



Educação e Tecnologias: Experiências, Desafios e Perspectivas

Gabriella Rossetti Ferreira
(Organizadora)

 **Atena**
Editora

Ano 2019

Gabriella Rossetti Ferreira
(Organizadora)

Educação e Tecnologias: Experiências, Desafios e Perspectivas

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Lorena Prestes

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

E24 Educação e tecnologias [recurso eletrônico] : experiências, desafios e perspectivas / Organizadora Gabriella Rossetti Ferreira. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (Educação e Tecnologias: Experiências, Desafios e Perspectivas; v. 1)

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-7247-271-5

DOI 10.22533/at.ed.715191704

1. Educação. 2. Inovações educacionais. 3. Tecnologia educacional. I. Ferreira, Gabriella Rossetti. II. Série.

CDD 370.9

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2019

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

"Se a educação sozinha não transforma a sociedade,
sem ela tampouco a sociedade muda".

-Paulo Freire

A obra "Educação e Tecnologias: Experiências, Desafios e Perspectivas" traz capítulos com diversos estudos que se completam na tarefa de contribuir, de forma profícua, para o leque de temas que envolvem o campo da educação.

Diante de um mundo de transformações rápidas e constantes, no qual os conhecimentos se tornam cada vez mais provisórios, pressupõe-se a necessidade de um investimento constante na formação ao longo da vida.

As tecnologias estão reordenando e reestruturando a forma de se produzir e disseminar o conhecimento, as relações sociais e econômicas, a noção de tempo e espaço, modos de ser, pensar e estar no mundo, até a capacidade de aprender para estar em permanente sintonia com a velocidade das constantes transformações tecnológicas que, na verdade, tornou-se um bem maior nesta nova era.

Os saberes adquiridos nas formações iniciais já não dão mais suporte para que pessoas exerçam a sua profissão ao longo dos anos com a devida qualidade, como acontecia até há pouco tempo, conforme explica Lévy (2010, p.157): "pela primeira vez na história da humanidade, a maioria das competências adquiridas no início do seu percurso profissional, estarão obsoletas no fim da sua carreira".

As iniciativas de formação têm aumentado no Brasil, como também as propostas de educação que envolvem as tecnologias, sendo esta uma de suas inúmeras possibilidades, a atualização de conhecimentos atrelada ao exercício profissional.

Lévy assinala que, "por intermédio de mundos virtuais, podemos não só trocar informações, mas verdadeiramente pensar juntos; pôr em comum nossas memórias e projetos para produzir um cérebro cooperativo." (2010, p.96).

Percebe-se, uma nova relação pedagógica com os atores sociais, estabelecendo nos espaços mediados pela rede, um diálogo fundamentado em uma educação, ao mesmo tempo, como ato político, como ato de conhecimento e como ato de criação e recriação, pois o conhecimento só se redimensiona devido à imensa coletividade dos homens, num processo de valorização do saber de todos.

As possibilidades de comunicação e de trocas significativas com o outro, por intermédio da linguagem real ou virtual, repercutem na subjetividade como um todo e intervêm na estruturação cognitiva, na medida em que constitui um espaço simbólico de interação e construção.

Uma pessoa letrada tecnologicamente tem a liberdade de usar esse poder para examinar e questionar os problemas de importância em sócio tecnologia. Algumas dessas questões poderiam ser: as ideias de progresso por meio da tecnologia, as tecnologias apropriadas, os benefícios e custos do desenvolvimento tecnológico, os modelos econômicos envolvendo tecnologia, as decisões pessoais envolvendo o

consumo de produtos tecnológicos e como as decisões tomadas pelos gerenciadores da tecnologia conformam suas aplicações.

Aos leitores desta obra, que ela traga inúmeras inspirações para a discussão e a criação de novos e sublimes estudos, proporcionando propostas para a construção de conhecimentos cada vez mais significativo.

Gabriella Rossetti Ferreira

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A AUTONOMIA E OS PROCESSOS DE MUDANÇA UM ESTUDO SOBRE A DESISTÊNCIA EM UM CURSO ONLINE	
Maria Glalcy Fequetia Dalcim	
DOI 10.22533/at.ed.7151917041	
CAPÍTULO 2	17
A EVOLUÇÃO DA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA NO ENSINO DE GRADUAÇÃO	
Pedro Pascoal Sava	
Helena Portes Sava de Farias	
Bruno Matos de Farias	
Ana Cecilia Machado Dias	
DOI 10.22533/at.ed.7151917042	
CAPÍTULO 3	32
A IMPORTÂNCIA DA EXPERIMENTAÇÃO EM CURSOS DE GRADUAÇÃO EM QUÍMICA MODALIDADE EAD	
Érica de Melo Azevedo	
DOI 10.22533/at.ed.7151917043	
CAPÍTULO 4	43
A INFLUÊNCIA DO ESTILO DE APRENDIZAGEM DO TUTOR A DISTÂNCIA NA ESCOLHA DOS RECURSOS DIDÁTICOS	
Cristiana Mariana da S. S. do Nascimento	
DOI 10.22533/at.ed.7151917044	
CAPÍTULO 5	58
A LINGUAGEM NA ELABORAÇÃO DO MATERIAL DIDÁTICO PARA EAD	
Ana Cristina Muniz Percilio	
Priscila Vieira de Oliveira	
DOI 10.22533/at.ed.7151917045	
CAPÍTULO 6	73
ANÁLISE DO ENSINO-APRENDIZAGEM DE UMA DISCIPLINA DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA EAD ICHS-UFF: O PROCESSO DE RETROFIT	
Julio Candido de Meirelles Junior	
Camyla D'Elyz do Amaral Meirelles	
Alessandra dos Santos Simão	
DOI 10.22533/at.ed.7151917046	
CAPÍTULO 7	80
AVALIAÇÃO NA EAD UMA PERSPECTIVA DIALÓGICA: PRÁTICAS E REGULAÇÃO NORMATIVA	
Célia Maria David	
Sebastião Donizeti da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.7151917047	

