

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO
CONHECIMENTO**

ANDRÉ NUNES DE AZEVEDO

**A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO DA LIVRARIA DIGITAL DA EDITORA UFS:
um estudo interdisciplinar entre a Arquitetura da Informação e o Design
Gráfico**

São Cristóvão - SE

2022

ANDRÉ NUNES DE AZEVEDO

**A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO DA LIVRARIA DIGITAL DA EDITORA UFS:
um estudo interdisciplinar entre a Arquitetura da Informação e o Design
Gráfico**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Sergipe, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação para obtenção do título de mestre em Gestão da Informação e do Conhecimento.

Linha de pesquisa: Informação, sociedade e cultura

Orientadora: Profa. Dra. Germana Gonçalves de Araújo

São Cristóvão - SE

2022

Dados de Catalogação na Publicação (CIP)

A994e	Azevedo, André Nunes de A experiência do usuário da livraria digital da editora UFS [manuscrito] : um estudo interdisciplinar entre a Arquitetura da Informação e o Design Gráfico / André Nunes de Azevedo. - São Cristóvão, SE, 2022. 186 f. : il. ; color. Orientadora: Germana Gonçalves de Araújo. Dissertação (mestrado profissional em Gestão da Informação e do Conhecimento) – Universidade Federal de Sergipe, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, 2022. 1. Estudo de usuário. 2. Editora universitária. 3. Arquitetura da Informação. 4. Design Gráfico. I. Araújo, Germana Gonçalves de, orient. II. Título. CDD 025.5.378.05 CDU 024:655.41(UFS)
-------	--

**Ficha elaborada pela bibliotecária documentalista Joyce Dayse de Oliveira Santos
(CRB-5/SE-002005)**

ANDRÉ NUNES DE AZEVEDO

**A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO DA LIVRARIA DIGITAL DA EDITORA UFS:
um estudo interdisciplinar entre a Arquitetura da Informação e o Design
Gráfico**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Sergipe, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação para apresentação da defesa do Mestrado Profissional em Gestão da Informação e do Conhecimento.

Avaliação: Aprovado

Data: 30/11/2022

BANCA EXAMINADORA

Profa Dra Germana Gonçalves de Araújo
Orientadora – PPGCI/UFS

Prof. Dr. Ronaldo Ferreira Araújo
Membro examinador externo – PPGCI/UFAL

Prof. Dr. Pablo Boaventura Sales Paixão
Membro examinador interno – PPGCI/UFS

Dedico este trabalho à minha mãe, maior companheira e amiga
que poderia querer em minha vida!

AGRADECIMENTOS

Eu nem sei por onde começar a agradecer, são tantas pessoas que participaram da minha vida, e que, de alguma forma, influenciaram a pessoa que sou hoje. Mas gostaria de agradecer a todos que me apoiaram, que sempre estiveram comigo nos momentos de tensão para me dar suporte, em especial à minha mãe, Martha. Sem você, meu amor, eu não teria conseguido e você sabe bem disso, e espero que um dia eu possa ser 1% do ser humano maravilhoso que você é, e você merece um parágrafo só seu para eu tentar demonstrar toda a minha gratidão e amor, por me acompanhar todos estes anos sem nunca largar minha mão, precisando ou não!

Os agradecimentos não estariam completos se eu não reservasse um espaço para minha orientadora Germana, que me acompanha desde outra fase da minha vida (a graduação), e que fiquei extremamente feliz por dividir esse processo agora! Sempre disposta e presente para qualquer problema que eu tivesse, trazendo sempre uma dose de energia e leveza para todo esse processo, o que é imensurável para mim.

Queria agradecer ao meu pai, Antonio, por todos os ensinamentos e orientações que já me deu. Seus conselhos valem ouro! Agradecer também aos meus irmãos: Amanda, que sempre alegra meu dia e sei que sempre posso contar para o que for... inclusive cantar as músicas de Mulan; Matheus e Sophia, dois anjinhos que me alegram sempre com o brilho que cada um tem. À Ana pelo carinho. Aos meus avôs Jorge, que para mim é meu segundo pai, e Enoque (*in memorian*). Às minhas avós Maria (*in memorian*) e Mízia (*in memorian*), que me proporcionaram momentos que hoje me fazem apenas sentir saudade. Aos meus tios e tias: Márcia, Anfrízio, Cris, Jorginho, Tatá, Nenê (*in memorian*), Izinha e Titio, e às minhas primas e aos meus primos. Vocês todos têm um lugar no meu coração e me sinto muito abençoado por ter vocês em minha vida.

Agradeço a todos que me acompanharam durante esses 2 anos de mestrado, mesmo que tenha sido por um período curto. Agradeço à Ida (minha representante que tive honra de ser vice), Hiago, Loíze, Allan, Kelly, Renata, Isaías, Venâncio, e por último, mas com tanto peso como os outros, a Alexandre (*in memorian*), que entrou junto comigo dividindo orientação com Germana e que, mesmo com pouco tempo conseguiu deixar sua marca em todos nós. Vocês fizeram, de alguma forma, com que todo esse processo fosse mais divertido, mesmo que cada um em sua casa!

Agradeço demais a todos os meus amigos, que por muito tempo se acostumaram com meus sumiços e tiveram que triplicar a paciência durante todo esse tempo nos últimos dois anos para terem uma resposta minha por mensagem, ou para nos encontrarmos. Agradeço a todos vocês por isso, e prometo que agora vou manter contato direto!

Por fim, a todos os professores do PPGCI/UFS que me acompanharam durante essa trajetória: Valéria, Telma, Pablo e Emerson e ao Prof. Ronaldo Araújo, assim como aos demais membros, por aceitarem participar da banca. Meu muito obrigado a todos vocês por todo o aprendizado, trocas e carinho nesses últimos dois anos!

A todos vocês, sou extremamente grato!

“A flor que desabrocha na adversidade é a mais rara e mais
bela de todas” (MULAN)

RESUMO

Esta dissertação tem como locus de investigação a editora universitária, a qual abriga a Livraria digital da Editora da Universidade Federal de Sergipe-UFS, que produz e dissemina os resultados das pesquisas científicas de uma instituição de ensino superior. Apesar da Livraria da Editora UFS disponibilizar seus livros digitais gratuitamente, a plataforma utilizada gera dificuldades aos usuários para seguirem o fluxo e chegarem ao *download* do livro, o que pode comprometer o acesso à livraria e a seu conteúdo, gerando uma experiência negativa para os usuários. Diante desse contexto, o problema de pesquisa foi: como melhorar a aquisição de livros da livraria digital da Editora UFS por meio da aplicação dos conceitos de experiência do usuário e da arquitetura da informação? Assim, delineou-se como objetivo geral do estudo: Promover a melhoria da aquisição de livros e da experiência do usuário da Livraria Digital da Editora UFS a partir do desenvolvimento de uma nova interface gráfica, com base nos conceitos dos campos do *Design* e da Ciência da Informação. Foram objetivos específicos: a) identificar a percepção dos usuários em relação à Livraria digital da Editora UFS; b) realizar um estudo de similares de *sites* equivalentes ao da Livraria Digital da Editora UFS; c) elaborar as telas relativas ao novo fluxo de aquisição de obras na livraria digital da Editora UFS; d) criar um protótipo de alta fidelidade com aplicação do novo fluxo nas telas para o *site* da Livraria Digital da Editora UFS. Para tanto, realizou-se pesquisa exploratória-descritiva, do tipo estudo de caso, com abordagem quali-quantitativa. Usou-se aplicação de questionários com membros da comunidade universitária da UFS e também foi realizada uma entrevista. O Projeto teve aprovação pelo Comitê de Ética em pesquisa em Seres Humanos da UFS. Ao final, foi elaborado um relatório técnico-conclusivo compreendendo todo o desenvolvimento da proposta de design para o site da Livraria da Editora UFS, com base nas heurísticas de Nielsen e na *User Experience*.

Palavras-chave: arquitetura da informação, Ciência da Informação, design gráfico, experiência do usuário, editora universitária.

ABSTRACT

This dissertation has as locus of investigation the university publishing house, which houses the Digital Bookstore of the Editora da Universidade Federal de Sergipe-UFS, which produces and disseminates the results of scientific research of a higher education institution. Although the UFS Bookstore makes its digital books available for free, the platform used makes it difficult for users to follow the flow and download the book, which may compromise the access to the bookstore and its content and generate a negative experience for users. Given this context, the research problem was: how to improve the acquisition of books from the digital bookstore of Editora UFS by applying the concepts of user experience and information architecture? Thus, the general objective of the study was To promote the improvement of book acquisition and the user experience of the Digital Bookstore at Editora UFS, through the development of a new graphic interface, based on concepts from the fields of Design and Information Science.e. Specific goals are: a) to identify the users' perception regarding the Editora UFS Digital Bookstore; b) to perform a study of similar sites equivalent to the Editora UFS Digital Bookstore; c) to elaborate screens related to the new purchase flow of books in the Editora UFS Digital Bookstore; d) to create a high-fidelity prototype with application of the new flow in the screens for the Editora UFS Digital Bookstore site. To this end, exploratory-descriptive research was conducted, of the case study type, with a quali-quantitative approach. We used questionnaires with members of the UFS university community and also conducted an interview. The project was approved by the UFS Ethics Committee for Human Research. At the end, a technical-conclusive report was prepared, comprising the entire development of the design proposal for the bookstore website of Editora UFS, based on Nielsen's heuristics and User Experience.

Keywords: information architecture, information science, graphic design, user experience, university publishing house.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Interdisciplinaridade da Arquitetura da Informação com outras disciplinas.....	25
Figura 2	Elementos da Arquitetura da Informação.....	26
Figura 3	Sistemas de Arquitetura da Informação.....	27
Figura 4	Representação do Iceberg da Arquitetura da Informação.....	28
Figura 5	Tela inicial do site da Editora UFBA.....	42
Figura 6	Página do livro escolhido no site da Editora UFBA.....	44
Figura 7	Catálogo da Editora UFBA.....	46
Figura 8	Livros do catálogo em versão para <i>download</i>	46
Figura 9	Acesso a uma obra.....	47
Figura 10	Página da obra no repositório da EDUFBA.....	50
Figura 11	Página virtual da Blucher.....	52
Figura 12	Categoria de publicações “Sociologia”	52
Figura 13	Detalhes de uma obra na Blucher.....	54
Figura 14	Informações para download de obras na Blucher.....	55
Figura 15	Resumo da obra completa – Blucher.....	56
Figura 16	Nomes dos autores envolvidos na obra-Blucher.....	57
Figura 17	Listas dos artigos publicados por um autor na plataforma Blucher.....	58
Figura 18	Site EDUSP.....	59
Figura 19	Livraria Virtual EDUSP.....	63
Figura 20	Adicionar ao carrinho EDUSP.....	65
Figura 21	PDF da obra para aquisição EDUSP.....	66
Figura 22	Livraria física da Editora UFS.....	76
Figura 23	Site da Livraria Digital da Editora UFS.....	78
Figura 24	Apresentação do carrinho de “compra” da obra.....	79
Figura 25	Tela de sucesso para baixar o livro.....	81
Figura 26	Fluxograma atual de aquisição da livraria (parte 1).....	82
Figura 27	Fluxograma atual de aquisição da livraria (parte 2).....	83
Figura 28	Matriz SWOT da Editora UFS.....	86
Figura 29	Pontuação NPS ideal.....	98

Figura 30	Novo fluxograma de aquisição.....	115
Figura 31	Nova proposta de site para a Livraria digital da Editora UFS...	120
Figura 32	Proposta de catálogo para a Livraria Digital da Editora UFS...	121
Figura 33	Constituição final da tela do livro.....	122

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Nível de conhecimento do participante sobre a Editora UFS.....	90
Gráfico 2	Nível de consumo dos respondentes em relação aos produtos da Editora UFS.....	92
Gráfico 3	visitação dos respondentes às livrarias da Editora UFS.....	93
Gráfico 4	Forma de conhecimento dos respondentes quanto à Livraria Digital da Editora UFS.....	93
Gráfico 5	Conhecimento dos respondentes quanto à disponibilização de livros digitais e gratuitos pela Editora UFS.....	94
Gráfico 6	Frequência de download de livros na Livraria Digital da Editora UFS.....	95
Gráfico 7	Escala Likert para classificação da experiência do usuário com a Livraria Digital da Editora UFS.....	97
Gráfico 8	Motivos de interesse em acessar a Livraria Digital da Editora UFS.....	100
Gráfico 9	Frequência de consumo de materiais de leitura de outras editoras universitárias.....	101
Gráfico 10	Hábito de consumo de arquivos de leitura.....	102
Gráfico 11	Equipamentos utilizados para baixar arquivos digitais.....	103
Gráfico 12	Preferência de uso das redes sociais.....	104

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	Dez heurísticas de Nielsen.....	29
Quadro 2	Revoluções do mundo do livro e suas características.....	36
Quadro 3	Análise das heurísticas de Nielsen dos sites da EDUFBA, Blucher e EDUSP.....	67
Quadro 4	Descrição dos procedimentos metodológicos do estudo.....	72
Quadro 5	Percepção dos respondentes sobre a dificuldade em baixar livros na Livraria Digital da Editora UFS.....	96
Quadro 6	Percepção dos respondentes sobre suas experiências com a livraria Digital da Editora UFS.....	99
Quadro 7	Principais editoras universitárias consultadas.....	101

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABEC	Associação Brasileira de Editores Científicos
ABEU	Associação Brasileira de Editoras Universitárias
AI	Arquitetura da Informação
CI	Ciência da Informação
DECAV	Diretoria de Editoração, Comunicação e Audiovisual
EDUFBA	Editora da UFBA
EDUFS	Editora da UFS
EDUSP	Editora da USP
TIC	Tecnologias da Informação e da Comunicação
UX	<i>User Experience</i>
UFS	Universidade Federal de Sergipe

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
1.1	Problema de pesquisa.....	18
1.2	Objetivo geral.....	18
1.3	Objetivos específicos.....	19
1.4	Justificativa.....	19
2	A CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO E A ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO.....	21
2.1	Arquitetura da Informação e Usabilidade.....	24
2.2	Usabilidade e Design de Interação.....	31
3	EDITORAS UNIVERSITÁRIAS.....	34
4	ESTUDO DE SIMILARES.....	39
4.1	EDUFBA.....	41
4.2	Editora Blucher <i>Open Access</i>.....	48
4.3	EDUSP.....	59
5	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	71
5.1	Classificação da pesquisa.....	71
5.2	População e amostra.....	72
5.3	Local de Intervenção.....	73
5.4	Instrumentos de coleta de dados.....	73
5.5	Considerações Éticas.....	73
5.6	Diagnóstico da Editora UFS.....	74
5.6.1	Histórico da Editora UFS.....	74
5.6.2	Análise preliminar da Usabilidade da Livraria Digital da Editora UFS.....	77
5.7	Análise SWOT.....	84
5.7.1	Pontos de força (S).....	87
5.7.2	Pontos de fraqueza (W).....	87
5.7.3	Pontos de oportunidade (O).....	88
5.7.4	Pontos de ameaça (T).....	88
6	RESULTADOS.....	90
6.1	Perfil dos usuários.....	90
6.2	Conhecimento sobre a Editora e Livraria da UFS.....	90
6.3	Compreensão do acesso dos usuários dos meios digitais e	

	tecnológicos.....	102
7	DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO.....	105
8	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	108
	REFERÊNCIAS.....	110
	APÊNDICE A – RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO.....	113
	APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA.....	128
	APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	139
	APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO...	140
	APÊNDICE E – TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA COM A PROFA MAÍRA CARNEIRO.....	141
	ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO CEP.....	182

1 INTRODUÇÃO

A procura por livros digitais nunca foi tão expressiva como nos últimos anos. No Brasil, a leitura digital teve um forte avanço, principalmente desde o início da pandemia do Covid-19. Conforme dados de pesquisa recém-publicada pelo Itaú Cultural e Datafolha, a quantidade de pessoas que declarou ter lido livros digitais saltou de 36% da última edição realizada em 2020 para 40% na edição da pesquisa realizada em 2021 (NETO; FACCHINI, 2021).

