, um conceito antropológico**. 14. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

LARGURA, W.A.N. **Fontes de lazer em estudantes de Psicologia Noturno**. **PSICOUSF** 5 (1): 73-85, 2000.

LAZER. In: Priberam Dicionário. Disponível em:
 <<https://www.priberam.pt/dlpo/lazer>>.

LEMES, E. A. S. **O perfil do docente universitário no século XXI: tendências e desafios**. 2011. Disponível em:
 <<http://www.arcos.org.br/artigos/o-perfil-do-docente-universitario-no-seculo-xxi-tendencias-e-desafios/>>. Acesso em: 27 mar. 2017.

LIBÓRIO, D.; SALVAN, A. P. H. **Antropologia e cultura**. 82 ed. Laureate Brasil, 2015. Disponível em:

<https://anhembi.blackboard.com/bbcswebdav/institution/laureate/conteudos/antropologia/ebook/antropologia_cultura_unidade_2.pdf>. Acesso em: 7 mar. 2017.

LOPES, T. S. F.; FERNEDA, E. O Modelo Espaço Vetorial no Desenvolvimento de Interfaces de Busca e Recuperação de Informação. In: **IV Seminário Científico Arquivologia Biblioteconomia**, Marília, 2015, Anais do IV Seminário Científico Arquivologia Biblioteconomia, 2015. Disponível em: <https://www.marilia.unesp.br/Home/Eventos/2015/seminariodearquivologiae_biblioteconomia/lopes-t.s.f.-ferneda-e..pdf>. Acesso em: 28 abr. 2017.

MACEDO, A. R. *et al.* **Educação superior no século XXI e a reforma universitária brasileira**. Ensaio: Avaliação de Políticas Públicas em Educação, 13 ed., p. 127-148, 2005.

MARCELLINO, N. C. **Estudos do lazer: uma introdução**. Campinas: Autores Associados, 1996.

_____. O conceito de lazer nas concepções da educação física escolar - o dito e o não dito. In: **8º Congresso de Educação Física e Ciências do Desporto dos Países de Língua Portuguesa**, 2000. Disponível em: <http://www.ufsj.edu.br/portal-repositorio/File/dcefs/Prof._Adalberto_Santos2/13-o_conceito_de_lazer_nas_concepcoes_da_ef_escolar-o_dito_e_o_nao_dito10.pdf>. Acesso em: 26 mar. 2017.

MARQUES et al. Hábitos de Lazer dos Jovens Universitários: proposição de avaliação de impacto das mídias digitais. In: **XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-3313-1.pdf>>. Acesso em: 15 mar. 2017.

MARTA, R. **O conceito sociológico de cultura**. 2010. Disponível em: <<https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/consultorio/perguntas/o-conceito-sociologico-de-cultura/29076>>. Acesso em: 6 mar. 2017.

MATTA, R. **Você tem cultura?** In: Suplemento Cultural. Edição Especial do Jornal da Embratel, Rio de Janeiro, 1981. Disponível em: <http://naua.ufsc.br/files/2010/09/DAMATTA_voce_tem_cultura.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2017.

MCNABB, Kyle. **The Forrester Wave™**: Enterprise Content Management Suites, Q4, 2007.

MEINERZ, C. B. Juventude e Educação Escolar: construindo novas práticas sociais. In: PINTO, M. L.; PACHECO. **Juventude e Consumo e educação 3: uma perspectiva plural**. Porto Alegre: ESPM, 2011. p. 37-50.

MELO, V. A.; ALVES JUNIOR, E. D. **Introdução ao lazer**. São Paulo: Manole, 2003.

MILANÉS, F. M.; VELÁSQUEZ, A. T. Una mirada en torno al desarrollo de la Recuperación de información. *Datagramazero – Revista de Ciência da Informação*, v. 7, n. 4, ago. 2006.

MOOERS, C. N. **Zatocoding applied to mechanical organization of knowledge**. *American Documentation*, v. 2, n. 1, p 20-32, 1951.

MORIN, E. **O Paradigma Perdido: a natureza humana**. Portugal: Europa-américa, 1988.

MOTTA, F. C. P. **Cultura e organizações no Brasil**. Relatório. São Paulo: Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, Núcleo de Pesquisas e Publicações. 1996. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/3118/P00159_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 17 mar. 2017.