CAPÍTULO 8	92
DESAFIOS PARA ORIENTADORES E ORIENTANDOS NA REALIZAÇÃO DO TCC NA EAD	
Keite Silva de Melo	
Gilda Helena Bernardino de Campos	
DOI 10.22533/at.ed.7151917048	
CAPÍTULO 9	107
EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA (EAD) E INOVAÇÃO: VICISSITUDES DO PROCESSO DE MODERNIZAÇÃO DO ENSINO SUPERIOR NO BRASIL	
Paulo Jorge de Oliveira Carvalho	
Charles Abrantes Coura	
DOI 10.22533/at.ed.7151917049	
CAPÍTULO 10	114
EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA E INOVAÇÃO NA FORMAÇÃO DOCENTE EM EDUCAÇÃO PERMANENTE EM SAÚDE	
Paulo Jorge de Oliveira Carvalho	
DOI 10.22533/at.ed.71519170410	
CAPÍTULO 11	123
EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA:; UMA REALIDADE NA FORMAÇÃO DOCENTE INICIAL	
Edson Vieira da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.71519170411	
CAPÍTULO 12	136
ESTRATÉGIAS DE ESTUDOS NA EDUCAÇÃO FÍSICA À DISTÂNCIA:; UM ESTUDO PILOTO QUANTO ÀS PREFERÊNCIAS DE APRENDIZAGEM DOS ACADÊMICOS.	
Sidney Gilberto Gonçalves	
Ketylen Jesus Dos Santos	
Lucas Diego Da Cruz	
DOI 10.22533/at.ed.71519170412	
CAPÍTULO 13	144
FERRAMENTAS MEDIADORAS PARA A INICIAÇÃO CIENTÍFICA NA MODALIDADE EAD: BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO DE UMA EXPERIÊNCIA E RESULTADOS	
Maria Gorett Freire Vitiello	
Eliza Adriana Sheuer Nantes	
DOI 10.22533/at.ed.71519170413	
CAPÍTULO 14	160
IDENTIDADE DOCENTE NA EAD: REPRESENTAÇÕES DE PROFESSORES-TUTORES	
Elaine dos Reis Soeira	
Rosana Loiola Carlos	
DOI 10.22533/at.ed.71519170414	
CAPÍTULO 15	172
IDENTIDADE, AUTONOMIA E COMPROMETIMENTO DO ALUNO NO PROCESSO DE APRENDIZAGEM A DISTÂNCIA	
Eliamar Godoi	
Guacira Quirino Miranda	
Roberval Montes da Silva	
DOI 10.22533/at.ed.71519170415	

CAPÍTULO 16 183

IMPLEMENTAÇÃO DE CURSOS NA MODALIDADE EAD: ESTUDO DE CASO EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO MÉDIO

Luiz Antonio Marques Filho
Iêda Lenzi Durão
Leonardo da Silva Sant'Anna

DOI 10.22533/at.ed.71519170416

CAPÍTULO 17 199

INICIAÇÃO CIENTÍFICA A DISTÂNCIA: UMA EXPERIÊNCIA DE PESQUISADORES NA ÁREA DE LETRAS

Eliza Adriana Sheuer Nantes
Antonio Lemes Guerra Junior
Ednéia de Cássia Santos Pinho
Juliana Fogaça Sanches Simm
Maria Gorett Freire Vitiello

DOI 10.22533/at.ed.71519170417

CAPÍTULO 18 204

O LETRAMENTO DIGITAL E A EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: POTENCIALIDADES PARA A INCLUSÃO SOCIAL

Daniela de Oliveira Pereira

DOI 10.22533/at.ed.71519170418

CAPÍTULO 19 217

O TRABALHO DO TUTOR NA EAD FUNÇÃO, ATRIBUIÇÕES E RELAÇÕES ENTRE O PROFESSOR E O ALUNO

Sandra Regina dos Reis
Okçana Battini

DOI 10.22533/at.ed.71519170419

CAPÍTULO 20 228

O USO DO FÓRUM COMO LABORATORIO DE FALA PARA A APRENDIZAGEM DA LÍNGUA INGLESA NA EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Maira Rejane Oliveira Pereira
Ana Luzia Santos Pereira Pires
Andressa Bacellar Veras
Eliza Flora Muniz Araújo
Ilka Marcia R. de Souza Serra

DOI 10.22533/at.ed.71519170420

CAPÍTULO 21 236

O USO DO WHATSAPP COMO FERRAMENTA DE PESQUISA NA EAD

Anabela Aparecida Silva Barbosa
Rafael Nink de Carvalho

DOI 10.22533/at.ed.71519170421

CAPÍTULO 22 247

OS PROCESSOS DE ENSINO E DE APRENDIZAGEM NA FORMAÇÃO DE PROFESSORES NA MODALIDADE A DISTÂNCIA

Miguel Alfredo Orth
Claudia Escalante Medeiros
Igor Radtke Bederode

DOI 10.22533/at.ed.71519170422

CAPÍTULO 23 262

PERSPECTIVAS E DIFICULDADES DOS ALUNOS DE UM CURSO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA SEMIPRESENCIAL PARA UTILIZAREM DO SUPORTE DOS TUTORES

Bárbara Oliveira de Moraes
Adalberto Oliveira Brito
Fernanda de Araújo de Calmon Melo
Maria Alice Augusta Coelho Coimbra
José Ferreira dos Santos

DOI 10.22533/at.ed.71519170423

CAPÍTULO 24 278

PLANEJAMENTO, AÇÃO DE GESTÃO E STRATÉGIAS INOVADORAS OFERECIDAS PELA COORDENAÇÃO DE TUTORIA DO CURSO DE LICENCIATURA EM CIÊNCIAS BIOLÓGICAS EAD, UAB, ICB, UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

Gláucia Maria Cavasin
Cristiane Lopes Simão Lemos
Júlia Cavasin Oliveira
Jenyffer Soares Estival Murça

DOI 10.22533/at.ed.71519170424

CAPÍTULO 25 284

REALIDADE AUMENTADA PARA A EAD: QUAL O PAPEL DO PROFESSOR NO SEU DESENVOLVIMENTO?

Daiana Garibaldi da Rocha
Adriana Ferreira Cardoso

DOI 10.22533/at.ed.71519170425

CAPÍTULO 26 289

REFLEXÕES SOBRE A ATUAÇÃO DOCENTE NO ENSINO SUPERIOR PRESENCIAL: ENTRE A EDUCAÇÃO PRESENCIAL E VIRTUAL

Eloane Aparecida Rodrigues Carvalho
Altina Abadia da Silva
Hugo Maciel de Carvalho

DOI 10.22533/at.ed.71519170426

CAPÍTULO 27 296

TECNOLOGIAS DIGITAIS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E SEUS CONTRIBUTOS PARA A GESTÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Neilane de Souza Viana

DOI 10.22533/at.ed.71519170427

CAPÍTULO 28 309

ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE USABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO USUÁRIO NAS REDES SOCIAIS: UMA REFLEXÃO PARALELA NO CONTEXTO EDUCACIONAL; [TEXTO ORIGINALMENTE APRESENTADO NO CIET:ENPED (NÓBREGA ET AL., 2018C)]

Thaynan Escarião da Nóbrega
José Klidenberg de Oliveira Júnior
Andresa Costa Pereira
Marco Antônio Dias da Silva

DOI 10.22533/at.ed.71519170428

CAPÍTULO 29 322

AS POSSIBILIDADES DE ANÁLISE DA NOÇÃO DE CAMPO SOCIAL E O ESTUDO DO CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Renato Ribeiro Daltro
Afrânio Mendes Catani

DOI 10.22533/at.ed.71519170429

CAPÍTULO 30 331

SESSÕES DE TELETANDEM À LUZ DE UMA PERSPECTIVA ECOLÓGICA

Rodrigo Schaefer
Paulo Roberto Sehnem

DOI 10.22533/at.ed.71519170430

CAPÍTULO 31 340

TECNODOCÊNCIA NA FORMAÇÃO DE LICENCIANDOS: INTERDISCIPLINARIDADE E TECNOLOGIAS DIGITAIS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Luciana de Lima
Robson Carlos Loureiro
Gabriela Teles
Thayana Brunna Queiroz Lima Sena
Deyse Mara Romualdo Soares