Nesse cenário, consumir conteúdos culturais como a leitura é um hábito que tem se modificado ao longo dos tempos, principalmente levando-se em consideração o avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Isso significa que as pessoas podem ter acesso aos livros, seja em formato físico ou digital, por meio de editoras que têm uma história na editoração brasileira desde o século XIX.

Dessa forma, as editoras universitárias começaram a despontar na história brasileira na década de 1960. Mesmo que antes a produção de artigos científicos já existisse relacionada às Instituições de Ensino Superior, não havia ainda uma produção sistematizada de livros produzidos no âmbito das universidades. Essa evolução foi-se dando de forma gradual, tendo em vista as características diferentes em relação às editoras comerciais e a necessidade de investimentos para que as primeiras editoras se estruturassem (BUFREM, 2001).

Nesse contexto, um grande impulso ao crescimento das editoras universitárias foi se dando, a partir de encontros realizados pelos editores, como o Seminário Nacional das Editoras Universitárias. Conforme Guedes e Pereira (2000), foi a partir desse evento em 1985 que se promoveu a participação de vários profissionais das mais diversas áreas, em torno da ideia de integração de todas as editoras a partir da criação de uma associação nacional. Foi assim que foi criada a Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU) em 1987 (GUEDES; PEREIRA, 2000).

No início das atividades das editoras universitárias brasileiras havia certa confusão entre sua função, destinada a atender serviços gráficos ou serviços editoriais, mas ao longo do tempo, essas funções foram se tornando mais claras, gerando uma profissionalização do trabalho hoje desenvolvido pelos editores e sua equipe.

Com o avanço das TIC e o surgimento da internet, muitos serviços editoriais que antes se davam apenas no formato impresso, passaram a migrar para o formato digital, além das mudanças relacionadas ao número mais amplo de ferramentas digitais e uma maior democratização das mídias (ANDRADE; ARAÚJO, 2021). Com isso, muitas editoras, assim como a Editora da Universidade Federal de Sergipe, passaram a adotar a publicação de obras digitais, para além do formato impresso, no formato PDF. Essa mudança representou uma inovação que não foi acompanhada por uma modernização da Livraria Digital da editora no que tange às facilidades de acesso ao seu acervo.

Todavia, o estímulo à leitura mantém-se como aspecto importante, em especial quando se quer atingir um público cada vez mais conectado às mídias e redes sociais pela ampliação das TIC.

Dito isso, esta dissertação tem como locus de investigação a editora universitária, a qual abriga a Livraria Digital da Editora UFS, que produz e dissemina os resultados das pesquisas científicas de uma instituição de ensino superior. Muito comum é a publicação de livros e outros produtos pelas editoras universitárias, que têm, assim, a tarefa de apoiar o ensino, a pesquisa e a extensão na universidade por intermédio da divulgação científica por livros. Essa publicação, realizada no âmbito de uma instituição pública, é uma das formas de devolver à sociedade todo o investimento advindo do pagamento de impostos, e levar às pessoas o conhecimento produzido na academia em diferentes campos do conhecimento.

As editoras universitárias contam em suas equipes com vários profissionais, dentre os quais designers gráficos, jornalistas, bibliotecários, além de outros, que trabalham em equipe visando desenvolver projetos que culminam com a publicação das obras e sua divulgação nos canais utilizados pelas editoras, sejam sites próprios e institucionais, redes sociais, *e-mail*, etc.

Na Universidade Federal de Sergipe, a Editora da Universidade Federal de Sergipe, doravante denominada Editora UFS, foi criada em 1992 e está vinculada à Diretoria de Editoração, Comunicação Institucional e Produção Audiovisual (DECAV), sendo um Órgão Suplementar da UFS que está diretamente vinculado ao Gabinete do Reitor. Na atualidade a Editora UFS é composta pela Diretoria, Secretaria Executiva, Conselho Editorial, Coordenação Gráfica e os profissionais designers. Além disso, a Editora UFS é responsável pela produção de materiais digitais para uso interno e externo da universidade. Isso se dá em consonância ao

movimento do acesso aberto ao conhecimento científico, além de ser uma forma de baratear os custos de produção, uma vez que não há a necessidade de imprimir grandes quantidades de exemplares para compensar o seu custo de impressão.

Observa-se que as editoras têm, assim como a Editora UFS, migrado gradualmente para a adoção de estratégias de comunicação com o público por meio da internet, utilizando-se, para isso, de diferentes dispositivos. No entanto, uma análise apresentada com mais detalhes na seção 6.3, demonstra extrema complexidade na usabilidade dos espaços de comunicação *online* adotados pela Editora da UFS, o que deixa a desejar na interação com os usuários e potencialmente a prejudica. Para chegar às melhorias e adequações de uma editora universitária, para atender às demandas de seus usuários, particularmente no acesso às livrarias digitais, faz-se necessário observar a arquitetura da informação desses ambientes informacionais.

1.1 Problema de pesquisa

A observação inicial realizada no site da Livraria Digital da Editora UFS mostra, na prática, o que foi dito anteriormente sobre as dificuldades para os usuários adquirirem os livros digitais. A Livraria UFS disponibiliza os livros gratuitamente, porém a plataforma utilizada para disponibilizar os livros não torna fácil o processo para aquisição, pois se comporta como um site de venda de livros, o que resulta em um fluxo de aquisição maior do que necessário. Isso pode fazer com que os usuários tenham uma experiência negativa com a Editora, e nunca mais voltem a procurar pelos livros.

Dito isto, considera-se que o campo do Design Gráfico tem se dedicado, além de outras frentes, a contribuir para melhorar as experiências dos usuários de determinada empresa ou produto, onde questiona-se: como melhorar a aquisição de livros da Livraria Digital da Editora UFS por meio da aplicação dos conceitos de experiência do usuário e da arquitetura da informação?

1.2 Objetivo Geral

Promover a melhoria da aquisição de livros e da experiência do usuário da Livraria Digital da Editora UFS a partir do desenvolvimento de uma nova interface gráfica, com base nos conceitos dos campos do Design e da Ciência da Informação.

1.3 Objetivos Específicos

- Identificar a percepção dos usuários em relação à Livraria Digital da Editora UFS;
- Realizar um estudo de similares de sites equivalentes ao da Livraria Digital da Editora UFS;
- Elaborar as telas relativas ao novo fluxo de aquisição de obras na Livraria Digital da Editora UFS;
- Criar um protótipo de alta fidelidade com aplicação do novo fluxo nas telas para o site da Livraria Digital da Editora UFS.

1.4 Justificativa

A Editora UFS tem um grande papel na produção e disseminação do conhecimento a partir de suas publicações, tanto para a comunidade acadêmica quanto para a população em geral. Assim, entende-se que esta pesquisa trará como impacto científico uma maior disseminação nas publicações de suas obras, de modo a tornarem conhecidas não apenas as produções, mas as pesquisas e pesquisadores que compõem o corpo de autores da Editora da UFS.

Também trará impacto social, tendo em vista que o conhecimento gerado e disseminado de modo mais fácil e acessível aos usuários pode ser utilizado de forma a contribuir para o desenvolvimento do protagonismo social e da cidadania, com o acesso gratuito a conteúdos críticos e reflexivos que possam levar a uma tomada de posição cidadã dos usuários frente às questões da sociedade atual.

Além disso, por se tratar de uma proposta que envolve a arquitetura da informação e o uso dos ambientes digitais, mostra sua relevância do ponto de vista tecnológico, considerando que a plataforma proposta trará uma interface mais intuitiva, de fácil navegação para obtenção de informações que dizem respeito aos processos e às publicações da Editora.

Com isso, ela pode atingir um público cada vez maior e aumentar a visibilidade das publicações. O fato de a Editora disponibilizar suas produções de forma gratuita já é um benefício. Atrelado a isso, a proposta trazida por este estudo, de melhoria no fluxo de aquisição dos exemplares, pode trazer uma maior fidelização dos leitores. Para a UFS, ter um canal de comunicação científica com a comunidade como a Editora UFS facilita o processo de divulgação do que a universidade, como instituição, produz e dá retorno à sociedade.

Para o campo da Ciência da Informação (CI), a relação com o Design torna oportuna a interdisciplinaridade que é característica da área, pois permite a apropriação de conceitos e metodologias que podem ser úteis na solução dos problemas que envolvem a informação em ambientes informacionais, como as editoras universitárias, enriquecendo, desse modo, as duas áreas.

Do ponto de vista pessoal, a relevância do estudo mostra uma oportunidade ao pesquisador de desenvolver suas habilidades e competências no campo do Design Gráfico com uma pesquisa a nível *Stricto senso* aplicada à área da CI, contribuindo com sua experiência e formação, a fim de estar capacitado ao mercado de trabalho, que tem se mostrado atrativo para atividades que envolvem o mundo digital, particularmente da leitura.

Esta dissertação está dividida da seguinte forma, além desta introdução: referencial teórico, estudo de similares, procedimentos metodológicos, diagnóstico da Editora UFS e sua Livraria Digital, a análise SWOT, os resultados, o desenvolvimento do produto e as considerações finais. Além disso, apresentam-se as referências e os apêndices, contendo o relatório técnico conclusivo com o produto desenvolvido e anexos.

2 A CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO E A ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO

Partiu-se inicialmente para entender a Ciência da Informação (CI) e como ela é percebida pelos autores da área, para em seguida, trazer as contribuições do campo do Design e suas conceituações. Nesse sentido, e tratando sobre o objeto da CI, entende-se que a informação tem sido estudada por diferentes áreas do conhecimento. Na sociedade atual, ter informação é ter poder, e pode representar um diferencial, seja para as pessoas ou as organizações no sentido de ter condições de tomar decisões que gerem resultados positivos. A onda de desinformação que se verifica na atualidade demonstra, por outro lado, a importância da informação e de como lidar com ela exige das pessoas um conjunto de competências para saber acessá-las e utilizá-las de modo correto, sabendo distinguir uma informação verdadeira de uma informação falsa.

Pode-se dizer que a CI, conforme Saracevic (1996), é um campo científico que se ocupa do estudo da informação como objeto, relacionado com outras áreas a partir de uma perspectiva interdisciplinar, mas também relacionado com os avanços das tecnologias da informação e da comunicação que impulsionaram não apenas o manuseio da informação, mas sua gestão, disseminação e uso.

Para o autor, a CI é:

campo dedicado às questões científicas e à prática profissional voltadas para os problemas da efetiva comunicação do conhecimento e de seus registros entre os seres humanos, no contexto social, institucional ou individual do uso e das necessidades de informação. No tratamento destas questões são consideradas de particular interesse as vantagens das modernas tecnologias informacionais (SARACEVIC, 1996, p. 47).

Para entender a CI é preciso investigar suas origens. Segundo Ortega (2009), a origem da área remonta à criação da Documentação no início do Séc. XX, com os trabalhos desenvolvidos por Paul Otlet e Henry La Fontaine. Esses autores criaram a documentação a partir da Bibliografia, que tinha tradição na organização de acervos bibliográficos, mas que não consideravam, naquele momento, outros suportes como capazes de armazenar informação. Os estudos de Paul Otlet serviram, nesse sentido, para ampliar o conceito de informação, pois, segundo ele, a informação está contida em qualquer registro, e esse registro é o documento.

Assim, a ideia de Otlet era manter a informação registrada acessível para consulta em um único espaço que para ele seria o *Mundaneum*¹. Além disso, o autor criou um sistema de classificação que é adotado até os dias atuais nas bibliotecas em todo o mundo.

Após essa primeira experiência com a documentação, a segunda vertente histórica da área se deu após a Segunda Guerra Mundial, quando foi publicado o artigo *Way Thing Information* escrito por Vannevar Bush em 1945. Nesse texto, é possível observar as primeiras preocupações com a informação científica, o que se segue com a ocorrência de eventos como as conferências da Georgia e de Chicago, ambas reunindo cientistas de várias áreas em torno da informação, tendo sido cunhado o termo “cientista da informação” pela primeira vez em um desses eventos (ARAÚJO, 2018).

Um ponto comum na literatura da área, sempre que se aborda a história de criação da CI, é que ela é uma área que se constituiu a partir de sua relação com outros campos do conhecimento, tais como a Matemática, a Computação, a Administração, a Ciência Cognitiva, dentre outras.

Prova disso são os paradigmas da CI que se estruturam basicamente em torno da forma como a CI lança seu olhar para os fenômenos informacionais apoiando-se inicialmente em outras áreas. Esses paradigmas, conforme Capurro (2003) correspondem aos:

Paradigma físico: compreende a informação como um objeto material e que compõe o esquema de transmissão de mensagens expresso na equação matemática de Shannon e Weaver. Nesse esquema, a informação é aquilo que um emissor transfere a um receptor por meio de um canal, onde considera que para a compreensão da mensagem, ambos, emissor e receptor devem adotar a mesma linguagem. Esse paradigma foi observado nos primórdios da CI e se contextualiza nessa fase por ser útil no esforço inicial do pós Segunda Guerra mundial em traduzir para a vida comum os conhecimentos científicos desenvolvidos no conflito. Em especial, observa-se esse uso na construção de sistemas capazes de atender às necessidades de organização e busca da informação.

¹ “Em 1998, na Bélgica, foi criada uma associação sem fins lucrativos, com o objetivo de gerenciar e conservar o legado documental acumulado por Paul Otlet e Henri La Fontaine desde a fundação do então Escritório Internacional de Bibliografia Sociológica, em 1893. Essa associação recebeu o nome de Mundaneum, neologismo criado por Otlet” (POZZATTI; OLIVEIRA; POLONINI; RUBIM, 2014).

Paradigma cognitivo: compreende um esforço maior de entender a informação para além de um objeto físico, mas algo que é necessário para a construção de novos conhecimentos a nível individual, onde cada indivíduo é capaz de processar a informação com vistas a aumentar seu estoque inicial de informações e, agregando essas informações, construir conhecimento com base nelas. Esse paradigma coincide com a aplicação das ciências Cognitivas nos estudos da área, que ajudaram a entender como os indivíduos buscam e usam a informação, sem se deter apenas aos aspectos tecnológicos que compreendem o processo de comunicação.

Paradigma social: nesse paradigma entende-se que a informação é uma construção social e coletiva. Isso representa uma ampliação no entendimento dos problemas informacionais, que passaram a contemplar aspectos do contexto onde a informação é gerada, tratada, organizada, disseminada e utilizada pelos sujeitos. Também agrega a perspectiva social de construção dos indivíduos, pois não estão isolados em seu meio, mas em constante interação com ele, sofrendo, mas também exercendo influência a partir das condições políticas, econômicas e sociais que os cercam.

No caso desta dissertação, entende-se que o paradigma que melhor ajuda a compreender a Livraria Digital da Editora UFS e os aspectos informacionais relacionados é o paradigma social, pois sabe-se do papel social que essa unidade representa, não só para sua comunidade, mas para a sociedade como um todo. Isso se observa com as publicações das pesquisas que são desenvolvidas pelos pesquisadores, seja da própria UFS ou da comunidade externa, e o impacto que elas têm no contexto social, econômico, político, histórico e ambiental de Sergipe.

Segundo Araújo e Valentim (2019), dentre as áreas de pesquisa privilegiadas na CI podem ser elencadas: estudos históricos e epistemológicos; organização e representação da informação; mediação, circulação e apropriação da informação; gestão da informação e do conhecimento; política e economia da informação; informação, educação e trabalho; produção e comunicação da informação em ciência, tecnologia e inovação; informação e tecnologia; museu, patrimônio e informação; informação e memória e informação e saúde.

Considerando que, dentre as áreas recentemente exploradas na CI, a arquitetura da informação tem despertado interesse dos pesquisadores para a compreensão dos aspectos que envolvem os sistemas informacionais digitais, as

interfaces, os conteúdos e o uso da informação, aborda-se em seguida a temática da arquitetura da informação como um dos campos de interesse para este estudo.