MULLENWEG, M. Codex, pt-br: **Wordpress**. Wordpress.org, 2014. Disponível em :<<http://codex.Wordpress.org/pt-br: Wordpress>>. Acesso em: 28 abr. 2017.

NUNES, M. F. O.; HUTZ, C. S. Análise da Produção de Artigos Científicos sobre o Lazer: uma revisão. *Psicologia: Teorias e Pesquisa*. v. 30, n. 3, p. 307-315, jun./set. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ptp/v30n3/08.pdf>>. Acesso em: 16 mar. 2017.

NUNES, M. F. O. et al. Satisfação e autonomia nas atividades de lazer entre universitários. *Psicologia: Teorias e Pesquisa*, Ribeirão Preto, v. 16, n. 1, p. 91-103, abr. 2014. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-36872014000100008>. Acesso em: 24 mar. 2017.

OBA OBA CURITIBA. **Oba Oba Curitiba**. Disponível em: <<https://www.obaoba.com.br/curitiba/>>. Acesso em 5 maio 2017.

OHIRA, M. L. B.; SCHENKEL, M. B. C.; SILVEIRA, C. Critérios para Avaliação de Conteúdo dos Sites dos Arquivos Públicos Estaduais do Brasil. In: **II Cibernética, Simpósio Nacional de Informação e Documentação Jurídica**, 22º Painel Biblioteconomia em Santa Catarina, Santa Catarina, 2003. Disponível em: <http://200.19.105.194/arquivos/id_submenu/619/artigo_simposio_internacional.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2017.

PARREIRAS; F. S.; BAX, M. P. A gestão de conteúdos no apoio à engenharia de software. In: **KMBrasil**, São Paulo, Anais. São Paulo: SBGC - Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento. 2003. Disponível em: <<http://www.fernando.parreiras.nom.br/publicacoes/pgct142.pdf>>. Acesso em: 27 abr. 2017.

_____. Gestão de conteúdo com softwares livres. In: **KMBrasil**, São Paulo, Anais. São Paulo: SBGC - Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento. 2003. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Fernando_Silva_Parreiras/publication/238098310_GESTAO_DE_CONTEUDO_COM_SOFTWARES_LIVRES/links/55a64b2508aee8aaa76568ca/GESTAO-DE-CONTEUDO-COM-SOFTWARES-LIVRES.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2017.

PASSEI DIRETO. **Pesquisa mapeia o perfil do universitário brasileiro**. 2016. Disponível em: <<http://www.singcomunica.com.br/pesquisa-mapeia-o-perfil-do-universitario-brasileiro/>>. Acesso em: 28 mar. 2017.

PEREIRA, Frederico Cesar Mafra, BARBOSA, Ricardo Rodrigues. Uso de fontes de informação por consultores empresariais: um estudo junto ao mercado de consultoria de Belo Horizonte. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 13, n. 1, p. 95-111, jan./abr. 2007.

PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA. 2006. In: Agência Curitiba De Desenvolvimento S/A. **Ambiente de Negócios**. Disponível em: <<http://agenciacuritiba.curitiba.pr.gov.br/publico/conteudo.aspx?codigo=58>>. Acesso em: 30 mar. 2017.

PINHEIRO, L. V. R. **Fontes ou recursos de informação**: categorias e evolução conceitual. Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia, v.1, n. 1, 2006. Disponível em: <<http://ridi.ibict.br/bitstream/123456789/10/1/psciblena.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2017.

PIXABAY. **Imagens e vídeos gratuitos que você pode usar em qualquer lugar**. Disponível em: <<https://pixabay.com/>>. Acesso em 5 maio 2017.

PORTAL BRASIL. **Em 2014, 58,5% dos estudantes de 18 e 24 anos estavam na faculdade**. 2016. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/educacao/2015/12/numero-de-estudantes-universitarios-cresce-25-em-10-anos>>.

RÁDIOS.COM.BR. **Rádios Brasileiras Mais Acessadas por Região**. 2015. Disponível em: <http://www.radios.com.br/relatorios/stat_2015-09_regiao_16-69>. Acesso em: 15 out. 2015.

RÁDIO TRANSAMÉRICA CURITIBA. Playlist. Disponível em: <<http://www.radiotransamerica.com.br/pop/curitiba>>. Acesso em: 15 out. 2015.