DOI 10.22533/at.ed.71519170431

CAPÍTULO 32 350

TECNOLOGIAS ASSISTIVAS E INCLUSÃO ESCOLAR: O USO DO SOFTWARE GRID 2 NO ATENDIMENTO EDUCACIONAL ESPECIALIZADO A ESTUDANTE COM AUTISMO EM UMA ESCOLA PÚBLICA DO DISTRITO FEDERAL

Flávia Ramos Cândido
Amaralina Miranda de Souza

DOI 10.22533/at.ed.71519170432

CAPÍTULO 33 367

ROBÓTICA DE BAIXO CUSTO COMO OBJETO DE APRENDIZAGEM PARA ESTUDANTES COM ALTAS HABILIDADES/SUPERDOTAÇÃO

Luciano Frontino de Medeiros
Scheila Leal Dantas

DOI 10.22533/at.ed.71519170433

CAPÍTULO 34	378
A UTILIZAÇÃO DO APLICATIVO HAND TALK PARA SURDOS, COMO FERRAMENTA DE MELHORA DA ACESSIBILIDADE NA EDUCAÇÃO	
Marcelo Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.71519170434	
CAPÍTULO 35	392
O PROCESSO DE APRENDIZAGEM DO DEFICIENTE AUDITIVO A PARTIR DE UMA EDUCAÇÃO INCLUSIVA MEDIADA PELO ORALISMO PURO	
Andressa dos Santos Ribeiro	
Cleres Carvalho do Nascimento Silva	
Hávila Sâmua Oliveira Santos	
Maria Claudia Lima Sousa	
DOI 10.22533/at.ed.71519170435	
CAPÍTULO 36	403
A TECNOLOGIA COMO RECURSO PARA O DESENVOLVIMENTO DE ATIVIDADES PRÁTICAS SOBRE A MORFOLOGIA DOS FRUTOS	
Adriana Marcia dos Santos	
Eliane Cerdas Labarce	
DOI 10.22533/at.ed.71519170436	
CAPÍTULO 37	418
ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL: ANÁLISE DE PRÁTICAS EDUCATIVAS NO ENSINO FUNDAMENTAL	
Emanuelle Macêdo Viana	
Maria de Fátima Camarotti	
DOI 10.22533/at.ed.71519170437	
CAPÍTULO 38	435
A SEXUALIDADE E EDUCAÇÃO SEXUAL DE MULHERES COM DEFICIÊNCIA NA INTERNET	
Karla Cristina Vicentini de Araújo	
Nayara Fernanda Vicentini	
Gabriella Rossetti Ferreira	
Paulo Rennes Marçal Ribeiro	
Ana Claudia Bortolozzi Maia	
DOI 10.22533/at.ed.71519170438	
SOBRE A ORGANIZADORA	444

ANÁLISE DA RELAÇÃO ENTRE USABILIDADE E O COMPORTAMENTO DO USUÁRIO NAS REDES SOCIAIS: UMA REFLEXÃO PARALELA NO CONTEXTO EDUCACIONAL

Thaynan Escarião da Nóbrega

Universidade Federal de Campina Grande,
Curso de Odontologia – Patos – PB

José Klidenberg de Oliveira Júnior

Universidade Federal de Campina Grande,
Curso de Odontologia – Patos – PB

Andresa Costa Pereira

Universidade Federal de Campina Grande,
Curso de Odontologia – Patos – PB

Marco Antônio Dias da Silva

Universidade Federal de Campina Grande,
Curso de Odontologia – Patos – PB

[Texto originalmente apresentado no
CIET:EnPED (NÓBREGA et al., 2018c)]

RESUMO: Entende-se que a qualidade do conteúdo e a facilidade de uso do site podem afetar o comportamento dos usuários, sendo a usabilidade representada pela facilidade com que um usuário utiliza uma nova ferramenta. O objetivo deste estudo foi avaliar a relação entre a usabilidade e o comportamento do usuário nas redes sociais Facebook e Twitter, refletindo a possibilidade de aumento na usabilidade de sites com conteúdo educacional atrelado a utilização das redes sociais como veículo de divulgação destes. As páginas dos cinco principais provedores de notícias do Brasil foram avaliadas durante um ano e tiveram sua usabilidade testada, uma vez por mês,

por três pesquisadores distintos. A cada mês, em horários predeterminados, foi realizada a avaliação das atividades de comportamento dos usuários de cada um dos provedores de notícia nas redes sociais. Observou-se que as notícias postadas pelos provedores donos das páginas com maior usabilidade eram os que possuíam maiores médias de participação dos usuários nas redes sociais. Conclui-se, dentro dos limites desse estudo, que pode haver relação entre o grau de usabilidade do site de notícias e o perfil de participação do usuário de redes sociais. Desta forma, acredita-se que os professores devam estar atentos não só a usabilidade dos seus sites, bem como abertos a possibilidade de utilização das redes sociais como mecanismo de divulgação e melhora na dinâmica ensino-aprendizagem.

PALAVRAS-CHAVE: Usabilidade. Redes Sociais. Educação Superior. TIC.

ABSTRACT: It is understood that the quality of content and easiness of use of the website may affect the users' behavior. The usability is represented by the easiness that a user performs a new tool. The objective of this study was to evaluate the relationship between usability and user's behavior on Facebook and Twitter as social media, reflecting the possibility of an increase in the usability of websites with educational content linked to the use of social

media as a vehicle for their dissemination. The official pages of the top five news websites of Brazil were evaluated for an year and they had their usability tested once a month, by three different researchers. In each month, at predetermined times, an evaluation of the users' behavioral activities was carried out for each news' website in its social media. It was observed that the news posted by the owners of the websites with the better usability were those with the highest averages of user's participation in social media. It is concluded, within the limits of this study, there may be a relationship between the usability of the news' website and the user's involvement in social media. In this way, it is believed that professors should not only be concerned about the usability of their websites, but also be open minded to the possibility of using social media as a mechanism of dissemination and improvement in the dynamic teaching-learning.

KEYWORDS: Usability. Social Media. Higher Education. ICT.

1 | INTRODUÇÃO

Atualmente o acesso às informações via rede pode ocorrer a qualquer instante, em quase todo lugar, e por qualquer pessoa que disponha de um dispositivo eletrônico conectado à internet. Esta facilidade de acesso às informações parece ter influenciado o modo de agir da sociedade. A forte relação entre o uso de dispositivos e a comunicação interpessoal reforça a representatividade não só do uso das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação, mas no entendimento do seu funcionamento e alcance nas atividades do cotidiano, baseadas em uma comunicação sem fronteiras e espaço ilimitado (OLIVEIRA-JÚNIOR; SILVA, 2014; OLIVEIRA-JÚNIOR et al., 2014).

A possibilidade de receber, produzir, compartilhar e opinar sobre os conteúdos baseia-se e praticamente depende do uso da internet, tornando-a um dos principais veículos para acesso às informações. Essa dependência, contudo, não exige as plataformas online de serem escolhidas ou preteridas pelos usuários, por isso a aparência, a distribuição de informações e a facilidade de navegação ganham importância, sendo a convergência destes pontos a usabilidade (BERG, 2013; CERVI; MASSUCHIN, 2013; MARTINS et al., 2013).