2.1 Arquitetura da Informação e Usabilidade

Como um campo do conhecimento constituído a partir das necessidades voltadas à elaboração dos sistemas de informação visando sua recuperação, a Arquitetura da Informação (AI) evoluiu ao longo do tempo, tendo avançado na compreensão mais epistemológica do que propriamente tecnicista do termo. Uma de suas principais características é a interdisciplinaridade, tendo em vista um diálogo próximo particularmente com a Ciência da Computação, a Ciência da Informação, a Usabilidade e a Ergonomia (ALVAREZ; BRITO; VIDOTTI, p. 16).

Para Alvarez, Brito e Vidotti (2020, p. 2), a AI é uma disciplina inserida no campo da CI, que “objetiva a estruturação e o desenvolvimento de conteúdos em ambientes informacionais digitais, para que o usuário possa recuperar informações de modo mais sucinto e padronizado”. Partindo da compreensão de Albuquerque, os autores consideram que a AI tem como objetivo “[...] garantir a disponibilização, o acesso e o uso da informação em ambientes de informação digitais e analógicos” (ALBUQUERQUE, 2010 *apud* ALVAREZ; BRITO; VIDOTTI, 2020, p. 4).

A análise do site da Livraria Digital da Editora UFS compreende aspectos que se relacionam diretamente com a AI. Por esse motivo, entende-se que sua aplicação é fundamental para uma melhor estruturação desse site, como um ambiente informacional importante para o acesso ao conhecimento produzido na universidade.

Nesse sentido, para Alvarez, Brito e Vidotti (2020), a AI se realiza em ambientes informacionais digitais e se inicia com a elaboração do projeto “[...] tem como principal tarefa, criar um organismo que ajude aos usuários no processo de encontro da informação relevante para a satisfação das suas necessidades”.

Ainda conforme Alvarez, Brito e Vidotti (2020, p. 18), para se entender a AI é importante observar o diálogo interdisciplinar que essa disciplina estabelece com outros campos do conhecimento, particularmente a partir da interlocução entre conceitos e enunciados, como os autores explicitam na Figura 1:

Figura 1 – Interdisciplinaridade da Arquitetura da Informação com outras disciplinas



Fonte: Dillon (2002 *apud* BISSET; BRITO; VIDOTTI, 2020, p. 18)

Para Camargo e Vidotti (2009), a AI se relaciona tanto ao desenvolvimento de ambientes informacionais, como tem avançado na perspectiva da abordagem do usuário, visando otimizar a utilização do ambiente informacional, assim como a comunicação e a produção de informações. Dito isso, ainda segundo as autoras, projetos que se dediquem a estudar a AI envolvem os serviços que são ofertados em ambientes informacionais digitais, dentre os quais “serviços de busca, de navegação, de interoperabilidade, de segurança, de personalização[...] pode auxiliar na utilização de princípios de usabilidade, ergonomia, acessibilidade, design de interação, qualidade etc.” (CAMARGO; VIDOTTI, 2009, p. 228).

Citando a personalização e a customização como ações que permitem uma maior usabilidade de ambientes informacionais digitais, Camargo e Vidotti (2009) diferenciam os dois termos, explicando que a personalização caracteriza-se pela condição de se supor o interesse do usuário, e a customização avança para permitir ao usuário expressar seu próprio interesse.

Dentre as atividades de customização, Camargo e Vidotti (2009) identificam: escolha de idiomas; ordenação da busca; visualização dos itens selecionados; indicação de quantidade de resultados por página; opção de formatos

de informações e inserção de informações. Já no que tange às atividades de personalização, as autoras elencam: espaço de sugestão; recebimento de informações por *e-mail* de interesses pessoais; relacionamento com as informações procuradas; opção “indicar para um amigo” e determinação de prioridades e preferências.

As autoras concluem que a aplicação dessas atividades de customização e personalização em ambientes informacionais digitais favorece a utilização de “serviços interativos e personalizados para auxiliar na aquisição, produção e uso da informação e do conhecimento” (CAMARGO; VIDOTTI, 2009, p. 230).

Ou seja, o estudo da AI é fundamental quando se está pesquisando o ambiente *web*, seja na construção ou reformulação de sites, portais eletrônicos, bibliotecas digitais, dentre outros. Segundo Luz (2020, p. 18), “o termo Arquitetura da Informação (AI) foi criado pelo arquiteto/designer Saul Wurman, em 1976”, e estava relacionado à organização de grande quantidade de informações sem que houvesse necessariamente a preocupação com sua ordenação.

Segundo Rosenfeld e Morville (1998), citados por Luz (2020), para o desenvolvimento de uma AI que desempenhe uma função eficaz, é preciso ter como base três principais elementos, representados na Figura 2:

Figura 2 – Elementos da Arquitetura da Informação



Fonte: Elaboração própria com base em Rosenfeld e Morville (1998) *apud* Luz (2020)

Para os autores, o contexto relaciona-se com metas e cultura organizacional, além de recursos, sejam humanos, materiais e tecnológicos que

estão vinculados à empresa. Já sobre os usuários, correspondem ao público-alvo das informações que serão divulgadas por meio da proposta de arquitetura. Isso significa pensar a respeito das necessidades e comportamento desses usuários no uso da informação. Por fim, em relação aos conteúdos, dizem respeito a dados e textos que podem ser veiculados a partir da arquitetura proposta (ROSENFELD; MORVILLE, 1998 *apud* LUZ, 2020).

Todos esses elementos-base são fundamentais para a estruturação dos seguintes sistemas (Figura 3), necessários para se pensar na AI de forma global (LUZ, 2020):

a) **sistema de organização**: corresponde aos aspectos relativos ao conteúdo no que concerne à sua organização, ordenação e disposição na interface vista pelos usuários, compreendendo os esquemas e as estruturas de informação;

b) **sistema de navegação**: está relacionado aos caminhos que os usuários percorrem para chegar até a informação. Caracterizam-se como: estrutural, local e contextual;

c) **sistema de rotulação**: diz respeito à representação do conteúdo das páginas através de rótulos que são representações textuais ou iconográficas das informações;

d) **sistema de busca**: é a partir desse sistema que se chega à informação no ambiente digital. Seu papel é tornar a localização e o acesso mais rápido, sendo relacionado diretamente aos aspectos de recuperação da informação, a partir de 4 modos: busca por item conhecido; por ideias abstratas; exploratória e compreensiva.

Figura 3 – Sistemas da Arquitetura da Informação

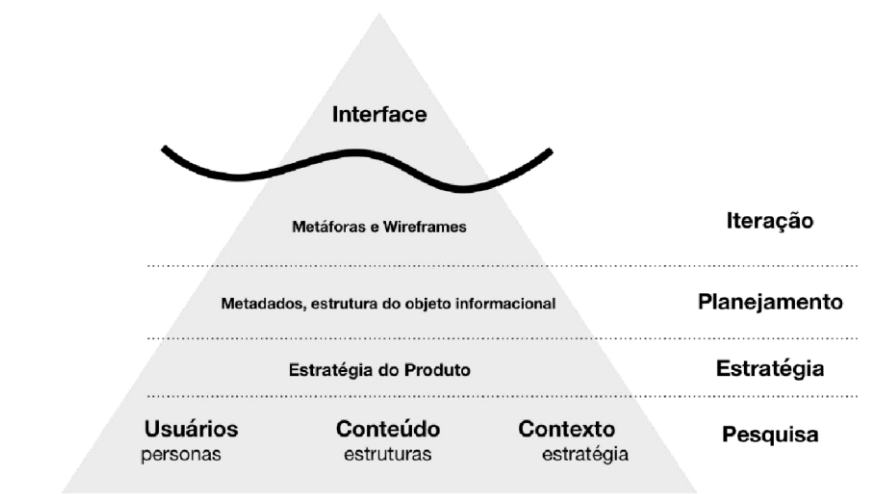


Fonte: Luz (2020)

Os sistemas apresentados na Figura 3 auxiliam na definição das estruturas que irão compor a AI. Ela se estabelece com base no tripé **contexto x usuários x conteúdos** e está fundamentada em aspectos inerentes à arquitetura que se interconectam.

Nesse sentido, e baseando-se em Rosenfeld e Morville (1998) e Luz (2020) demonstram que a AI compreende esses sistemas, que são representados pela figura do *iceberg* (Figura 4), onde a parte visível corresponde à Interface, e as demais partes correspondem ao “[...] desenho da interface, cores, imagens e interações, são definidas na etapa de Design do ambiente digital, depois do planejamento de interface, resultado da Arquitetura de Informação” (LUZ, 2020, p. 39).

Figura 4 – Representação do *iceberg* da Arquitetura da Informação



Fonte: Luz (2020)

Dito isso, pode-se visualizar que a parte da interface de um *site* corresponde a uma pequena parte do todo, e deve ter como base a pesquisa que deve ser desenvolvida a partir dos elementos que compõem a arquitetura, que são os usuários, o conteúdo e o contexto. Só após essa etapa é que se prossegue com a definição da estratégia do produto e seu planejamento detalhado.

Santa Rosa e Moraes (2010) alertam que, em muitas situações, a análise da usabilidade é deixada em segundo plano no desenvolvimento de projetos de AI. Essa ausência muitas vezes é proveniente da falta de tempo e dos custos envolvidos num processo que privilegie uma observação mais detalhada baseada no

usuário e na usabilidade. Não raro, isso gera problemas que se refletem em AI deficientes ou precárias.

Para os autores, "vários estudos mostram a importância da usabilidade e da arquitetura da informação como diferenciais competitivos e alguns se arriscam a definir valores sobre o retorno do investimento com usabilidade" (SANTA ROSA; MORAES, 2008, p. 31).

Para se trabalhar com ambientes digitais, como sites, faz-se necessário identificar, também, os aspectos heurísticos que devem ser levados em consideração. Nesse sentido, para estabelecer o planejamento do site da Livraria Digital da Editora UFS, utilizaram-se as heurísticas de Nielsen, particularmente quando se objetiva construir uma interface com maior usabilidade. Tais heurísticas estão descritas no Quadro 1:

Quadro 1 – Dez heurísticas de Nielsen

Heurística	Descrição
1. Visibilidade do status do sistema	"O design deve sempre manter os usuários informados sobre o que está acontecendo, por meio de <i>feedback</i> apropriado dentro de um período de tempo razoável. Quando os usuários conhecem o status atual do sistema, eles entendem o resultado de suas interações anteriores e determinam as próximas etapas. As interações previsíveis criam confiança no produto e na marca."
2. Relação entre o sistema e o mundo real	"O design deve falar a linguagem dos usuários. Use palavras, frases e conceitos familiares ao usuário, em vez de jargão interno. Siga as convenções do mundo real, fazendo com que as informações apareçam em uma ordem natural e lógica. A maneira como você deve projetar depende muito de seus usuários específicos. Termos, conceitos, ícones e imagens que parecem perfeitamente claros para você e seus colegas podem ser desconhecidos ou confusos para seus usuários. Quando os controles de um projeto seguem as convenções do mundo real e correspondem aos resultados desejados (chamados mapeamento natural), é mais fácil para os usuários aprenderem e lembrarem como a interface funciona. Isso ajuda a construir uma experiência intuitiva."
3. Controle e liberdade do usuário	"Os usuários geralmente executam ações por engano. Eles precisam de uma "saída de emergência" claramente marcada para deixar a ação indesejada sem ter que passar por um processo prolongado. Quando é fácil para as pessoas desistir de um processo ou desfazer uma ação, isso promove uma sensação de liberdade e confiança. As saídas permitem que os usuários permaneçam no controle do sistema e evitem ficar presos e frustrados."
4. Consistência e padrões	"Os usuários não devem se perguntar se palavras, situações ou ações diferentes significam a mesma coisa. Siga as convenções da plataforma e do setor. A Lei de Jakob (Jakob's Law) afirma que as pessoas passam a maior parte do tempo usando produtos digitais diferentes dos seus. As experiências dos usuários com esses outros produtos definem suas expectativas. Deixar de manter a consistência pode aumentar a carga cognitiva dos usuários, forçando-os a aprender algo novo."
5. Prevenção de erros	"Boas mensagens de erro são importantes, mas os melhores designs evitam cuidadosamente a ocorrência de problemas. Elimine as condições propensas a erros ou verifique-as e apresente aos usuários

	uma opção de confirmação antes de se comprometerem com a ação. Existem dois tipos de erros: deslizos e enganos. Deslizos são erros inconscientes causados por desatenção. Enganos são erros conscientes baseados em uma incompatibilidade entre o modelo mental do usuário e o design."
6. Reconhecimento em vez de lembrança	"Minimize a carga de memória do usuário tornando visíveis elementos, ações e opções. O usuário não deve ter que lembrar informações de uma parte da interface para outra. As informações necessárias para usar o design (por exemplo, rótulos de campo ou itens de menu) devem ser visíveis ou facilmente recuperáveis quando necessário. Os humanos têm memórias de curto prazo limitadas. As interfaces que promovem o reconhecimento reduzem a quantidade de esforço cognitivo exigido dos usuários."
7. Flexibilidade e eficiência de uso	"Atalhos - ocultos para usuários iniciantes - podem acelerar a interação para o usuário experiente, de modo que o design possa atender a usuários inexperientes e experientes. Permita que os usuários personalizem ações frequentes. Processos flexíveis podem ser realizados de diferentes maneiras, para que as pessoas possam escolher qualquer método que funcione para elas."
8. Design estético e minimalista	"As interfaces não devem conter informações irrelevantes ou raramente necessárias. Cada unidade extra de informação em uma interface compete com as unidades de informação relevantes e diminui sua visibilidade relativa. Essa heurística não significa que você precisa usar um flat design - trata-se de garantir que você mantenha o conteúdo e o design visual focados no essencial. Certifique-se de que os elementos visuais da interface suportem os objetivos principais do usuário."
9. Ajude os usuários a reconhecer, diagnosticar e se recuperar de erros	"As mensagens de erro devem ser expressas em linguagem simples (sem códigos de erro), indicar com precisão o problema e sugerir uma solução de forma construtiva. Essas mensagens de erro também devem ser apresentadas com tratamentos visuais que ajudarão os usuários a notá-las e reconhecê-las."
10. Ajuda e documentação	"É melhor que o sistema não precise de nenhuma explicação adicional. No entanto, pode ser necessário fornecer documentação para ajudar os usuários a entender como concluir suas tarefas. O conteúdo de ajuda e documentação deve ser fácil de pesquisar e focado na tarefa do usuário. Mantenha-o conciso e liste as etapas concretas que precisam ser realizadas."

Fonte: "10 Usability Heuristics for User Interface Design" publicado pelo autor na página da "Nielsen Norman Group", organização fundada por ele e Dr. Donald A. Norman (ex-vice-presidente de pesquisas da Apple Computer). Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics>. Acesso em: 10 maio 2022.

O processo de avaliação de um ambiente digital que tome por base essas heurísticas deve ser composto por avaliadores que irão percorrer mais de uma vez o site a ser analisado, a fim de se familiarizarem com o ambiente, para depois verificarem as interações de cada elemento, comparando-as com os princípios heurísticos de usabilidade (SANTA ROSA; MORAES, 2008).

No caso desta dissertação, a observação e análise do site da Livraria Digital da Editora UFS foram primordiais, mas também o diálogo com os integrantes da Editora, para fazer o mapeamento das ações que envolvem a publicação dos livros em sua livraria. Entender, também, os aspectos que demonstram a relação dos usuários com essa editora foi importante no sentido de compreender não

apenas sobre o acesso e uso dos livros, mas também o papel da Editora da UFS na disseminação de conhecimento e na ampliação da divulgação das ações da universidade em todos os ambientes onde a Editora possa chegar.