RAMOS, L. A. **Utilização de software open source em três agrupamentos de escolas do distrito de Bragança**. Dissertação (Mestrado em Tecnologias de Informação e Comunicação) – Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior de Educação, Bragança, São Paulo. 2013. Disponível em: <https://bibliotecadigital.ipb.pt/bitstream/10198/8437/1/a26550_Ant%C3%B3>

nio_Luis_Ramos_disserta%C3%A7%C3%A3o_final.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2017.

REDEHOST. **Hospedagem WordPress**. Disponível em: <http://www.redehost.com.br/hospedagem-de-site/hospedagem-wordpress/?l=g02a07&gclid=CjwKEAjwq5LHBRCN0YLf9-GyywYSJAAhOw6mnD49m0pJXlyjszHNpKa1dEomkaXmKIAB8b1VMcdPRRoCSLXw_wcB>. Acesso em: 20 abr. 2017.

RIBEIRO; D. S.; SILVA, M. B. Sistema de gerenciamento de conteúdo: proposta de um catálogo bibliográfico 2.0 no WordPress. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 14, n. 1, p. 1-20, jan./abr. 2015. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Marcio_Da_Silva8/publication/297724188_Sistema_de_Gerenciamento_de_Conteudo_proposta_de_um_catologo_bibliografico_20_no_Wordpress/links/575f417a08ae9a9c955fb703.pdf?origin=publication_list>. Acesso em: 28 abr. 2017.

RIBEIRO, L. **Quais são as redes sociais mais usadas no Brasil**. 2017. Disponível em: <<http://marketingdeconteudo.com/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>>. Acesso em: 10 maio 2017.

ROCHER, G. **Sociologia Geral**. 3. ed. Lisboa: Presença, 1977.

RODRIGUES, C.; BLATTMANN, U. Gestão da informação e a importância do uso de fontes de informação para geração de conhecimento. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 19, n. 3, p. 4-29, set. 2014. ISSN 19815344. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/1515/1451>>. Acesso em: 12 mar. 2017.

RODRIGUES, A. P. et al. Gestão colaborativa de conteúdo educacional. **Novas Tecnologias na Educação**, v. 7, n. 1, jul. 2009. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Rosa_Maria_Vicari/publication/242089988_Gestao_colaborativa_de_conteudo_educacional/links/543bf76c0cf24a6ddb97cff8.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2017.

SALLES-FILHO et al. o Impacto do Software Livre e de Código Aberto (SL/CA) nas Condições de Apropriabilidade na Indústria de Software Brasileira. In: XI **Seminário Latino-Iberoamericano de Gestão Tecnológica**, Salvador, 2005.

SANDIM JÚNIOR, D. G. **A Interação no Gerenciador de Conteúdo Wordpress Sob a Perspectiva da Semiótica**. Dissertação (Mestrado em Gestão de Sistemas de Informação e do Conhecimento - Universidade FUMEC, Belo Horizonte, Minas Gerais, 2016. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/sigc/article/viewFile/4383/2588>>. Acesso em: 23 abr. 2017.

SANTOS, J. C. (2014). **Definindo o escopo de uma linha de produtos para websites baseados em WordPress**. Monografia (Graduação em Gestão de Tecnologia da Informação e da Comunicação) – Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

SANTOS, J. P. CMS: Sistemas de Gestão de Conteúdos. **Ozarfaxinars**. 2010. Disponível em: <http://www.cfaematosinhos.eu/CMS_SGConteudos.pdf>. Acesso em 29 jun. 2017.

SCHWARTZ, G. M. O **Conteúdo Virtual**: contemporizando Dumazedier. *Licere*, Belo Horizonte, v. 2, n. 6, p. 23-31, 2003.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

SECRETARIA DE LOGÍSTICA E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO. **Padrões Web em Governo Eletrônico**: guia de administração de sítios. 2012. Disponível em: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:gt5binVLjcYJ:https://www.governoeletronico.gov.br/eixos-de-atuacao/documentos-e-arquivos/e-pwg-administracao.pdf/at_download/file+&cd=1&hl=pt-BR&ct=clink&gl=br>. Acesso em: 28 abr. 2017.

SILVA, J. C.; LIMA, I, N. Gestão do conhecimento: ECM e GED. **Pós em Revista do Centro Universitário Newton Paiva**, 5. ed., jan. 2012. ISSN 2176- 7785. Disponível em: <<http://blog.newtonpaiva.br/pos/wp-content/uploads/2013/04/PDF-E5-I17.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

SILVA, K. V.; SILVA, M. H. Cultura. In: **Dicionário de Conceitos Históricos**, 2006. Disponível em: <http://www.igt.rs.gov.br/wp-content/uploads/2012/03/conceito_CULTURA.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2017.