A usabilidade é definida como a facilidade com que os usuários realizam determinadas tarefas quando interagem com uma ferramenta ou objeto através de sua interface. Assim, estima-se que quanto mais agradável, fácil e rápido for acesso à informação, em um site por exemplo, mais os usuários poderão interagir (FILHO, 2012). Seguindo este pensamento a usabilidade é uma ferramenta determinante para um site, seja este de um grande provedor de notícia ou um site educacional de um professor.

Através dos sites os conteúdos são oferecidos no mundo virtual para bilhões de pessoas e a associação destes com as redes sociais, como o Facebook® e o Twitter®, possibilita não só o compartilhamento, como análises críticas do que foi visto. No Brasil, os portais de notícias parecem ter descoberto o impacto que as redes sociais

possuem a ponto de passar a usá-las como extensões da mídia convencional para replicar as informações produzidas (TELLALORI, 2010), bem como os professores atualmente discutem os pontos positivos de se utilizar o Facebook® para ampliar o acesso a outras dinâmicas de ensino aprendizagem (SILVA; SALGADO, 2016).

Cada provedor apresenta seu próprio design e estilo, contudo, pouco se sabe a respeito da influência disso sobre o público alvo. Entende-se que sites que apresentam maior usabilidade facilitam o acesso dos usuários e esta tem sido uma preocupação dos desenvolvedores desses ambientes, principalmente porque se observa que quanto mais fácil à navegação, maior o tempo de permanência do usuário no portal e a chance de retorno (SILVESTRE, 2009).

Vários são os métodos para avaliar a usabilidade, entre eles o método de teste com usuário que é caracterizado pela participação do usuário na avaliação; o método baseado em modelo que captura a maneira como o usuário interage no sistema; e por fim o método de inspeção que tem como objetivo avaliar a sua adequação de acordo com os princípios de usabilidade reconhecidos, heurísticos, sendo o último um dos mais relevantes (ROSA; VERAS, 2013).

O método de avaliação heurística leva em consideração um conjunto de princípios desenvolvidos por Nielsen e Molich (1990), denominadas heurísticas de usabilidade. Um pequeno grupo de três a cinco avaliadores percorre isoladamente o sistema para evitar que ocorra algum viés no teste, buscando identificar problemas que venham a ferir alguma das heurísticas. Este método geralmente é eleito justamente por ser rápido e de menor custo para a verificação da usabilidade. Após as avaliações individuais, os avaliadores se reúnem para analisar os problemas encontrados e assim unir as observações da sua pesquisa (NIELSEN, 1993; NIELSEN, 1995; NIELSEN, 2001; FILHO, 2012).

Apesar da usabilidade refletir a taxa de sucesso do uso de um site e da sua avaliação indicar o que precisa ser feito para atender as necessidades dos usuários (FILHO, 2012), pouco se sabe a respeito da relação entre a usabilidade e a forma com que os usuários das redes sociais interagem com os conteúdos postados nestes sites. Sendo assim, objetivou-se nesta pesquisa avaliar esta relação refletindo sobre a possibilidade de melhoramento na usabilidade de sites com conteúdo educacional atrelado a utilização das redes sociais como veículo de divulgação destes, baseando-se nos resultados encontrados na avaliação dos principais provedores de notícias do Brasil.

2 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De maneira descritiva e longitudinal foi avaliada a usabilidade dos cinco principais provedores de notícias do Brasil, por meio de dois métodos distintos, o da University of Salford (PROTECTOR, 2006) e pelo método da Utah State University (USU).

O primeiro método trata-se de uma avaliação abrangente com tópicos e subtópicos

específicos de usabilidade. Os sete critérios principais são a superestrutura, gráficos, cores, conteúdo, legibilidade, layout da página e links. O segundo método utilizado é direto e simples, contendo sete perguntas no qual o avaliador deverá escolher entre o espectro de cinco possibilidades que variam de “concordo fortemente” até “discordo fortemente”.

Para este estudo foram escolhidos os sites de notícia que se encontravam no topo da lista do website <www.alexa.com>, na categoria “País” escolhendo o Brasil. Este site é o principal fornecedor gratuito para medir a popularidade, o acesso, o ranking mundial e o ranking por país dos sites globais. Mais de 30 milhões de websites e 125 países estão cadastrados. Segundo o próprio provedor, cerca de 6 milhões de pessoas visitam o site a cada mês.

Sendo assim, em ordem de popularidade, escolhendo apenas portais de notícias, os cinco principais provedores do Brasil foram: Universo Online® <www.uol.com.br>, Globo® <www.globo.com>, Yahoo® <www.yahoo.com>, Terra® <www.terra.com.br> e Ig® <www.ig.com.br>. A usabilidade destes sites foi avaliada mensalmente, durante um ano, por três avaliadores distintos.

Na segunda parte da pesquisa as redes sociais oficiais destes provedores, o Facebook® e o Twitter®, foram analisadas para aferir o modo de participação do usuário. No Twitter® foi avaliada a quantidade de “tweets”, os quais clicando na opção “expandir” era possível visualizar quantas pessoas compartilharam o conteúdo nos seus perfis (retweet) ou adicionaram como as melhores informações do dia (favorite). No Facebook® foram contabilizadas quantas pessoas “compartilharam” as notícias em suas páginas de perfis, quantas “curtiram” e quantos “comentários” foram feitos por parte dos usuários em cada notícia. A avaliação das redes sociais ocorreu durante uma hora, dentre sete dias consecutivos de um mês, por um intervalo de um ano.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÃO

Antigamente as notícias eram transmitidas de uma forma unidirecional, ou seja, existia um locutor que passava o conteúdo e o receptor apenas recebia de maneira passiva, sem poder ter algum tipo de interferência, a exemplo temos a televisão, rádio ou jornal impresso (FERREIRA; CHAUVEL; SILVEIRA, 2006; CAVALLINI, 2008).

Silva-Jr (2004) afirma que o conteúdo das mesmas era repassado em redes fechadas e com o advento da web a capacidade de alcance se multiplicou brutalmente. Há uma colocação dos modelos de serviços informativos existentes que são transpostos para a internet, além da criação de novas alternativas de entrega de conteúdo possibilitadas pelas redes digitais.

Com o amplo acesso da internet, houve um aumento significativo na quantidade de informações disponibilizadas para o acesso do público. Potencialmente esse meio permite uma propagação rápida das notícias, assim com as atualizações

constantes e o acesso em qualquer lugar. Devido essas características, a internet está integrada ao processo de debate e passa a ser considerada, juntamente com as mídias convencionais, como um veículo importante de comunicação que contribui para aumentar o leque de informações disponíveis ao público (ARAÚJO; PENTEADO, SANTOS, 2010).

Azevedo (2010) entende que todo esse quadro vem sendo propiciado pela inserção das TIC que a partir dos anos 70 e 80 têm sido introduzidas paulatinamente na sociedade. A associação da internet com a facilidade de aquisição dos dispositivos eletrônicos possibilitou o aumento na rapidez no acesso às informações. O grande número de portais de notícias, disponibilizados via web, também contribui para tornar o ambiente virtual chamativo para a navegação.