2.2 Usabilidade e Design de Interação

A *internet* ganhou, em menos de vinte anos, grande destaque na vida das pessoas ao redor do planeta, tornando-se essencial no dia a dia de muitas delas. As Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), principalmente as digitais, estão tomando um espaço nunca antes imaginado e dialogam diretamente com a internet.

Segundo Cardoso (2013, p. 207):

A internet jamais teria alcançado sua repercussão se não fosse pela elaboração das interfaces gráficas que dão sustentação à world wide web. Para a vasta maioria dos usuários, a rede é a *www*; e este é um sistema de documentos interligados, o qual exige que cada documento tome alguma configuração visual e assuma uma aparência inteligível.

Pode-se dizer que o Design de Interface, área do conhecimento dentro do Design, que tem por objetivo desenvolver projetos digitais focados na Experiência do Usuário (UX), ganhou notoriedade após o surgimento das novas tecnologias, a exemplo do computador, *smartphones* e da *internet*, responsabilizando-se pela organização das informações a serem passadas a partir de páginas da *web*, tomando o cuidado de como o usuário irá recebê-las. O campo do Design por si só sofreu várias mudanças em seu conceito entre os séculos XVIII e XX, sendo justificável, uma vez que a área está diretamente ligada com o desenvolvimento de diferentes tipos de produtos e, com o surgimento de novas tecnologias, passou não só a compreender produções materiais, mas também digitais (QUINTÃO; TRISKA, 2013).

Com isso, entende-se que o papel de um designer dentro da área específica do Design de Interação, em suma, é fazer com que a interação entre o usuário e o que está sendo proposto para ele seja priorizado um fácil entendimento, uso, e que a experiência proveniente dessa interação seja a melhor possível, entendendo tanto o público-alvo como o contexto que deve ser levado em consideração quando se trata de Design de Interação (ARNOLD, 2010). Ou seja, um projeto que não pense, em primeiro plano, numa interação e experiências positivas

entre o usuário e o produto, e em que contexto ele será inserido e as circunstâncias que essa interação está acontecendo, está correndo grande risco de falhar.

Levando-se em consideração que é o usuário quem irá utilizar o produto final, cabe ao projetista e, falando em interatividade, ao Design de Interação, fazer com que esse usuário se sinta confiante e possa utilizar o produto desenvolvido de forma intuitiva, sem a necessidade de auxílio externo para tal, pois este é um dos fatores que acaba determinando a sobrevivência do produto no mercado ou não.

Projetar produtos interativos usáveis requer que se leve em conta quem irá utilizá-lo e onde serão utilizados. Outra preocupação importante consiste em entender o tipo de atividades que as pessoas estão realizando quando estão interagindo com os produtos. Aquilo que for mais apropriado para os diferentes tipos de interfaces e para o planejamento de dispositivos de entrada e saída de informação vai depender de que tipos de atividades receberão suporte (PREECE; ROGERS; SHARP, 2005, p. 26).

Antes do surgimento do Design de Interação de forma concreta, quando a interface ainda era dominada exclusivamente por profissionais da área da computação, a linguagem utilizada para desenvolver os artefatos adotados pela área, como o computador por exemplo, era a da programação, que era entendida apenas pelos próprios programadores profissionais da área (NOVAIS, 2009).

Ao longo do tempo, o computador, maior exemplo de artefato digital, tornou-se cada vez mais popularizado e apenas recentemente houve a necessidade de transformação da interface desta ferramenta, a fim de que, um leigo pudesse utilizá-la de forma mais simplificada, e de fácil entendimento (NOVAIS, 2009).

Sendo assim, a informática passou a dialogar com outras áreas, como a do Design, Psicologia e Ergonomia, preocupando-se com a experiência que o usuário tem para com o produto desenvolvido. A partir desse diálogo, e da preocupação sobre o usuário e o contexto em que este está inserido, surgiu o Design de Interação (NOVAIS, 2009).

Além do computador, há exemplos de outros artefatos, como o *smartphone*, que por meio do aprimoramento das tecnologias avançou para a versão celular, possuindo dezenas de outras funções além da sua original, que era a de simplesmente fazer ligações sem fio e a longas distâncias, fazendo com que o aparelho que temos hoje se distancie drasticamente do que fora inventado nos anos 1860.

Para tornar cabível abordar essas novas funções no celular foi necessário pensar, além da sua parte estrutural física, na interface digital. Decorre disso o seguinte questionamento: como todas essas informações estariam distribuídas de tal forma que o usuário pudesse entender cada uma delas, e pudesse usufruir de maneira eficaz? O Design de Interação, além de outros campos como a AI e Design de Informação, é a área do conhecimento que pode garantir isso.

Hoje em dia é comum encontrarem-se profissionais que atuam como Designers de Interação e, a partir do momento em que há essa capilaridade do Design tornar-se relevante, surgem ferramentas e metodologias apropriadas para o desenvolvimento de projeto, como por exemplo as heurísticas propostas por Jakob Nielsen, que foram citadas anteriormente no texto, auxiliando os designers a desenvolverem interfaces digitais para celulares ou páginas de *sites* na *web*.

É importante ressaltar que, apesar de comuns, essas não são as únicas plataformas em que ele pode atuar. Porém, com o desenvolvimento de novas tecnologias, o Designer de Interação pode atuar em qualquer campo que demonstre a necessidade de auxílio para melhorar a conexão entre o usuário e o serviço prestado ou produto criado.

O design de interação é, hoje, um grande negócio, uma vez que designer, grandes e pequenas empresas passaram a perceber seu papel central em produtos interativos. Atualmente, para ser notado é preciso destacar-se. E para destacar-se, a eficiência e facilidade de uso são fundamentais em um produto (ARNOLD, 2010, p. 6).

Na atualidade, o mercado para o designer de interação é composto por agências, com o objetivo de aprimorar produtos de empresas, focando numa análise sobre a eficiência e usabilidade de aplicativos *mobiles* ou páginas da *web*, a fim de se destacarem no mercado. Também é possível ao Designer de Interação atuar de forma independente (ARNOLD, 2010).

Conhecendo a respeito das possibilidades de atuação do Designer de Interação, faz-se necessário apresentar o universo das editoras universitárias, considerando que trata-se do lócus deste estudo.

3 AS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS

A criação das primeiras editoras universitárias remonta à evolução das primeiras universidades europeias, estando voltadas para atender demandas das próprias universidades na tarefa de copiar textos, sendo a *Oxford University Express* a primeira instituição universitária a se inserir no ramo editorial (ANDRADE; ARAÚJO, 2021).

Para Bufrem (2001), a história das editoras é cercada de alguns equívocos, como a confusão entre o que seriam serviços gráficos e serviços editoriais, em decorrência da falta de precisão dos termos, especialmente em decorrência do uso do termo em inglês *University press*. Todavia, a autora destaca que se tratam de “órgãos que selecionam, produzem e divulgam” (BUFREM, 2001, p. 33), estruturados a partir de seus conselhos e regimentos próprios.

A origem das editoras universitárias, especialmente as das universidades federais no Brasil remonta à década de 1960, quando, após a criação das universidades, começaram a surgir as primeiras editoras dessas universidades em torno de dois interesses iniciais: primeiro, padronizar os impressos institucionais; segundo, atender às demandas que começaram a surgir a partir de um programa criado em 1981 pelo Ministério da educação e Cultura chamado Proedi, que visava estimular a publicação da produção científica e intelectual das Instituições de Ensino Superior. Em 1987 foi criada a Associação Brasileira das Editoras Universitárias para atender às editoras do sistema federal (GUEDES; PEREIRA, 2000).

Essas editoras evoluíram ao longo do tempo para atender demandas específicas, tais como publicar obras facilitadoras do trabalho do professor universitário em sala de aula, produzir livros didáticos para acompanhamento de cursos ou oferecer material de reflexão de modo a promover o debate e a abordagem multidisciplinar entre os campos do conhecimento (GUEDES; PEREIRA, 2000).

Algumas das primeiras editoras universitárias brasileiras foram criadas na Universidade Federal de Pernambuco (1955), na Universidade de Brasília (1961) e na Universidade de São Paulo (1962) (ANDRADE; ARAÚJO, 2021; BUFREM, 2001). Após a criação dessas editoras, seguidas de outras experiências pelo Brasil, houve um período de ausência de novas editoras decorrente da fase da Ditadura Militar.

Mesmo as que estiveram em funcionamento, segundo Bufrem (2001), sofriam com a censura, produzindo, em sua maioria, material administrativo para as universidades.

Sendo caracterizadas de modo diferente da editora comercial, as primeiras editoras universitárias sofreram inúmeros preconceitos e viram assim desenhado seu perfil a partir deles (BUFREM, 2001, p. 38):

a editora universitária deve editar somente livros para professores ou de professores; a editora universitária publica livros somente para alunos; a editora universitária não deve visar o lucro; a editora universitária deve produzir somente livros baratos; a editora universitária não deve existir, pois as editoras privadas suprem a necessidade da sociedade.

Ainda segundo Bufrem (2001), esse processo de comparação entre as editoras privadas e as editoras públicas/universitárias gerou uma série de reflexões que ampliaram a compreensão sobre o papel das editoras universitárias, dentre os quais pode-se destacar:

A primeira foi a consciência do papel de uma editora universitária e de suas vertentes de indiscutível alcance cultural e político; a segunda [...] foi a progressiva definição dos limites de um campo de produção cultural autônomo em relação aos demais: a editoração universitária (BUFREM, 2001, p. 40).

Tais reflexões consolidaram a editora universitária como um órgão “vinculado a uma instituição de ensino superior [...] destinado à produção de registros do conhecimento em qualquer tipo de suporte” (BUFREM, 2001, p. 40). Além disso, esse entendimento aplica-se, também, a outras editoras de faculdades que, mesmo ainda não sendo universidades, já realizam a divulgação de sua produção acadêmica (BUFREM, 2001).

No tocante aos desafios das editoras universitárias, pode-se destacar o atendimento às demandas do consumidor digital de conteúdos, o que exige a transposição dos modelos tradicionais de publicação (ANDRADE; ARAÚJO, 2021). Além disso, conforme Marques Neto (2000, p. 168), tais editoras devem “reforçar sua presença nos círculos de divulgação e distribuição do livro brasileiro, ampliar a possibilidade do saber universitário, atingir camadas mais amplas da letrada e, ao mesmo tempo, lutar pela formação de novos leitores”, a fim de estarem aptas a sobreviverem num mercado editorial acirrado e conquistarem mais leitores para suas publicações.

Para Marques Neto (2000), as mudanças no mundo do livro estabeleceram algumas fases consideradas como etapas de revolução nessa seara, tais como (Quadro 2):

Quadro 2 – Revoluções do mundo do livro e suas características

1ª revolução	Marcada pelo aparecimento do livro como o conhecemos ainda hoje (o códice que substituiu os rolos da Antiguidade no século IV d. C., com suas páginas numeradas e formato revolucionário que libertou as mãos do leitor, criando uma nova relação entre o leitor e o livro).
2ª revolução	A partir da disseminação do livro impresso por Gutemberg e, finalmente, chegando ao nosso tempo com a informática e o livro eletrônico (<i>ebook</i>).
3ª revolução	A disseminação e a democratização do conhecimento; a interrelação contínua entre autor e leitor (na construção de textos que quebram a barreira unilateral entre o escritor e seu leitor, que teria condições de interferir na produção autoral e interagir com a criação); a criação de bibliotecas domésticas gigantes e plurais, realizando o sonho da Biblioteca de Alexandria.

Fonte: Marques Neto (2000)

Essas mudanças, no tocante ao livro e aos interesses do público leitor, exigem das editoras um movimento maior no sentido de atendê-las e estarem preparadas para os avanços relacionados ao universo digital. Nesse sentido, as editoras universitárias têm maior desafio, considerando-se que nem sempre dispõem de financiamento ou recursos próprios. Todavia, para Marques Neto (2000), essa limitação abre outras oportunidades, principalmente voltadas ao desenvolvimento de projetos de interesse científico ou cultural, sendo uma influência positiva e contribuindo para a manutenção da cultura e a disseminação do saber, promovendo a identidade do país.

Compreende-se, portanto, que as editoras universitárias têm uma função importante que perpassa não apenas a publicação de obras, mas a articulação da produção do conhecimento e sua função de formação política e social no âmbito universitário, o que está em consonância com o papel da universidade na formação de cidadãos críticos e reflexivos.

Dentre as principais publicações das editoras universitárias, Guedes e Pereira (2000) destacam que elas detêm maior tradição naquelas que versam sobre educação, como geradora de reflexões sobre diferentes aspectos das áreas do conhecimento que compõem a universidade.

Uma tendência já apontada por Guedes e Pereira (2000), é a publicação, pelas editoras universitárias, de obras que têm o objetivo de facilitar o trabalho docente em sala de aula, além de livros didáticos para acompanhamento dos cursos.

Dentre outras contribuições das editoras universitárias, Guedes e Pereira (2000) destacam seu importante papel na formação do leitor, considerando a qualidade e o rigor cada vez maior nas avaliações e editoração daquilo que é posto em circulação, o que concretiza a função educacional que é característica dessas editoras.

Além disso, a formação dos autores também integra o rol dos papéis das editoras universitárias, tendo em vista as orientações, as sugestões e mesmo os espaços dentro das editoras que servem como norteadores para que os autores melhorem progressivamente a qualidade de seus textos (GUEDES; PEREIRA, 2000).

Nessa esteira, também os editores se favorecem da atuação nas editoras a partir do compartilhamento de experiências com outros colegas de editoras universitárias, sejam nos eventos científicos que na atualidade se realizam em várias instituições, com destaque para o apoio fornecido pela Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU) e Associação Brasileira de Editores Científicos (ABEC). Ambas são instituições importantes por promoverem a circulação de conhecimentos no tocante ao universo da editoração e apoiarem o trabalho dos editores, muitas vezes solitário, devido à falta de apoio/investimento das instituições de ensino superior nas editoras universitárias.

Consta como missão da ABEU (2021):

Atuar no desenvolvimento da cultura editorial universitária, de modo corporativo e ético, fornecendo soluções, produtos e serviços adequados às necessidades dos associados, das instituições parceiras e dos leitores, contribuindo para as políticas do livro e da leitura no país.

As editoras universitárias têm buscado atualizar-se para atenderem às demandas que estão vigentes na sociedade da informação, que colocam as TIC como ferramentas capazes de promover uma melhor interação e alcance das publicações das editoras. Todavia, muitas vezes isso esbarra em diversos problemas, dentre eles a falta de investimento das instituições públicas para o pleno funcionamento das editoras de modo a fazer frente às editoras comerciais.

Esses temas e dificuldades serão abordados em outras sessões desta dissertação. Na sessão seguinte apresentamos o estudo de similares em relação a *sites* de outras editoras universitárias.

4 ESTUDO DE SIMILARES

Para o presente trabalho, realizou-se um estudo semelhante ao de Borges (2013), que fez uma análise comparativa de obras, verificando de modo crítico como se deu a passagem do produto impresso para o digital. Seu objetivo principal foi de “analisar os diversos modos como se tem vindo a pensar e concretizar esta passagem da edição em papel para os novos suportes digitais”. Além disso, a autora buscou discutir qual a contribuição do campo do Design nesse contexto, particularmente no tocante a explorar as potencialidades e desafios do digital no desenvolvimento de experiências de aprendizagem e leitura.

Para tanto, Borges (2013) apresentou, como parte da análise, 3 (três) produtos, respectivamente um livro, uma revista científica internacional e um *software*. Com base nessa análise, a autora apresenta ao final um protótipo que aponta as possibilidades de transição da obra “Em cima da vila” do formato impresso para o digital, utilizando-se do Design Gráfico e direção de arte em sua construção.

Muito embora os objetivos do estudo de Borges (2013) tenham sido diferentes, aproveitou-se para esta pesquisa o percurso metodológico adotado pela autora, a fim de contribuir para analisar três produtos que são análogos ao que se apresenta como resultado final de nosso estudo, utilizando-se como critério de avaliação, por exemplo, a análise de estrutura de interação. Sendo assim, realizar a análise sobre um objeto análogo ao que se pretende construir, com critérios pré-determinados, acaba lançando luz sobre as perspectivas que servem de alicerces para a construção do produto ao final da pesquisa.