SILVA, N. N. A diversidade cultural como princípio educativo. **Revista do Curso de Pedagogia da Universidade FUMEC**, Belo Horizonte, n. 11, p. 13-29, jul./dez. 2011. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/paideia/article/view/1307/888>>. Acesso em: 20 mar. 2017.

SOARES, D. H. P. As diferentes abordagens em orientação profissional. In M. D. Lisboa & D. H. P. Soares, **Orientação profissional em ação: Formação e prática de orientadores**. São Paulo: Summus, p. 24-77, 2000.

SOUZA, R. R.; ALVARENGA, L. A *web* semântica e suas contribuições para a ciência da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 33, n. 1, p.

132-141, abr. 2004. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652004000100016&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 17 mar. 2017.

STERN, H.; DAMSTRA, D.; WILLIAMS, B.: **Professional Wordpress: Design and Development**. Wiley Publishing, 2010.

STOPPA, E. A.; DELGADO, D. **A juventude e o lazer**. In: MARCELLINO, N. C. (Org.). **Lazer e recreação: repertório de atividades por fases da vida**. Campinas: Papirus, 2006.

TEIXEIRA, C. M. S.; SCHIEL, U. A internet e seu impacto nos processos de recuperação da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 26, n. 1, p. 132-141, apr. 1997. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19651997000100009>. Acesso em: 18 abr. 2017.

TEIXEIRA, E. F. Jovem Universitário e o Crédito. 2011. In: PINTO, M. L. P.; PACHECO, J. K. (Eds). **Juventude, consumo e educação 3: uma perspectiva plural**. Porto Alegre: Evangraf Ltda. 2011.

TEREZINI, P. T; WRIGHT, T. M. **Influences on students academic growth during four years of college**. Research in Higher Education, 1987.

TERRA, J. C.; BAX, M. P. Portais corporativos: instrumento de gestão de informação e de conhecimento. In: **Isis Paim**. (Org.). **A Gestão da Informação e do Conhecimento**. Belo Horizonte, 1. ed., p. 33-53, 2003. Disponível em: <<http://www.bax.com.br/publications/artigos/portais-corporativos-instumento-gestao-1>>. Acesso em: 19 abr. 2017.

TOMÁEL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; SILVA, T. E. Fontes de Informação na internet: critérios de qualidade. In: **TOMÁEL, M. I. (Org.)**. **Fontes de Informação na Internet**. Londrina: UDUEL, cap. 1, p. 3-27, 2008.

TREZENTOS, P.; SIMÃO, A. **Software aberto na administração pública**. ed. 1, Edição UMIC, Lisboa, 2004.

UFPR. **Plano de Desenvolvimento Institucional da Universidade Federal do Paraná**. 2012-2016. Disponível em:
<<http://www.proplan.ufpr.br/portal/pdi/PDI%20UFPR%202012-2016%20-%20Anexo%20PDIC.pdf>>. Acesso em: 03 mar. 2017.

UNESCO. **Convenção sobre a proteção e promoção da Diversidade das Expressões Culturais**, 2007. Disponível em:
<<http://www.iber museus.org/wp-content/uploads/2014/07/convencao-sobre-a-diversidade-das-expressoes-culturais-unesco-2005.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2017.

WENSING, J. **Preservação e recuperação de informação em fontes de informações digitais: estudo de caso do Greenstone**. Dissertação

(Mestrado em Ciência da Informação) – Centro de Ciências da Educação, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, Santa Catarina, 2010. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/93702>>. Acesso em: 25 abr. 2017.

WINCKLER, M.; PIMENTAR, M. S. **Avaliação de Usabilidade de Sites Web**. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação (SBC), 2002. Disponível em: <<https://www.irit.fr/~Marco.Winckler/2002-winckler-pimentari-2002-cap3.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2017.

WITT, P. A. e BISHOP, D. W. Situational antecedents to leisure behavior. **Journal of Leisure Research**, 41(3), 337-350, 2009.

WORDPRESS BRASIL. **Wordpress**: Brasil. Disponível em: <<https://br.wordpress.org/>>. Acesso em: 17 abr. 2017.