3.1 RESULTADOS DOS TESTES DE USABILIDADE

Avaliaram-se os níveis de usabilidade de cada portal aferidos pelos testes das universidades de Utah e Salford. Antes de realizar o acesso nos sites de notícias, uma lista com tarefas em comum para executar em todos os sites foi pré-estabelecida, e esta auxiliou na constatação das possíveis falhas da usabilidade.

No teste realizado pelo método da Utah State University averiguou-se que o portal de notícia que teve maior usabilidade foi a Globo® (4,9), seguido pelo da Uol® (4,7), Terra® (4,3), Ig® (3,5) e Yahoo® (3,3), sendo essas as médias obtidas dos escores de um ano de pesquisa (Quadro 1). No teste da University of Salford os resultados obtidos foram similares com os provedores dispostos na mesma ordem de usabilidade: Globo®, Uol®, Terra®, Ig® e Yahoo® (Quadro 1). Não houve diferença estatística entre os resultados obtidos dos diferentes testes, apesar do teste da Salford apresentar uma maior especificidade.

	Globo®	Uol®	Terra®	Ig®	Yahoo®
Utah	4,9	4,7	4,3	3,5	3,3
Salford	4,9	4,6	3,8	3,0	2,7

Quadro 1. Média da usabilidade dos sites dos cinco provedores de notícias avaliados pelos métodos de Utah e Salford após um ano. Escalas variando de 0-5.

Fonte: Autoria própria.

Uma das principais formas de aferir a usabilidade é a através da estrutura e do design, esse fator está inteiramente ligado às necessidades do usuário e suas características interdisciplinares são essenciais no contexto de organização e estruturação da informação que transmitem conhecimentos necessários à estruturação da função, da linguagem e da comunicação visual (SILVESTRE, 2009)

No presente estudo a estrutura dos portais, inclusa tanto no teste da Salford quanto no da Utah, foi preponderante na baixa usabilidade observada nos portais, Ig®

e Yahoo®, uma vez que o layout deficiente complicava o entendimento e a navegação intuitiva nas páginas. Um erro muito comum observado foi a não localização da barra de busca no canto superior direito da página.

Ao contrário, observou-se nos provedores que obtiveram maiores valores de usabilidade (Globo® e Uol®) a organização e divisão das informações na tela eram de forma clara e objetiva, muitas vezes marcada pela categorização das áreas de interesse do internauta com cores distintas.

3.2 RESULTADOS DAS AVALIAÇÕES NO FACEBOOK®

Os resultados encontrados no Facebook® mostram que o provedor Uol® apresentou-se com maior número absoluto de compartilhamento, curtidas e comentários (Gráfico 1). Este mesmo provedor teve o segundo melhor índice de usabilidade nos dois testes executados, evidenciando a relação positiva entre a usabilidade e a participação dos usuários.

O provedor Terra® que teve números similares com o da Uol®, tanto nos testes de usabilidade, quanto no Facebook® (Gráfico 1), demonstra-se como o que tem maior potencial para ser o mais repercutido nesta rede social no futuro. A modificação no tipo e quantidade de postagem mostra a preocupação deste provedor com os seus usuários no Facebook®, o que acarretou em um aumento no número de seguidores, tornando-o mais seguido no Facebook® ao final da pesquisa.

Os provedores Ig® e Yahoo® não demonstraram expressão significativa no Facebook®. Ambos provedores postaram muito durante a avaliação, porém a maioria das notícias eram antigas, repetidas e com pouco impacto de repercussão pelos seus usuários. Embora a Globo® apareça com os menores números absolutos no Facebook® (Gráfico 1), pela pouca quantidade de postagens, o impacto destas era bem maior quando comparados aos da Ig® e Yahoo®.

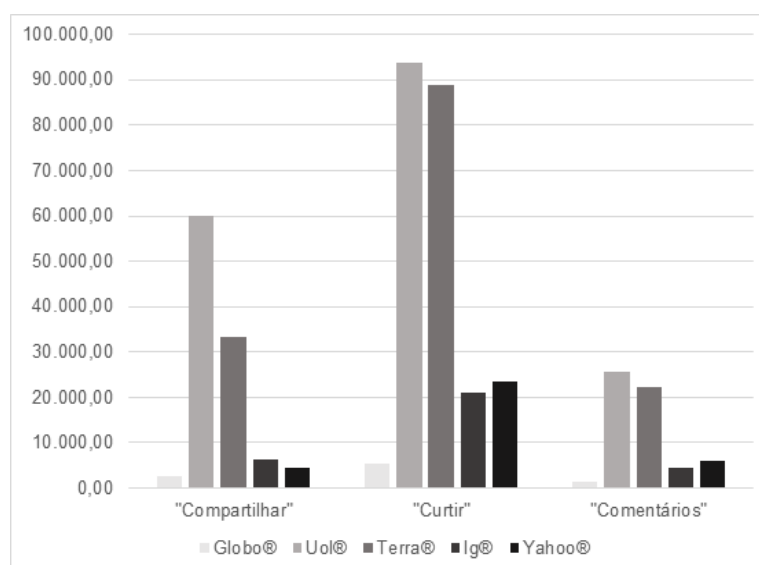


Gráfico 1: Representação gráfica em números absolutos da quantidade de compartilhamento, curtidas e comentários somados no Facebook® durante a vigência da pesquisa.

Fonte: Autoria própria.

3.3 RESULTADOS DAS AVALIAÇÕES NO TWITTER®

A análise dos dados obtidos junto ao Twitter® demonstrou que, diferentemente do que se observou no Facebook®, o provedor Globo® foi o que apresentou a maior quantidade de retweets e favorites (Gráfico 2). A sua página no Twitter® foi criada em setembro de 2007, tendo cerca de 3,06 milhões de seguidores, e já publicaram por volta de 306 milhões de tweets. Esta é a página a mais seguida no Twitter® das cinco observadas nesse estudo. Este provedor participa do Twitter® apenas postando links de notícias disponíveis no seu site oficial, não participando ativamente de discussões ou respostas a seguidores, mesmo assim, sua participação é diária e frequente, uma vez que durante todo o dia são postadas novas notícias (ZAGO, 2012; ZAGO 2013).