Para tanto, é importante trazer aqui novamente as 10 (dez) Heurísticas de Usabilidade para o Design da Interface do Usuário propostas por Jakob Nielsen (2000), utilizando-as como critérios de análise comparativa ao final desta seção. Foram escolhidas 5 (cinco) das heurísticas, por serem consideradas importantes para o desenvolvimento do produto final deste projeto, sendo elas: "3. *User control and freedom*" (Controle e liberdade do usuário, em tradução livre), "4. *Consistency and standards*" (Consistência e padrões, em tradução livre), "6. *Recognition rather than recall*" (Reconhecimento em vez de lembrança, em tradução livre), "8. *Aesthetic and minimalist design*" (Design estético e minimalista, em tradução livre), "10. *Help and documentation*" (Ajuda e documentação, em tradução livre).

Com isso, foram selecionadas neste trabalho 3 (três) editoras que podem ilustrar pontos positivos ou negativos, do ponto de vista gráfico, de usabilidade e da experiência do usuário como um todo, a fim de agregar essa análise à proposta de construção do novo site da Livraria Digital da Editora UFS. As duas editoras universitárias foram selecionadas pelo porte e por serem similares em características à Editora UFS e a terceira para mostrar a realidade de uma editora comercial. Foram analisadas as seguintes editoras acadêmicas e universitárias, e suas livrarias:

- a) A **Editora da Universidade Federal da Bahia** (Edufba), que difunde as produções científicas da Universidade Federal da Bahia (UFBA), realizando tanto a publicação de trabalhos originais, quanto a reedição de obras clássicas, sob aprovação do Conselho Editorial. A Edufba já contabiliza mais de 1.500 títulos publicados em diversas áreas temáticas e, além disso, possui em seu acervo mais de 400 obras digitais disponíveis de forma gratuita, o que é muito relevante para a análise da nossa pesquisa.
- b) A **Blucher Open Access**, selo editorial da Editora Blucher, editora comercial, que possui como foco publicações de pesquisas científicas, tendo um compromisso com a ciência e a democratização do conhecimento a partir da publicação de conteúdos científicos, sejam revistas ou livros, de forma digital e disponibilizados de forma aberta, podendo ser acessados por qualquer pesquisador(a) que tenha interesse em seu conteúdo. As publicações na Editora Blucher garantem conteúdo relevante aos interessados e também representam possibilidade de difusão dos autores a partir da divulgação das obras. Sua análise é importante para este projeto pois todo o conteúdo do selo é pensado de forma digital, pois é o seu único meio de desenvolvimento e disponibilização.
- c) A **Editora da Universidade de São Paulo** (Edusp), que mesmo não possuindo um foco no digital, é uma das maiores editoras universitárias brasileiras, recebendo diversos prêmios importantes ao longo dos anos, tornando-se referência pela qualidade acadêmica, editorial e gráfica de sua produção.

Possui grande relevância dentro de seu mercado e um amplo catálogo com suas publicações, que conta com mais de 1.800 obras publicadas. O interesse desta análise se baseia em entender como uma editora consagrada, como a Edusp, consegue dar vazão ao estoque através do fluxo de interface em sua Livraria Digital.

Ressalta-se que, durante a análise, foi observado o fluxo de aquisição dos livros de forma digital, já que é atualmente a forma como a Livraria Digital da Editora UFS funciona.

4.1 EDUFBA

Ao contrário do site da Livraria UFS, que possui um *link* de acesso para sua plataforma dentro do site da própria Universidade, a Livraria Digital da Edufba não possui a mesma conexão, forçando o usuário a ter que pesquisar pela editora/livraria por intermédio do Google para acessá-la. Levando-se em consideração a heurística 3 de Jakob Nielsen, chamada "Controle e liberdade do usuário", essa condição força o usuário a percorrer um único caminho para alcançar seu objetivo.

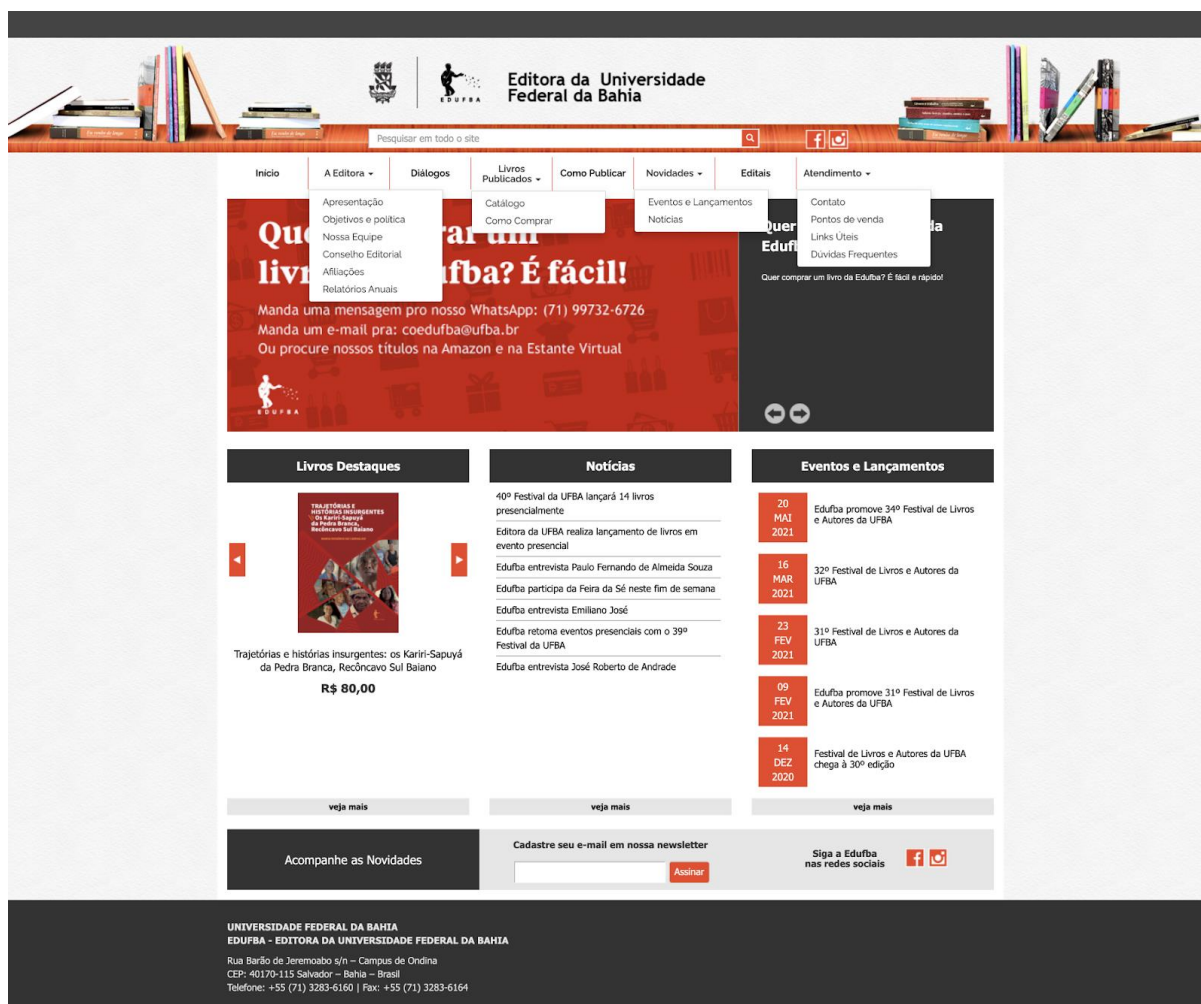
Começando pelos aspectos relativos à usabilidade e experiência do usuário, na tela inicial do site da Editora da UFBA² são dispostos elementos na parte inicial da página (Figura 5), como uma barra para pesquisa, *links* que direcionam o usuário ao perfil do Facebook e do Instagram da Editora, algo que a Editora UFS não possui hoje em dia, mas que seria extremamente interessante para divulgar os seus serviços de maneira geral, além de abrir canal de escuta e diálogo com o consumidor, como foi iniciado com a criação do programa de *podcast* Sinopse, como dito anteriormente.

Abaixo disso, é visualizada a barra de navegação pelo site da Editora com suas seções, criadas para organizarem as informações e conteúdos presentes no site (Figura 5), contendo itens como um botão escrito "Início" que redireciona o usuário para a página inicial do *website*, ao lado um com "A Editora", que se ramifica

² Disponível em: <https://edufba.ufba.br/>. Acesso em: 30 nov. 2022.

em um menu ao passar o *mouse* por cima em: Apresentação; Objetivos e política; Nossa equipe; Afiliações e Relatórios anuais. Cada uma dessas ramificações direciona o usuário para uma página com conteúdo diferente dentro do site da Editora, relacionando-se com o título que lhe foi atribuído.

Figura 5 - Tela inicial do site da Editora da UFBA



Fonte: dados da pesquisa (2022).

Porém, ressalta-se que algumas delas se apresentam sem conteúdos, preenchidas apenas com um texto escrito "EM CONSTRUÇÃO", como acontece na página de "Nossa equipe", o que leva ao questionamento sobre a necessidade de ser disponibilizada uma opção que leva o usuário para uma página sem conteúdo algum. É algo que não acontece no site da Livraria UFS, que possui conteúdo em todas as suas seções, inclusive na que trata sobre a equipe, sendo importante para mostrar quem são as pessoas responsáveis pelo trabalho realizado pela Editora.

A segunda ramificação acontece no item "Livros Publicados", que possui em seu menu os itens "Catálogo", que será abordado mais à frente, e um segundo com "Como Publicar", onde são trazidas as diretrizes da Editora para que os autores interessados possam submeter seus originais para análise.

Na terceira, chamada "Novidades", são dispostos dois itens: "Eventos e Lançamentos" e "Notícias". E por último, a quarta ramificação "Atendimento" traz os itens: "Contato", "Ponto de venda", "Links Úteis" e por fim "Dúvidas Frequentes".

Abaixo, há um carrossel no qual podem ser dispostos anúncios de interesse da Editora, onde deixa em destaque inicial um *banner* convidando o usuário a entender como pode ser feita uma compra com a Editora, informando que os meios disponíveis se dão por meio de *e-mail* ou contato pelo aplicativo de mensagens *WhatsApp*. Ou seja, nenhuma espécie de compra de livro físico está de fato disponível na Livraria Digital, tendo que ser concretizada por canais terceiros.

Em seguida, são dispostos três componentes organizados em um *grid* de três colunas (Figura 5), um trazendo como conteúdo um carrossel com os "Livros em Destaque", o segundo com as últimas "Notícias" relativas à Editora e a UFBA e o terceiro com uma listagem de "Eventos e Lançamentos" realizados pela EDUFBA. Cada um deles com um botão clicável logo abaixo escrito "Veja mais", que pode acabar passando despercebido pela falta de semelhança com botões que já apareceram anteriormente, como o que aparece no carrossel de Livros em Destaque, que possui uma cor laranja, podendo não ser tão intuitiva a sua utilização pelo usuário.

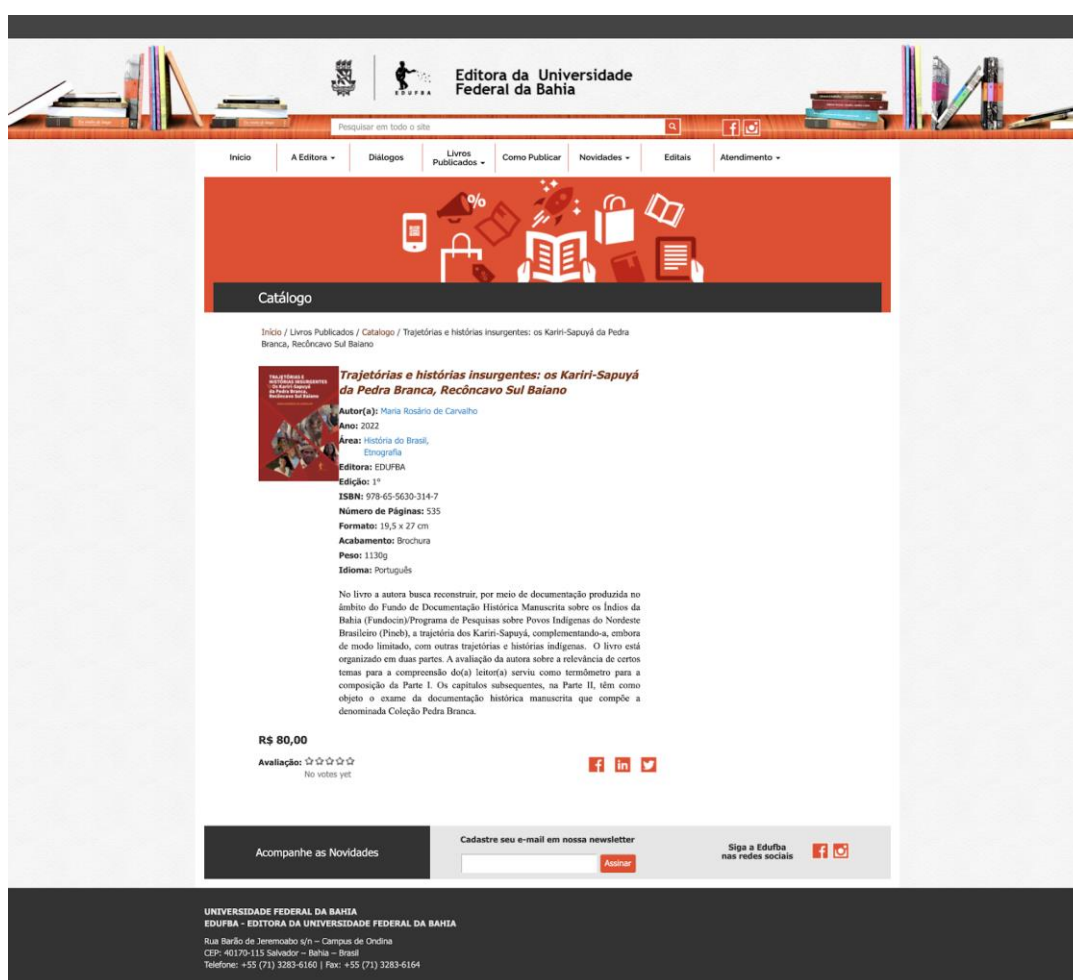
Logo após, há uma área onde o usuário é convidado a se cadastrar na *Newsletter* da Editora, e receber conteúdos em primeira mão através do *e-mail* cadastrado. E ao lado, novamente, ícones das redes sociais da Editora com *links* que direcionam o usuário para sua página.

Por fim, temos o rodapé do site, onde se encontram informações como o nome completo da Universidade e da Editora, assim como seu endereço, telefone e fax. E, assim, acaba a página inicial da Livraria Virtual da Editora da Universidade Federal da Bahia.

Usando como teste a obra que foi disponibilizado em "Livros em Destaque" para analisarmos como é a página de um livro na plataforma, somos levados para a página do livro escolhido (Figura 6), onde é possível encontrar reunidas informações como: a capa da obra em questão, seu nome completo, o

autor ou autora, com *link* para seu nome, o ano da publicação, as áreas em que o livro está envolvido, o número de sua edição, número do ISBN, número de páginas, seus formatos e tamanhos, acabamento, seu peso e o idioma da publicação. Logo abaixo, consegue-se ler uma sinopse, apesar de não ter qualquer indicação de que se trata de uma, o seu preço (também sem marcação), campo para avaliação da obra pelo usuário, e os links costumeiros para as páginas das redes sociais da Editora.