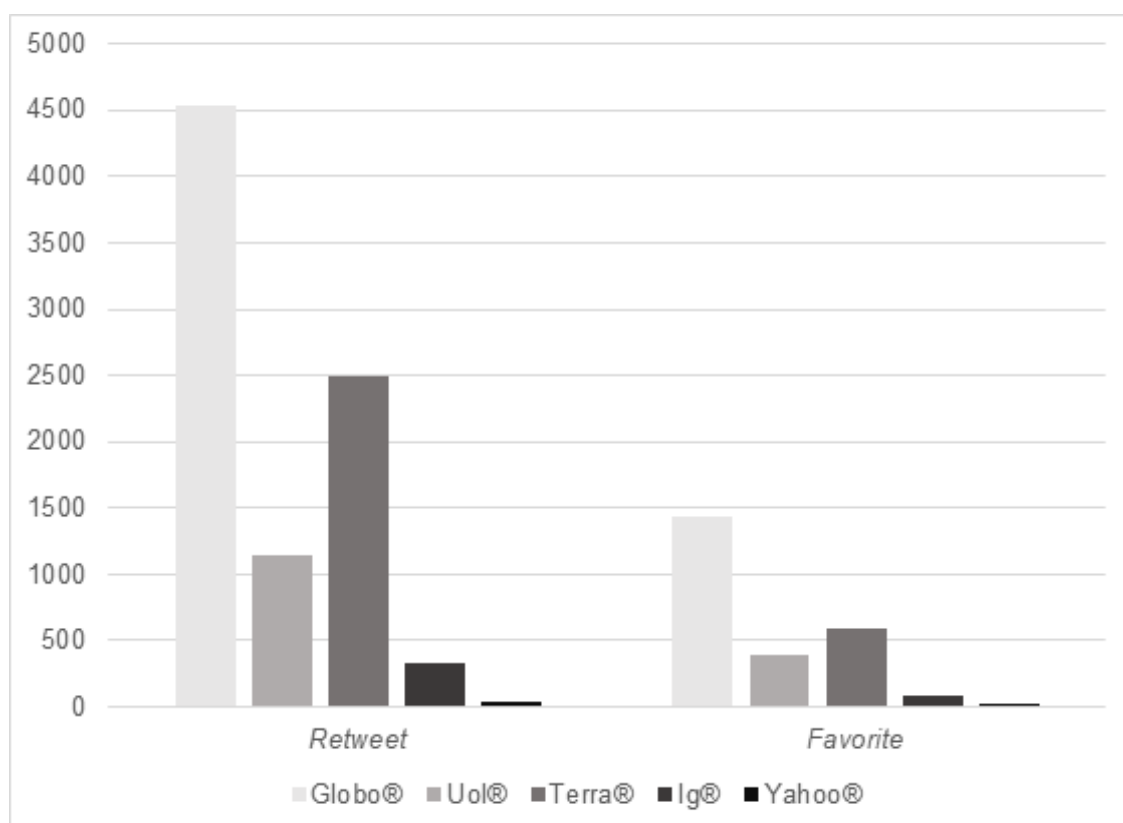


Gráfico 2: Representação gráfica em números absolutos da quantidade de Retweet e Favorite no Twitter® durante a vigência da pesquisa.

Fonte: Autoria própria.

Durante a pesquisa o provedor Globo® sempre mostrou versatilidade no conteúdo postado, seus posts estavam relacionados aos conteúdos mais comentados do momento e o tipo de informação que predominava nas postagens eram as notícias. Acredita-se que uma possível explicação para a grande participação dos usuários do Twitter® seja a presença da interação deste com a mídia televisiva, tendo em vista que a grande maioria da programação do canal de TV é aberta, permitindo até mesmo a interação dos telespectadores via Twitter®, fato não observado nos outros quatro provedores.

Sugere-se então que parece existir uma preferência dos usuários em interagir com

um determinado programa de TV através do Twitter®, pois quando se utiliza a hastag (#) durante a realização de um comentário, na sua própria página, tal comentário é postado também na página da hastag gerada automaticamente pelo Twitter® (ZAGO, 2013). Esse recurso trouxe ao Twitter® uma característica bastante interessante que é a ruptura na maneira de se publicar conteúdo, devido à flexibilidade permitida pelo polo emissor, agora todos podem publicar e comentar informações, independentes de serem jornalistas ou ligados a algum grupo de comunicação (VIEIRA, 2010).

Os provedores Uol® e Terra® tiveram uma participação de usuários considerada intermediária quando comparada com os provedores que obtiveram os piores resultados (Ig® e Yahoo®) no Twitter®. Portanto, observa-se que os três provedores com maior índice de usabilidade foram os que apresentaram melhor repercussão no Twitter®, ao passo que os que tiveram a menor usabilidade foram os menos repercutidos pelos usuários (Gráfico 2).

3.4 Resultados da relação entre a usabilidade e o comportamento dos usuários

Com a finalidade de saber se existe relação entre o grau de usabilidade e a forma com que os usuários repercutem as notícias nas duas redes sociais, construiu-se um quadro com os valores dos testes e os resultados padronizados das avaliações. A padronização foi obtida ao se dividir o valor total de cada item, compartilhar, curtir e comentar, do Facebook® pela quantidade total de postagens. O mesmo foi realizado com os dados do Twitter® e seus respectivos retweets e favorites (Quadro 2).

	Globo®	Uol®	Terra®	Ig®	Yahoo®
Usabilidade (Utah)	4,9	4,7	4,3	3,5	3,3
Usabilidade (Salford)	4,9	4,6	3,8	3,0	2,7
Facebook® (Compartilhar)	132,5	556,5	284,0	24,3	92,8
Facebook® (Curtir)	277,0	869,2	758,3	83,1	477,8
Facebook® (Comentar)	70,6	237,3	190,6	17,4	119,3
Twitter® (Retweets)	19,9	4,0	7,1	2,1	1,1
Twitter® (Favorite)	6,3	1,3	1,7	0,5	0,7

Quadro 2. Análise da relação entre o grau de usabilidade e os valores padronizados relativos ao Facebook® e Twitter® de cada portal de notícia.

Fonte: Autoria própria.

Dentro dos limites deste estudo, no que diz respeito ao Facebook®, pode-se afirmar que existe relação entre uma maior usabilidade e o aumento da participação do usuário, pois o Uol®, segundo lugar nos testes de usabilidade da Utah e Salford foi o site que apresentou maiores números em compartilhamentos, curtidas e comentários na padronização dos resultados. Ao longo da pesquisa observou-se o quanto as postagens da Uol® tinham sucesso na participação do usuário, em questões de

minutos uma notícia desse provedor já recebia o dobro de curtidas, compartilhamentos e comentários quando comparado aos outros provedores.

Destaca-se que o Globo®, portal que apresentou a melhor usabilidade, postou no Facebook® apenas 19 vezes ao longo dos doze meses de pesquisa, porém, após a padronização observa-se que este é o terceiro provedor mais repercutido nesta rede social. Contrariamente, a Ig® foi o provedor que mais postou no Facebook®, entretanto a sua repercussão era mínima, sendo este o último colocado nesta rede social após padronização. Tal resultado era previsto tendo em vista que a usabilidade da Ig® foi a segunda pior em ambos os testes realizados.

Com relação a rede social Twitter®, os resultados obtidos seguem padrões similares aos do Facebook®. Nesta rede social o provedor Globo® que havia apresentado o melhor índice de usabilidade, em ambos testes, foi a que apresentou o maior número de retweets e favoritos demonstrando que a participação dos usuários foi evidente neste provedor devido à alta qualidade na usabilidade do seu site.

Já Yahoo® apresentou a pior usabilidade nos dois testes e por sua vez obteve os piores índices de participação dos usuários em suas postagens no Twitter®, sugerindo deste modo a existência da relação entre o grau de usabilidade e a forma com que os internautas dos portais propagam as notícias.

A relação entre as redes sociais e os portais já havia sido levantada por Tellalori (2010), justamente pela facilidade de permitir que aquela notícia acessada fosse disseminada além do portal. Contudo essa é a primeira vez que se demonstra a relação positiva do grau de usabilidade de um portal com a forma de agir dos usuários. Nesta pesquisa pode se observar que a usabilidade e participação dos usuários eram favoráveis para os provedores Globo®, Uol® e Terra®, e o oposto foi observado nos provedores Ig® e Yahoo®, os quais apresentaram baixa usabilidade nos seus sites bem como uma participação média abaixo do esperado nas redes sociais.

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE OS PROVEDORES

4.1 GLOBO®

A Globo® manteve-se como o provedor que apresentava os melhores índices de usabilidade para o seu site, apesar de ter tido poucas mudanças em sua página no decorrer da pesquisa. Apresentou-se desde do início com a melhor participação dos usuários no Twitter®, além do maior número de seguidores, mais de 800 mil, e com um aumento de 44% ao ano. Apesar de não ter dado muita atenção a rede social Facebook®, nos meses iniciais, este provedor começou a ter diversas modificações, tais como o aumento no número de posts e autenticação da página o que lhe garantiu o aumento da participação de usuário em número recorde: 370% em um ano! Também foi o provedor que apresentou o maior aumento no número de seguidores no Facebook®,

mais de 2 milhões durante a pesquisa. Estes dados mostram que este provedor mudou à sua maneira de utilizar o Facebook® e isto acarretou em uma maior participação dos usuários nesta rede social.

4.2 UOL®

Apesar de ter apresentado a melhor participação dos usuários nos seguimentos do Facebook®, a página da Uol® manteve-se inerte a melhorias. Apresentava a maior quantidade de usuários, porém foi a que obteve o menor crescimento de seguidores durante a pesquisa. Além disto, no último trimestre, a página teve uma queda bem perceptível enfatizando a necessidade de modificação no tipo de conteúdo postado, bem como no seu site. No Twitter® a página foi intermediária: não é a pior e nem promete ser a melhor. A Uol® deve fazer uma repaginada em seu site principal caso queira acompanhar as modificações dos demais provedores.

4.3 TERRA®

No quesito evolução o provedor Terra® foi o melhor. A página deste provedor no início da pesquisa era intermediária, porém grandes avanços ocorreram. No Facebook® a página obteve um excelente aumento, sendo ao final da pesquisa a que apresentou o maior número de seguidores, mais de 270 mil a mais que a segunda colocada Uol®, o que repercutiu em uma maior participação dos usuários nos comentários e curtidas nesta rede social. A Terra® começou a postar menos informações, mas teve uma repercussão bem maior porque o tipo de conteúdo era mais atrativo aos usuários. No Twitter® manteve-se em segundo lugar. A Terra® é um provedor que de acordo com os resultados obtidos durante a avaliação tem chances de ser a mais repercutida no Facebook® no futuro.

4.4 IG®

Mantém o penúltimo lugar na usabilidade e o seu site não tem perspectivas positivas. As notícias na sua maioria não se modificam, permanecendo inertes com o decorrer do tempo. O resultado disto é uma menor participação dos usuários no Facebook®, a pior avaliada nesta pesquisa, principalmente por repetir muitas notícias antigas e que não agradam os seus usuários. Na rede social Twitter® apresentou-se como a segunda pior devido à enorme quantidade de post que assim como no Facebook® não tem repercussão. Este provedor precisa melhorar em tudo: no seu site, Twitter® e Facebook®, caso queira melhorar seus números.

4.5 YAHOO®

Na usabilidade, este provedor foi o pior classificado, porém durante a pesquisa algumas mudanças nas redes sociais foram perceptíveis. O maior avanço foi a modificação da sua página principal que veio a interferir de maneira decisiva

a repercussão na sua página do Facebook®. Ao mesmo tempo que ocorreu essa modificação, no Facebook® os usuários começaram a curtir mais a página, bem como participarem mais das notícias postadas. No Twitter® ocorreu uma tentativa de melhoria após o aumento no número de postagem, porém não existiu muita repercussão dos usuários. Diferentemente da Ig®, este provedor reconheceu que existe a necessidade de melhoramento para uma maior participação dos usuários.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os principais pontos discutidos neste artigo foram a relação entre a usabilidade e o grau de participação dos usuários nas redes sociais Facebook® e Twitter® dos principais provedores de notícia do Brasil. Os resultados evidenciados mostraram que as páginas que possuíam os maiores índices de usabilidade eram as mais repercutidas nas redes sociais após padronização do estudo.

O intuito de realizar esta pesquisa com os principais provedores de notícias do Brasil foi por estes terem uma quantidade de informação e postagem, bem como uma participação de usuários elevada quando comparados a outros websites disponíveis. Entretanto, a reflexão paralela feita estaria associando um site de um determinado professor universitário e como os seus alunos participariam ou teriam acesso a essa informação após ser emitida através das redes sociais.

Deste modo, enfatiza-se o questionamento aos professores universitários, os raros que possuem sites específicos para suas disciplinas, quanto a usabilidade destes. Será que apenas possuir um site com conteúdo desatualizado e sem interatividade irá repercutir na melhoria do ensino-aprendizagem através da utilização das TDIC?

A inserção massiva de dispositivos eletrônicos e acesso à internet tem feito com que os educadores se remodelem as novas tendências da atualidade. A discussão sobre a utilização positiva de ferramentas TIC já está bem consolidada na literatura, porém, o modo como estas ferramentas estão sendo disponibilizadas pelos professores merece uma atenção maior e talvez seja o novo caminho a se discutir (NÓBREGA et al, 2014; 2018a; 2018b).

Almeja-se que os professores continuem atualizando-se, pois a partir deste estudo pode-se concluir que os sites precisam ter uma usabilidade expressiva para que os seus usuários tenham o anseio de utilizá-lo por mais tempo e mais vezes. Além disto, as redes sociais podem ser utilizadas como veículos destes sites ou até mesmo como páginas oficiais que poderiam disponibilizar conteúdos atrelados as ferramentas TIC já conhecidas e bem aceitas pelos estudantes.

6 | AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao apoio financeiro do UOL (www.uol.com.br), através do Programa

UOL Bolsa Pesquisa, processo Número “20130220164200”. Além deste, o PIBIC/CNPq/UFMG.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, R.P.A.; PENTEADO, C.L.C.A.; SANTOS, M.B.P. **O uso das NTICs na formulação e divulgação de políticas públicas**. Ponto-e-vírgula, v.8, p.88-121, 2010.

AZEVEDO, M.F.; SILVA, P.M. **As Redes Sociais e os novos hábitos culturais dos consumidores na comunicação mercadológica do século XXI**. Revista eletrônica temática, v.6, n.6, p.1-10 2010.

BERG, C.H. **Avaliação de ambientes virtuais de ensino aprendizagem acessíveis através de testes de usabilidade com emoções**. 2013. 71f. Dissertação (Mestrado em Engenharia e Gestão do Conhecimento) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

CAVALLINI, R. **Marketing depois de Amanhã. Explorando novas tecnologias para revolucionar a comunicação**. 2.ª Edição. São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://bit.ly/1pd1O1Y> />. Acesso em: 03/05/2016.