Figura 6 – Página do livro escolhido no site da Editora UFBA



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Como comentado anteriormente, as obras físicas da EDUFBA são adquiridas por intermédio de canais terceiros à página da sua Livraria Digital, então não há qualquer tipo de botão para dar início a um processo de compra. No entanto, questiona-se se não seria interessante reforçar ao usuário as formas disponíveis

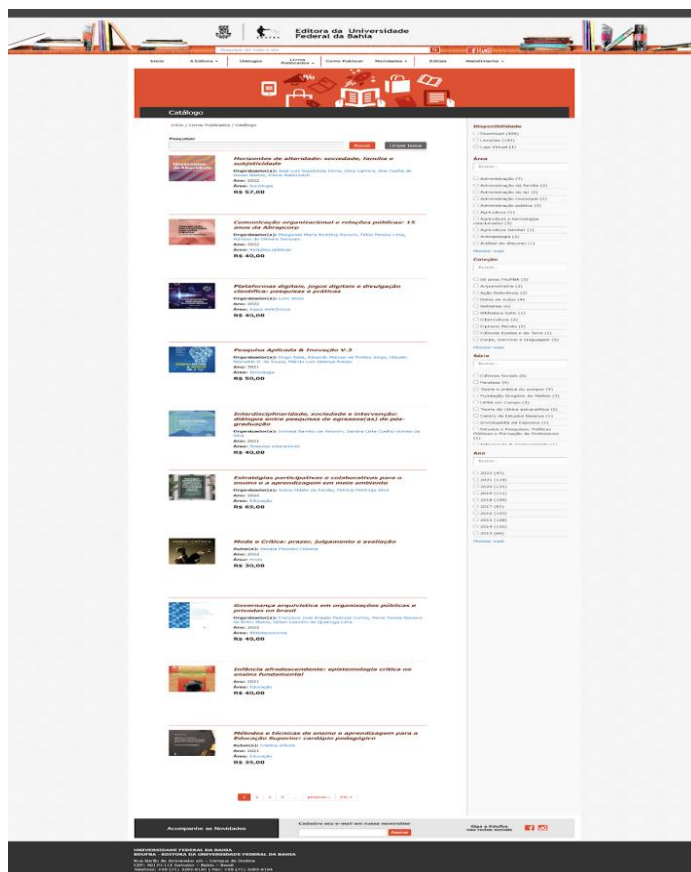
para que ele possa adquirir um exemplar da obra, e não deixá-lo condicionado a uma leitura que deve ser feita na página inicial do site.

Dando segmento, como foi comentado anteriormente, há na barra de navegação um item dentro da ramificação de "Livros Publicados" chamado "Catálogo", que caso o usuário o acesse é direcionado para uma página onde são reunidos em listagens os livros publicados pela Editora (Figura 7), organizados inicialmente pela ordem de lançamento (do mais recente para o mais antigo). Cada item possui informações sobre a obra, como imagem da capa, título, organizador(a), ano de publicação, área, e seu valor no caso das obras físicas, ou disponibilidade, no caso das obras digitais.

Na parte direita da tela, há uma coluna com filtros que o usuário pode se aventurar a usar e auxiliar sua busca por um livro específico, ou de características específicas, como por exemplo os livros que são somente digitais, que foi o caso que se acabou utilizando para continuar esta análise.

É importante ressaltar que dois dos itens dispostos nesta coluna dizem respeito ao filtro de livros de acordo com sua "área" e "coleção", porém a forma como é feita a categorização pela editora acaba sendo um pouco confusa, pois cada livro pode possuir uma área/coleção específica somente com ele listado, mesmo que pudesse estar em conjunto com outros de uma área/coleção semelhante, fazendo com que a lista de categorias acabe ficando extensa, e inclusive incapaz de ser reproduzida na íntegra aqui na imagem coletada.

Figura 7 – Catálogo da Editora UFBA



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Ao selecionar o filtro, foram dispostos os livros que possuem apenas sua versão publicada de forma digital para *download* e disponibilizados de forma gratuita, totalizando 406 itens encontrados e dispostos no *site* (Figura 8).

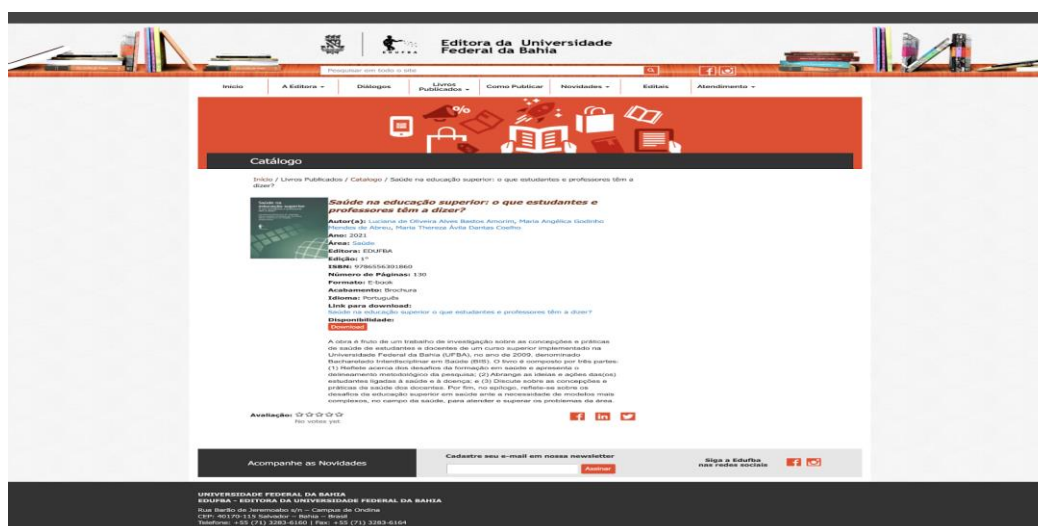
Figura 8 – Livros do catálogo em versão para *download*



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Selecionou-se o primeiro item da lista, tendo sido direcionado para sua página (Figura 9), onde possui informações similares dispostas, como já foi mencionado anteriormente, com diferença apenas em dois itens a mais abaixo de "Idioma", um que podemos ler "*Link para download*", seguido do nome da obra com *link* para outra página, e abaixo outro item escrito "Disponibilidade" que vem seguido com o que, num primeiro momento, parece ser um botão para efetuar o *download* da obra por possuir as mesmas cores usadas anteriormente em botões no *site*, mas que é só um informativo, sendo um ponto confuso para a experiência.

Figura 9 – Acesso a uma obra



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Ao clicar-se, então, no nome do livro que possui *link*, direciona-se para uma nova página, dessa vez fora do site da EDUFBA, tratando-se da página da obra no repositório da Universidade Federal da Bahia (Figura 10). Nela são dispostas informações sobre o livro que já foram apresentadas anteriormente, mas que, ao final, são colocados dois itens relativos à visualização/download da obra, sendo diferenciados em dois tipos de extensão de arquivo, o primeiro em ".epub" e o segundo em ".pdf".

Figura 10 - Página da obra no repositório da UFBA

• Portal do Governo Brasileiro
• Atualize sua Barra de Governo

 Universidade Federal da Bahia | Repositório Institucional da UFBA

[Página inicial](#)
[Navegar](#)
[Contato](#)
[Sobre o RI UFBA](#)
[FAQ](#)

[Entrar em](#)
[Idioma](#)

Use este identificador para citar ou linkar para este item: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/34286>

Tipo: Livro

Título: Saúde na educação superior o que estudantes e professores têm a dizer?

Abstract: A obra é fruto de um trabalho de investigação sobre as concepções e práticas de saúde de estudantes e docentes de um curso superior implementado na Universidade Federal da Bahia (UFBA), no ano de 2008, denominado Bacharelado Interdisciplinar em Saúde (BIS). O livro é composto por três partes: (1) Reflete acerca dos desafios da formação em saúde e apresenta o delineamento metodológico da pesquisa; (2) Abrange as ideias e ações dos(as) estudantes ligadas à saúde e à doença; e (3) Discute sobre as concepções e práticas de saúde dos docentes. Por fim, no epílogo, reflete-se sobre os desafios da educação superior em saúde ante a necessidade de modelos mais complexos, no campo da saúde, para atender e superar os problemas da área.

Palavras-chave: Medicina – Estudo e ensino (Superior)
Ensino superior – Finalidades e objetivos

País: Brasil

Editora / Evento / Instituição: EDUFBA

Tipo de Acesso: Acesso Aberto

URI: <http://repositorio.ufba.br/handle/ri/34286>

Data do documento: 2021

Aparece nas coleções: E-Livros (EDUFBA)

Arquivos associados a este item:

Arquivo	Descrição	Tamanho	Formato	
SaudeNaEducacao.epub		402,6 KB	Unknown	Visualizar/Abrir
SaudeNaEducacaoPdf.pdf		1,73 MB	Adobe PDF	Visualizar/Abrir

[Mostrar registro completo do item](#)
[Recomendar este item](#)
[Visualizar estatísticas](#)

Os itens no repositório estão protegidos por copyright, com todos os direitos reservados, salvo quando é indicado o contrário.


REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL | UFBA
Universidade Federal da Bahia

Sistema Universitário de Bibliotecas UFBA
 Rua Barão de Jeremoabo, s/n, Campus Ondina, Salvador-BA, CEP: 40170-290


Sistema Universitário de Bibliotecas UFBA

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Ao final dessa análise, pode-se compreender que a identidade visual da Livraria Digital da EDUFBA não dialoga com a identidade da universidade em si. Essa observação pode ser fruto de uma estratégia de venda da própria editora, para além de representar uma desconformidade com a heurística 3 de Nielsen.

4.2 Editora Blucher *Open Access*

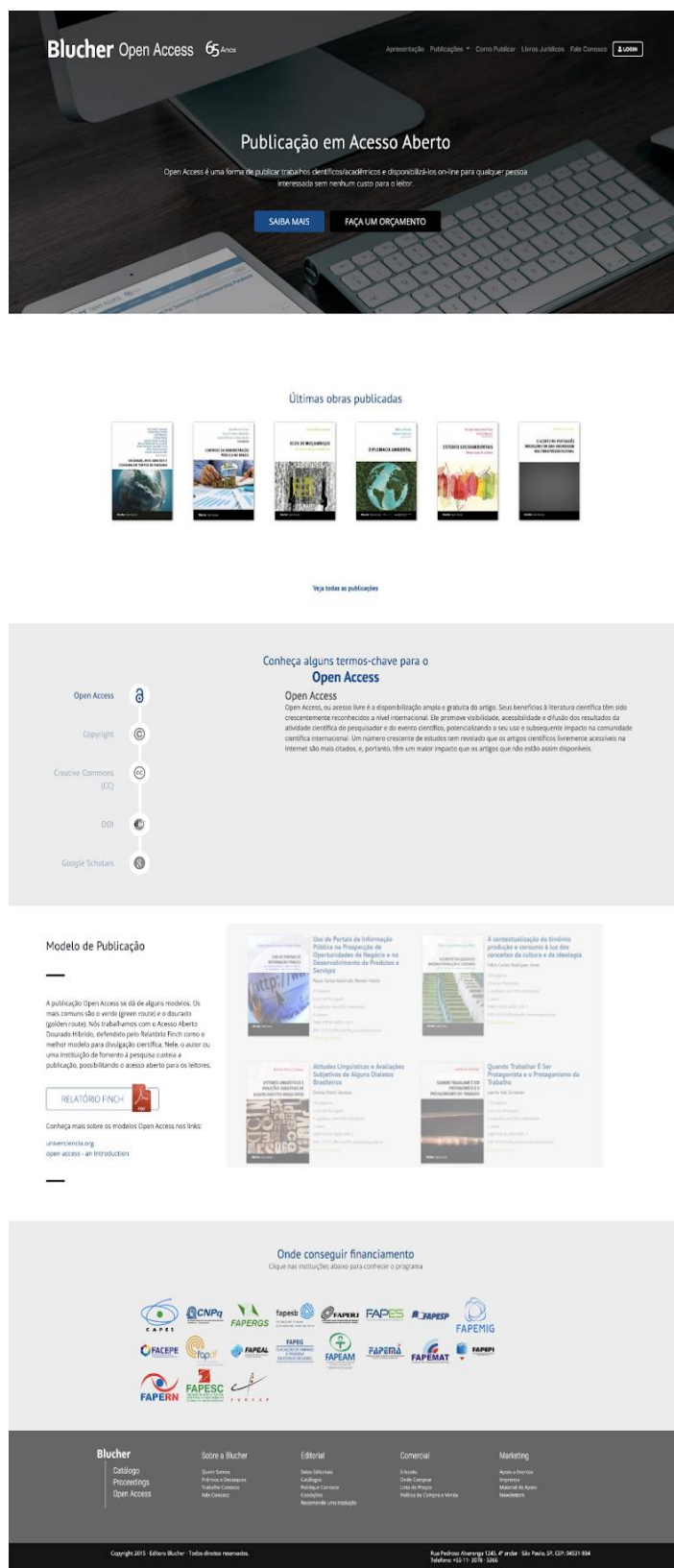
No caso da Blucher *Open Access*, todo o fluxo se inicia na página inicial do selo da Editora³, podendo-se visualizar suas configurações organizadas em um formato de *landing page*, que tem como objetivo direcionar o usuário para outros sites relativos à própria instituição, mas com informações específicas, ou deixar à mostra todas as informações relativas a ela e seus *links*.

³ Disponível em: <https://openaccess.blucher.com.br/>. Acesso em: 28 out. 2022.

Na página virtual da editora (Figura 11), é possível visualizar que existe num primeiro plano a marca da Editora, seguida na parte esquerda por *links* que levam às seções específicas sobre a instituição, como, por exemplo, sua "Apresentação", uma seção ramificada de "Publicações" (que, quando acionada, revela todas as áreas temáticas em que a editora organiza seu material, que podem ser visualizadas na Figura 11), outra com "Como Publicar", seguida por "Livros Jurídicos" e "Fale Conosco", e, por fim, um botão para fazer *login*, mas que não é necessário ter uma conta para concretizar o fluxo de aquisição que será explorado.

Abaixo dessa primeira parte, é colocado em destaque um texto que ressalta de forma direta qual o foco da editora, seguido de botões com "Saiba mais" e outro com "Faça um orçamento", já para publicar pelo selo precisa-se pagar pela publicação e distribuição do material pelo(s) autor(es). Acredita-se que a intenção seria a de fazer com que o destaque fosse no segundo botão, mas a escolha de cores utilizada fez com que o primeiro se destacasse. Faz-se essa observação, pois comumente em *sítes*, o botão localizado à esquerda diz respeito a uma ação que se pretende ser secundária, e o da direita é a ação primária, que neste caso, acredita-se que faria com que o usuário se aventurasse em fazer um orçamento.

Figura 11 – Página virtual da Blucher



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Depois são destacadas as últimas publicações feitas pelo selo editorial, clicáveis e que direcionam o usuário diretamente para a página da publicação escolhida. E abaixo delas, há um texto onde está escrito "Veja todas as publicações" que direciona o usuário para uma página que tem o propósito da frase clicada, apesar desta se apresentar de forma bastante discreta e potencialmente não muito intuitiva.

Em seguida, é apresentada uma seção com informações sobre termos-chave que a editora acredita que são interessantes, para que o usuário que está navegando, compreenda o que elas significam quando surgirem em outros pontos do fluxo no site. Nela são explicados termos como "*Open Access*", o cerne do selo editorial, "*Copyright*", "*Creative Commons (CC)*", "*DOI*" e "*Google Scholars*".

Após a seção anterior, é mostrada uma nova seção, onde é explicado ao usuário como funciona o modelo de publicação da *Blucher Open Access*, instruindo de forma breve como é construído o seu processo e que possui mais de um modelo de publicação. E ainda disponibilizam um arquivo em PDF onde explicam com mais profundidade o que eles chamam de "Relatório Finch", que é citado no texto, além de links abaixo que direcionam para outros sites que versam sobre os modelos de *Open Access*.