CERVI, E.U.; MASSUCHIN, M.G. **O que interessa ao público nos portais informativos? – As notícias ‘mais lidas do dia’ e o papel da internet como fonte de informação política durante o período eleitoral**. Revista Compólitica, v. 2, n. 3, p.1-32, 2013.

FERREIRA, S.B.L.; CHAUVEL, M.A.; SILVEIRA, D.S. **Um estudo de usabilidade de sites de empresas virtuais**. Produção, v.16, n.2, p.287-302, 2006.

FILHO, A.M.S. **Usabilidade é dar a atenção que o usuário merece**. Revista Espaço Acadêmico, v.12, n.133, p.57-61, 2012.

MARTINS, A.I.; QUEIRÓS, A.; ROCHA, N.P.; SANTOS, B.S. **Avaliação de Usabilidade: Uma Revisão Sistemática da Literatura**. Iberian Journal of Information Systems and Technologies, n.11, p.31-44, 2013.

NIELSEN, J.; MOLICH, R. **Heuristic evaluation of user interfaces**. Proc. ACM CHI’90 Conf., Seattle, EUA, 1-5 abril, pp. 249-256, 1990.

NIELSEN, J. **Usability Engineering**. San Francisco: Editora Academic Press; 1993.

NIELSEN J. **Useit.com: Jakob Nielsen’s Website**. Fremont, CA/USA; 1995.

NIELSEN, J. **Homepage Usability: 50 Websites Deconstructed**. New Riders Press, 1ª Edição
Nielsen J. Heuristic Evolution. Fremont, CA/USA. 2001. Disponível em: <<http://www.useit.com/papers/heuristic/>>. Acessado em: 21/06/2017.

NÓBREGA, T. E.; LOPES, R. T.; PEREIRA, A. C.; SILVA, M. A. D. **As TICs como ferramenta auxiliar no ensino da histologia nos cursos de Odontologia das regiões Nordeste e Centro-Oeste do Brasil**. Revista Iberoamericana de Educación en Tecnología y Tecnología en Educación, Buenos Aires, v. 14, p. 47-54, 2014.

NÓBREGA, T. E.; RIBEIRO, E. C.; SOUTO, I. C. C.; SILVA, M. A. D.; PEREIRA, A. C. **Conteúdo online no ensino odontológico: análise de uma disciplina básica**. Journal of Health Informatics, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 50-54. 2018a.

NÓBREGA, T. E.; RIBEIRO, E. C.; OLIVEIRA-JÚNIOR, J. K.; PEREIRA, A. C.; SILVA, M. A. D. **O uso**

das TIC como ferramenta de ensino da histologia nos cursos de Odontologia das regiões Sul e Sudeste do Brasil. Revista Iberoamericana de Educación en Tecnología y Tecnología en Educación, n.22. 2018b. Artigo no prelo.

NÓBREGA, T. E.; OLIVEIRA-JÚNIOR, J. K.; PEREIRA, A. C.; SILVA, M. A. D. **Análise da relação entre usabilidade e o comportamento do usuário nas redes sociais: uma reflexão paralela no contexto educacional.** CIET:EnPED. Disponível em:

<<http://cietenped.ufscar.br/submissao/index.php/2018/article/view/238>>.

Acesso em: 03 dez. 2018c.

OLIVEIRA-JÚNIOR, J.K.; LOPES, R.T.; SANTOS, M.L.; PEREIRA, A.C.; SILVA, M.A.D. **O uso das TIC no ensino complementar da histologia nos cursos de odontologia da Paraíba.** Hipertextus Revista Digital, v.11, n.2, p. 1-18, 2013.

OLIVEIRA-JÚNIOR, J.K.; SILVA, M.A.D. **As tecnologias de informação e comunicação como ferramenta complementar no ensino da histologia nos cursos odontologia da Região Norte.** J. Health Inform, v.6, n, 2, p.60-6, 2014.

PROCTER, C.T. **Teaching the evaluation of web usability.** 2006. Disponível em: <<http://usir.salford.ac.uk/27120/3/TeachingEvaluationofWebUsability-1.pdf>>. Acesso em: 20/05/2017.

ROSA, J.M.; VERAS, M. **Avaliação heurística de usabilidade em jornais online: estudo de caso em dois sites.** Perspectivas em Ciência da Informação, v.18, n.1, p.138-157, 2013.

SILVA-JUNIOR, J.A. **O transnacional e o local no jornalismo na web: problematizando as relações entre as agências de notícias e os portais locais.** In: ENCONTRO NACIONAL DOS PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2., 2004, Salvador. Anais... Salvador: Anais do II Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo, 2004, p.1-14.

SILVA, M.T.C.; SALGADO, P.F.P. **Redes sociais, em especial o Facebook, na interpretação das possibilidades de ações das práticas docentes no ensino: uma ferramenta capaz de agir diretamente no processo didático-pedagógico.** In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 3., 2016, São Carlos. Anais... São Carlos: Anais do simpósio Internacional de educação a distância, 2016, p.1-24.

SILVESTRE, R.G. **Usabilidade na Web.** 2009. Monografia (Graduação) Taquaritinga-SP: Centro Paulo Souza – Centro Tecnológico de Taquaritinga. 2009.

TELLALORI, T.M. **O uso do twitter pelos portais de notícia Uol, Terra e G1.** Sessões dos Imaginários, v.23, n.15, p.109-116, 2010.

USU – Utah State University. Disponível em <<http://ocw.usu.edu/instructional-technology-learning-sciences/producing-distance-education-resources/resource30.html>>. Acesso em: 20/05/2017.

VIEIRA, E.S., et al. **As redes sociais e o novo consumidor de notícias.** In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 12., 2010, Campina Grande. Anais... Campina Grande: Anais do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2010.

ZAGO, G.S. **Sites de Redes Sociais e Jornalismo: Explorando a Percepção dos Usuários sobre a Circulação Jornalística no Twitter e no Facebook.** Revista Novos Olhares, v.2, n.2, p.49-50, 2012.

ZAGO, G.S; BASTOS, M.T. **Visibilidade de notícias no twitter e no facebook: Análise comparativa das notícias mais repercutidas na Europa e nas Américas.** Brazilian journalism research, v.9, n.1, p.116-133, 2013.

SOBRE A ORGANIZADORA

GABRIELLA ROSSETTI FERREIRA Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Educação Escolar da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP, Araraquara, Brasil. Mestra em Educação Sexual pela Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP, Araraquara, Brasil. Realizou parte da pesquisa do mestrado no Instituto de Educação da Universidade de Lisboa (IEUL). Especialista em Psicopedagogia pela UNIGRAN – Centro Universitário da Grande Dourados - Polo Ribeirão Preto. Graduada em Pedagogia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP, Araraquara, Brasil. Agência de Fomento: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq. Atua e desenvolve pesquisa acadêmica na área de Educação, Sexualidade, Formação de professores, Tecnologias na Educação, Psicopedagogia, Psicologia do desenvolvimento sócio afetivo e implicações na aprendizagem. Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/0921188314911244>

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-271-5