Chegando ao fim da página, encontram-se mais duas seções, uma em que a instituição instrui o usuário e potencial autor(a) publicado(a) pela Editora, quais instituições voltadas para a construção de conhecimento, que podem financiar a publicação de sua obra, podendo-se obter um orçamento para a sua publicação. E a última seção, logo abaixo, traz um resumo da arquitetura em que o *site* está organizado, reunindo os *links* dos pontos de contatos disponíveis, dessa vez de uma forma mais ampla, para que o usuário possa se aventurar, se for de sua vontade, além de um texto de *copyright* com o nome da Editora, seguido de seu endereço.

Toda a organização feita na página inicial do selo editorial é bastante interessante, pois deixa de forma clara e direcional os pontos mais importantes que o usuário precisa saber sobre ela, como seu objetivo, repertório de publicações, palavras-chave que o usuário mais leigo precisa entender para ter uma experiência mais esclarecida, como funciona seu modelo para publicação e, por fim, como o(a) potencial autor(a) pode conseguir investimento para conseguir publicar uma obra com a editora, deixando o usuário não apenas ciente sobre as vantagens da *Blucher Open Access*, mas também, como efetivar a publicação de seu trabalho. Esses

elementos ajudam o usuário em sua jornada, e é uma configuração a ser levada em consideração para o presente trabalho.

Dando continuidade, para dar-se início ao fluxo de aquisição, selecionaram-se nas categorias de publicações o tema "Sociologia" de forma arbitrária, tendo sido direcionadas para a página que reúne todas as publicações com essa temática, presentes na Figura 12. A página, para qualquer um dos itens selecionados na lista possui a mesma configuração, sendo irrelevante abordar todos aqui.

Na primeira parte da página, pode-se observar que o cabeçalho dela não se altera muito, mudando apenas a posição dos elementos de navegação da página já abordados, para abaixo da marca da *Blucher Open Access*. A única alteração que se pode ressaltar é a de que agora, esses elementos estão dentro de uma tarja em azul, seguindo a paleta da marca, possivelmente para dar destaque a eles dentro de uma página específica do site.

Figura 12 – Categoria de publicações “Sociologia”



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Em seguida, encontrou-se o título da página escolhida, "Publicações - Sociologia", e logo ao lado uma barra de busca para ajudar o usuário a navegar com maior facilidade pelo catálogo. No caso da seção escolhida, sobre obras na temática da Sociologia, foram apenas listados três exemplares, que são dispostos na página anterior, trazendo como informações principais suas respectivas capas, nomes, autor(a), número de páginas, quantidade de capítulos, quantidade de autores envolvidos na obra, número de ISBN e DOI, seguidos de um texto com "*Download Aberto*" escrito em destaque, que é clicável, que leva para a página da respectiva obra, da mesma forma que acontece se o usuário clicar no nome dela.

Por fim, é conduzido o mesmo rodapé da página inicial, porém com uma diferença na escala de cores, deixando de lado o cinza utilizado anteriormente para dar espaço ao mesmo tom de azul utilizado no restante da paleta da página de categoria, mantendo uma consistência com o padrão da marca.

Selecionada a primeira obra, levou-se à sua página (Figura 13), onde encontraram informações iniciais semelhantes a da página anterior, e abaixo a capa do exemplar ampliada, seguido ao lado pelas informações já relatadas aqui na página anterior, com a adição de links para compartilhamento no Facebook ou LinkedIn logo abaixo da imagem da capa, um botão para fazer o *download* da obra completa logo abaixo de seu nome, seguido de uma listagem de todos os capítulos presentes na obra, cada um disponível separadamente para o usuário escolher e baixar.

Nessa parte, para conseguir baixar os arquivos individuais, os usuários precisam clicar no título do capítulo ou seção específica que desejam ou no nome "PDF" que se encontra no canto inferior direito, ao lado da paginação da seção.

Apesar disso, a forma como foram disponibilizados individualmente os *links* para baixar os arquivos é pouco intuitiva à primeira vista, uma vez que não apresenta nenhum elemento de apoio para ajudar em sua interpretação, como por exemplo deixar o texto sublinhado, que só aparece quando o usuário passa o cursor (ícone de representação da navegação feita pelo usuário através do *mouse*). Contudo, isso não é um fator completamente comprometedor à experiência, trata-se mais de uma melhoria que poderia ser adotada pela página.

Além disso, o nome dos autores que aparecem em cada uma das seções ou junto ao título da obra é clicável e levam o usuário até a página do respectivo

pesquisador, com todas as suas obras reunidas em uma só página, que será abordada mais à frente.

Figura 13 – Detalhes de uma obra na Blucher

Blucher Open Access 65 Anos

Apresentação Publicações Como Publicar Livros Jurídicos Fale Conosco Login

Buscar por...

Diários Públicos: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional

Laysmara Carneiro Edoardo

[BAIXAR PDF COMPLETO](#)

Capítulos Sobre o livro Autores

Pré-textuais

0 - Iniciais	Edoardo, Laysmara Carneiro	Open Access PDF - p.1-10
00 - Introdução	Edoardo, Laysmara Carneiro	Open Access PDF - p.11-28

Capítulos

01 - Fetichização e Produção do Valor	Edoardo, Laysmara Carneiro	Open Access PDF - p.29-74
02 - A Vida por Imagens	Edoardo, Laysmara Carneiro	Open Access PDF - p.75-124
03 - Estetização e o Drama	Edoardo, Laysmara Carneiro	Open Access PDF - p.125-156
04 - Ficcionalização do Cotidiano	Edoardo, Laysmara Carneiro	Open Access PDF - p.157-192

Pós-textuais

05 - Considerações Finais	Edoardo, Laysmara Carneiro	Open Access PDF - p.193-204
06 - Referências Bibliográficas	Edoardo, Laysmara Carneiro	Open Access PDF - p.205-250

ISBN: 978655501230
 Páginas: 250
 DOI: DOI 10.5151/978655501230
 Compartilhar:
 LinkedIn
 Facebook

Blucher Catálogo Proceedings Open Access

Sobre a Blucher
 Quem Somos
 Prêmios e Distinções
 Trabalhe Conosco
 Fale Conosco

Editorial
 Série Editoriais
 Catálogos
 Publicar Conosco
 Coedições
 Recomende uma tradução

Comercial
 E-books
 Onde Comprar
 Lista de Preços
 Política de Compra e Venda

Marketing
 Apoio a Eventos
 Imprensa
 Material de Apoio
 Newsletters

Copyright 2015 - Editora Blucher - Todos direitos reservados.
 Rua Pedroso Alvarenga 1245, 4º andar - São Paulo, SP, CEP: 04531-934
 Telefone: +55-11- 3078 - 5366

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Aqui, acionou-se a primeira seção individual que é disponibilizada na página anterior, o elemento pré-textual "0 - Iniciais", e redirecionou-se para uma página onde se encontraram informações específicas sobre ela ainda dentro da formatação de página do livro, mantendo uma consistência visual importante, já que ainda se está falando do mesmo material.

Nela, pode-se observar que há agregado ao nome do autor em destaque da seção um resumo sobre a obra, trazendo informações relevantes sobre o material para o usuário, seguidas de um botão para realizar o *download*, e logo abaixo uma parte com a referência correta da obra, o que facilita bastante o trabalho que os

usuários podem ter ao usar os materiais disponíveis pela Blucher em *Open Access* em seus trabalhos.

Figura 14 – Informações para *download* de obras na Blucher

Blucher Open Access 65 Anos

Apresentação Publicações Como Publicar Livros Jurídicos Fale Conosco Login

Diários Públicos: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional



Diários Públicos: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional

Iniciais
Edoardo Laysmara Carneiro:

Resumo:
A coleção Sociologia Aberta USP pretende divulgar pesquisas realizadas no âmbito do Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo (PPGS/USP), por seus discentes e docentes. Nossa escolha pelo open access visa facilitar a divulgação dos trabalhos por nós desenvolvidos, atingindo em escala ampliada a públicos especializados e a interessados em geral. Efetivar a devida circulação do conhecimento acadêmico produzido no âmbito do PPGS/USP, para que ele seja apropriado, debatido e venha a alcançar vastas esferas acadêmicas e sociais é a meta da coleção.

[Download \(PDF\)](#)

Referências bibliográficas
ABRAM, Carolyn; PEARLMAN, Leah. Facebook® for dummies. Hoboken: Wiley Publishing Inc., 2010. ADAMS, Douglas. O guia do mochileiro das galáxias. São Paulo: Arqueiro, 2010. ADORNO, Sérgio. Entrevista à Revista Aurora, PUC-SP, 2010, p.2. Disponível em http://www.pucsp.br/revistaaurora/ed7_v_janeiro_2010/entrevistas/download/ed7/7_entrevista.pdf

Baixar declaração de autoria
Sou autor desse trabalho
Você é citado neste trabalho?
Exportar citação
RefWork, EndNote (RIS)
BibTeX (BIB)
Texto (TXT)
Compartilhar:
LinkedIn
Facebook

Blucher Catálogo Proceedings Open Access

Sobre a Blucher
Quem Somos
Prêmios e Destaques
Trabalhe Conosco
Fale Conosco

Editorial
Selos Editoriais
Catálogos
Publique Conosco
Coedições
Recomende uma tradução

Comercial
E-books
Onde Comprar
Lista de Preços
Política de Compra e Venda

Marketing
Apoio a Eventos
Imprensa
Material de Apoio
Newsletters

Copyright 2015 - Editora Blucher - Todos direitos reservados. Rua Pedroso Alvarenga 1245, 4º andar - São Paulo, SP, CEP: 04531-934. Telefone: +55-11-3078 - 5366

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Retornando à página inicial da obra, clicou-se na segunda guia, que fica ao lado da parte que possui os capítulos listados, que trata-se da guia referente ao "Sobre o livro", onde é trazido um resumo da obra completa, que pode ser útil aos usuários para se localizarem sobre os conteúdos que encontrarão, e se eles podem ajudar em sua pesquisa ou não.

Figura 15 - Resumo da obra completa - Blucher

Blucher Open Access 65 Anos

Apresentação Publicações Como Publicar Livros Jurídicos Fale Conosco Login

Buscar por...

DIÁRIOS PÚBLICOS: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional

Laysmara Carneiro Edoardo

[BAIXAR PDF COMPLETO](#)

Capítulos Sobre o livro Autores

Esta pesquisa tem como orientação principal o debate sobre o lugar do Facebook, Instagram e WhatsApp - agora sob o nome do conglomerado Meta - como monopólio comunicacional e suas possíveis consequências. Está organizada em quatro aproximações que, relacionadas, respondem a questão da afinidade entre imagens, dramatização e produção de valor na fórmula comunicacional disponibilizada aos usuários pela plataforma, fazendo com que a realidade individual e coletiva passe por um filtro tecnologicamente mediado, e que seja apreendida e (auto)reflexionada por intermédio dessas relações. De tal maneira, a abordagem do problema e a proposta analítica passam pela relação da imagem com o eu, a ficção, a própria imagem e o suposto estatuto de imortalidade. Como resultado, por meio do fetichismo metodológico, a pesquisa debate diferentes camadas narrativas da decorrente ficcionalização da vida, identificando um mercado de imagens e de pessoas que motiva, por sua vez, a produção de si; a incursão de si na realidade; a produção dos fatos e a transformação dos eventos em registro privado. O livro trata, portanto, da produção da vida como mercadoria, por meio da narrativa produzida cotidianamente nas redes sociais, considerando que a comunicação tecnologicamente mediada se estabelece por intermédio da imagem e pela dramatização, tendo como resultado perverso dessa técnica a ficcionalização da realidade social.

ISBN: 9786555501230
 Páginas: 250
 DOI: DOI 10.5151/9786555501230
 Compartilhar:
 LinkedIn
 Facebook

Blucher Catálogo Proceedings Open Access

Sobre a Blucher
 Quem Somos
 Prêmios e Destaques
 Trabalhe Conosco
 Fale Conosco

Editorial
 Selos Editoriais
 Catálogos
 Publique Conosco
 Coedições
 Recomende uma tradução

Comercial
 E-books
 Onde Comprar
 Lista de Preços
 Política de Compra e Venda

Marketing
 Apoio a Eventos
 Imprensa
 Material de Apoio
 Newsletters

Copyright 2015 - Editora Blucher - Todos direitos reservados.

Rua Pedroso Alvarenga 1245, 4º andar - São Paulo, SP, CEP: 04531-934
 Telefone: +55 11 3078 - 5366

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Por último, clicou-se na última guia disponível, onde são apresentados os nomes dos autores envolvidos na obra, que neste caso se tratava de apenas um (Figura 16). Caso o usuário clique sobre o nome do autor(a), é redirecionado para a página específica dele(a).

Figura 16 - Nomes dos autores envolvidos na obra - Blucher

Blucher Open Access 65 Anos

Apresentação Publicações Como Publicar Livros Jurídicos Fale Conosco Login

Buscar por...

DIÁRIOS PÚBLICOS: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional

Laysmara Carneiro Edoardo

BAIXAR PDF COMPLETO

Capítulos Sobre o livro **Autores**

Edoardo, Laysmara Carneiro

ISBN: 978655501230
 Páginas: 250
 DOI: DOI 10.5151/978655501230
 Compartilhar:
 LinkedIn
 Facebook

Blucher Catálogo Proceedings Open Access

Sobre a Blucher
 Quem Somos
 Prêmios e Destaques
 Trabalhe Conosco
 Fale Conosco

Editorial
 Selos Editoriais
 Catálogos
 Publique Conosco
 Coedições
 Recomende uma tradução

Comercial
 E-books
 Onde Comprar
 Lista de Preços
 Política de Compra e Venda

Marketing
 Apoio a Eventos
 Imprensa
 Material de Apoio
 Newsletters

Copyright 2015 - Editora Blucher - Todos direitos reservados. Rua Pedroso Alvarenga 1245, 4º andar - São Paulo, SP, CEP: 04531-934
 Telefone: +55 11 3078 - 5366

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Na página do autor(a) selecionado pelo usuário, encontram-se outras informações ainda não apresentadas, como um espaço onde deve ficar a foto da pessoa, que neste caso se encontrava vazio, o nome da pessoa completo em destaque, seguido de uma frase onde dá o espaço para que, caso o usuário seja o autor(a) em questão, possa fazer seu cadastro e pedir para ter controle sobre sua página, e infere-se que sirva para poder fazer suas devidas correções/edições.

Além disso, também são colocados em lista todos os artigos que a pessoa já tenha publicado na plataforma, consistindo em arquivos dos capítulos que são disponibilizados de forma individual na página principal da obra, como já visto anteriormente (Figura 17). O padrão visual de distribuição das informações também se mantém constante aqui.

Figura 17 - Lista dos artigos publicados por um autor na plataforma Blucher

Blucher Open Access 65 Anos

Apresentação Publicações Como Publicar Livros Jurídicos Fale Conosco Login

Perfil do Autor

Laysmara Carneiro Edoardo
Are you **Laysmara Carneiro Edoardo**? Register to request this page for you.

artigos (9)

Iniciais Edoardo, Laysmara Carneiro; Diários Públicos: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional	0 - Open Access PDF - p.1-10
Introdução Edoardo, Laysmara Carneiro; Diários Públicos: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional	0 - Open Access PDF - p.11-28
Feticização e Produção do Valor Edoardo, Laysmara Carneiro; Diários Públicos: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional	0 - Open Access PDF - p.29-74
A Vida por Imagens Edoardo, Laysmara Carneiro; Diários Públicos: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional	0 - Open Access PDF - p.75-124
Estetização e o Drama Edoardo, Laysmara Carneiro; Diários Públicos: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional	0 - Open Access PDF - p.125-156
Ficcionalização do Cotidiano Edoardo, Laysmara Carneiro; Diários Públicos: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional	0 - Open Access PDF - p.157-192
Considerações Finais Edoardo, Laysmara Carneiro; Diários Públicos: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional	0 - Open Access PDF - p.193-204
Referências Bibliográficas Edoardo, Laysmara Carneiro; Diários Públicos: Ficcionalização do Cotidiano e Monopólio Comunicacional	0 - Open Access PDF - p.205-250

Blucher Catálogo Proceedings Open Access

Sobre a Blucher
Quem Somos
Prêmios e Distinções
Trabalha Conosco
Fale Conosco

Editorial
Seleção Editorial
Catálogos
Publicar Conosco
Credenciais
Recomende uma tradução

Comercial
E-books
Direito Comparado
Lista de Preços
Política de Compra e Venda

Marketing
Apoio a Eventos
Imprensa
Material de Apoio
Newsletters

Copyright 2015 - Editora Blucher - Todos direitos reservados.

Rua Pedroso Alvarenga 1245, 4º andar - São Paulo, SP, CEP: 04531-934
Telefone: +55-11-3078-5360

Fonte: dados da pesquisa (2022)

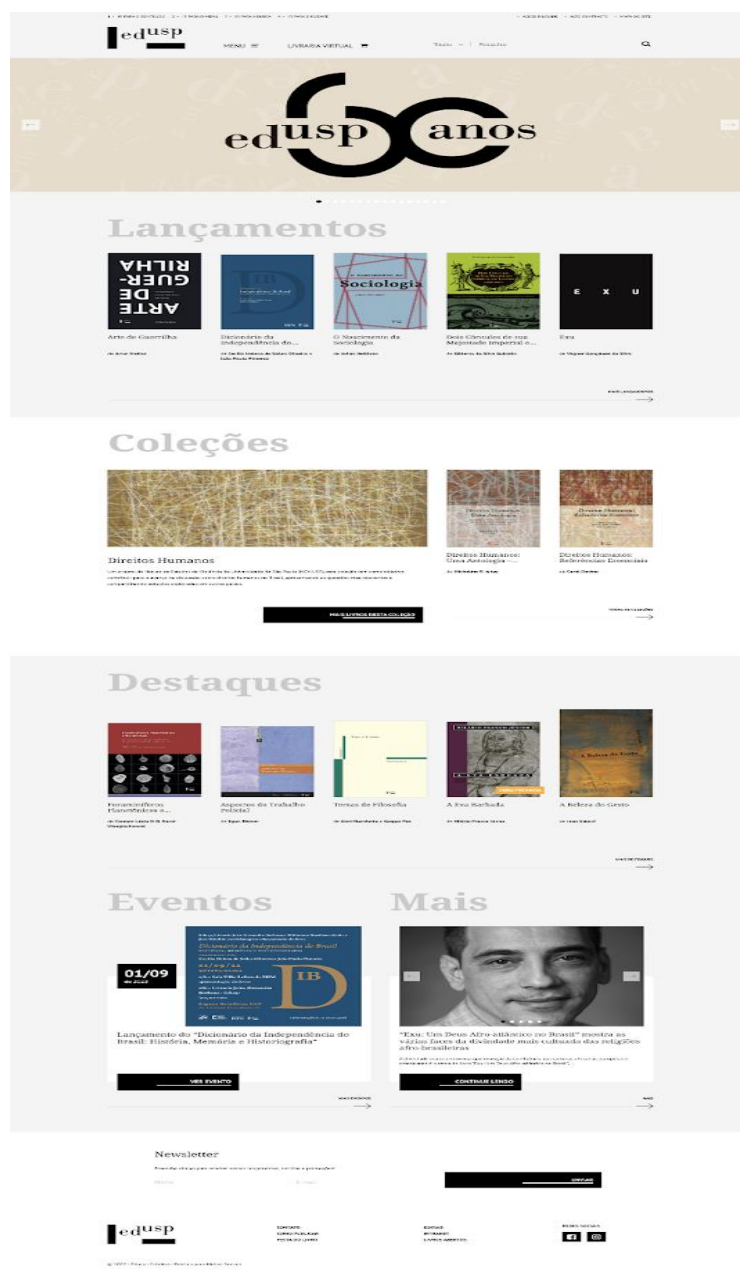
E, por fim, uma vez que o usuário seleciona a obra e o capítulo específico que deseja (ou a obra inteira), e seleciona algum de seus *links* para realizar o *download*, é aberta uma tela do próprio sistema operacional do computador utilizado pelo usuário para salvar o arquivo. E, assim, encerra-se a análise de fluxo e usabilidade da plataforma da *Blucher Open Access*.

Talvez o fluxo de aquisição, e a experiência de uma forma geral, oferecida pela plataforma da *Blucher Open Access* seja a mais promissora já analisada até então nesta pesquisa de mestrado, apresentando-se de forma bastante objetiva, e consistente com relação aos seus aspectos visuais, com grandes pontos de contribuições a serem levados em consideração e agregados ao projeto da Livraria Digital da Editora UFS.

4.3 EDUSP

O fluxo de aquisição da Edusp se inicia dentro do site da própria Editora USP⁴, que traz em sua parte superior esquerda textos curtos que funcionam como atalho para partes do site, como por exemplo "1 • Ir para conteúdo"; "2 • Ir para menu"; "3 • Ir para a busca"; "4 • Ir para o rodapé", e na parte direita *links* com as inscrições "Acessibilidade", "Alto contraste" e "Mapa do site" (Figura 18).

Figura 18 – Site EDUSP



Fonte: dados da pesquisa (2022)

⁴ Disponível em: <https://www.edusp.com.br/> Acesso em: 30 ago. 2022

Além disso, da esquerda para a direita, encontra-se a marca da editora em destaque na cor preta, que aparenta ser sua cor principal de assinatura, seguida de dois botões: um para um "Menu" e outro com "Livraria digital", que serão abordados a seguir. Por fim, ao lado deles é encontrado um campo de busca, onde o usuário pode digitar a palavra-chave correspondente à obra que procura e, assim, encontrá-la de forma mais facilitada.

Em seguida, é disposto um componente de carrossel, onde são colocados diversos tipos de conteúdos que ficam passando num determinado tempo. O que está em destaque no *print* é referente à comemoração dos 60 anos da Editora, por exemplo, com a possibilidade de o usuário poder avançar ou voltar, navegando entre os conteúdos que são disponibilizados (Figura 18)

A partir deste último ponto, pode-se perceber que a distribuição das seguintes seções se dá por meio de componentes semelhantes, com um título em destaque no canto superior esquerdo, seguido do seu conteúdo específico, assemelhando-se a uma configuração modular do site, onde cada módulo tem seu objetivo específico, porém mantendo uma configuração semelhante.

No caso do que se segue ao carrossel, são dispostos os cinco últimos lançamentos da Editora, trazendo informações como a imagem da capa de cada um, respectivamente, o nome do livro e por último o nome do(s) autor(es). No canto inferior direito, é possível ainda notar um botão onde está escrito "Mais lançamentos", que é seguido de um ícone de seta, que, quando acionado direciona o usuário para a tela com todos os lançamentos da Editora.

Logo após temos uma nova seção, que é denominada "Coleções", onde são mostradas coleções de livros que fazem parte de uma mesma espécie de projeto. Ela contém uma imagem em destaque, onde abaixo dela encontra-se o nome da coleção em questão e uma breve sinopse, e ao lado dois livros que fazem parte da mesma. Abaixo, pode-se ver um botão clicável (porém que poderia ser confundido com um título) onde está escrito "Mais livros desta coleção", que direciona o usuário diretamente para a página da coleção em questão, e ao lado, no canto direito, um botão com a inscrição "Todas as coleções".

Por último, encontra-se uma seção única que contém três conteúdos em destaque, uma área com os livros em "Destaque", os "Eventos" realizados pela Editora, e uma área com "Mais" para visualizarmos outros conteúdos que não foram abordados anteriormente.

Essa última seção em específico é interessante, pois até então, possuía apenas um conteúdo específico dentro de cada uma delas, o que deixa uma inquietação de se o fato de haver três de uma só vez não possa ter sido um erro de configuração da página, ao menos com relação à parte de livros em "Destaque", que ao nosso ver poderia ficar apartada, e inclusive numa posição mais acima na hierarquia das seções, possivelmente junto à de lançamentos, já que são temas correlacionados, livros lançados recentemente e livros em destaque. Porém, é difícil chegar a uma conclusão do motivo que levou a esta decisão de quebrar a padronização que vinha sendo disposta até então.

Ao final da página, encontra-se um campo para que o usuário possa assinar a *Newsletter* da Editora, e receber por *e-mail* suas novidades e notícias, seguido de um rodapé onde encontramos a marca da Edusp, links de atalhos para "Contato", "Como publicar", "Festa do livro", "Editais", "Intranet" e "Livros abertos", seguidos de links para as redes sociais disponíveis da Editora, Facebook e Instagram, e por fim o *copyright* da mesma.

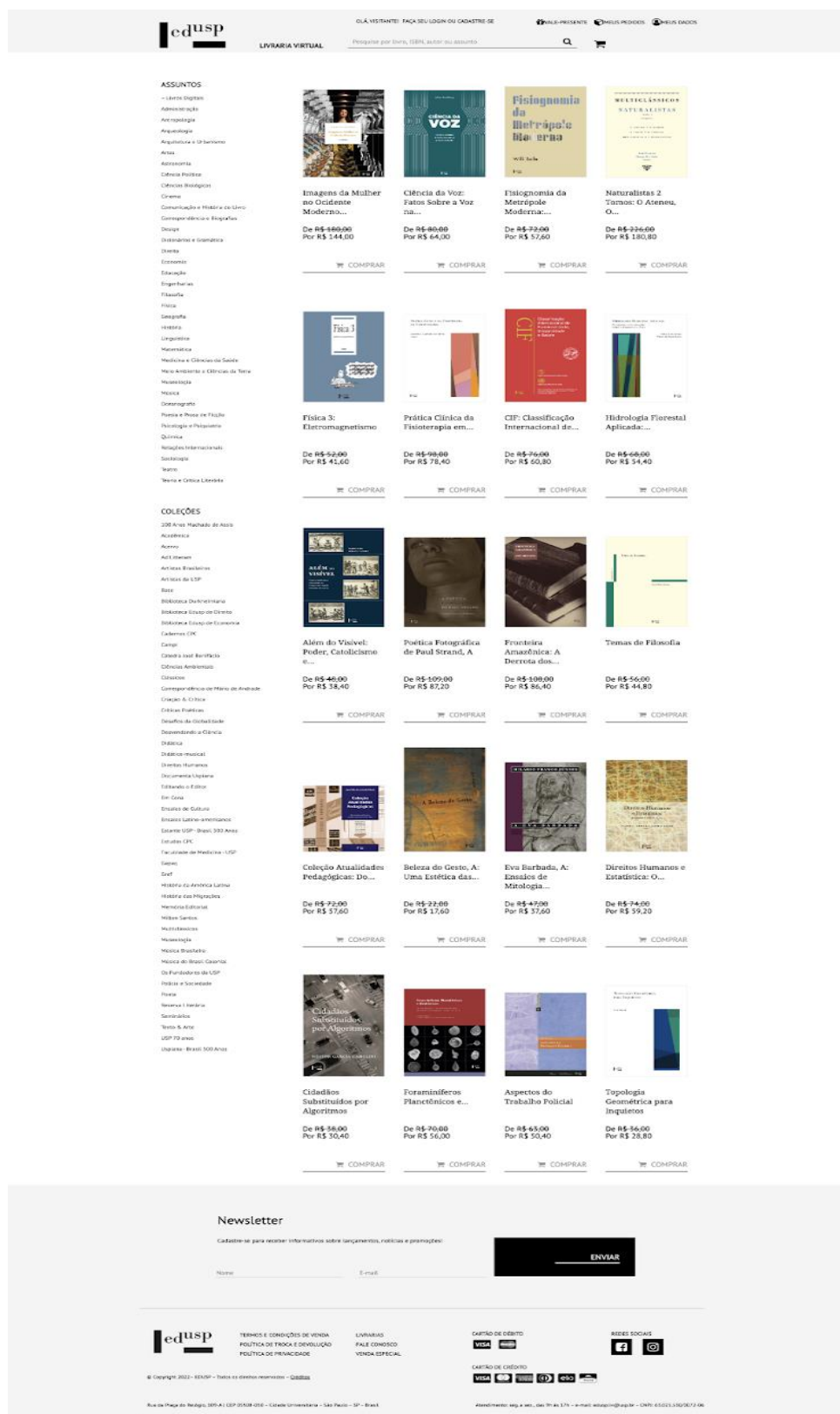
Voltando ao início da página (Figura 18), ao clicar no botão de "Menu", a guia se expandiu e mostrou links que podem ajudar o usuário a encontrar o que deseja em sua navegabilidade de forma mais rápida. Porém, acabou-se não explorando essa parte, já que o real interesse era saber mais sobre o fluxo de aquisição disponibilizado pela Edusp. Sendo assim, clicou-se no botão ao lado e foi-se para sua Livraria Virtual (Figura 19).

Ao clicar no botão, foi-se imediatamente direcionado para uma nova página, onde o seu cabeçalho, em comparação ao anterior, se alterou um pouco para se adaptar ao novo contexto de aquisição, já que, a partir de agora, trata-se da Livraria Digital da Edusp, trazendo elementos como botões para *login* e cadastro, vale-presente, meus pedidos, meus dados (útil apenas com o usuário já logado) e um ícone de carrinho. Além disso, para não deixar a experiência completamente diferente da anterior, foi trazida aqui a barra de pesquisa, fazendo uma possível conexão cognitiva com o que o usuário já experienciou na tela anterior.

Abaixo do cabeçalho, encontra-se na parte esquerda uma coluna com categorias onde o usuário pode filtrar os livros dentro de todo o acervo da Edusp, categorizadas de forma extensa, em listas e separadas por dois tipos: "Assuntos" e "Coleções", fazendo relação com o que foi mostrado na tela inicial do fluxo. Apesar de se mostrar bastante completa, a coluna acaba sendo muito extensiva, ficando

quase na mesma altura quando acabam os exemplares listados, o que pode ser uma forma não tão positiva de categorizar os exemplares.

Figura 19 – Livraria virtual EDUSP



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Já do lado direito, encontra-se uma listagem de originais publicados pela Editora, onde é possível visualizar as imagens de capa, título, preço e um botão para compra (que na verdade adiciona o livro ao carrinho). A disposição dos exemplares disponíveis na página se dá de forma aleatória, mudando cada vez que o usuário acessa a página.

E ao fim da página, tem-se novamente um espaço para cadastro na *Newsletter*, seguido de um rodapé semelhante ao da página inicial, porém com elementos mais voltados para a parte de compra propriamente dita, como tipo de cartões que são aceitos, CNPJ da Editora, etc.

Logo no início da coluna de filtros, pode-se observar que o primeiro item na parte de "Assuntos" trata-se de "Livros Digitais". Dessa forma, acionou-se ele, pois acreditou-se que ele facilitaria o fluxo para conseguir encontrar os livros que estão disponíveis no formato digital. O resultado foi de fato o narrado, onde foram reunidos livros desta categoria, porém os campos com valores e "comprar" se mantiveram, o que foi estranho, pois os valores dispostos se assemelhavam aos dos livros físicos, porém, estava-se acessando os livros digitais.

Sabia-se que, não necessariamente, eles seriam disponibilizados de forma gratuita, como aconteceu nos casos anteriores e no da própria Editora UFS, mas ainda assim foi curioso não ter uma mudança tão significativa entre os livros considerados até então "físicos" dos "digitais" à primeira vista.

Selecionou-se o primeiro exemplar para dar-se continuidade ao estudo, e foram direcionados para a página do livro. A coluna com as categorias de livros não teve alteração, resultando numa página demasiadamente extensa e com muito espaço em branco. Aqui se questiona se haveria de fato a necessidade de continuar exibindo a coluna com as categorias, já que ela não contribui em nada com o fluxo em si.

Porém, no que se trata do livro escolhido em si, foram trazidas informações vistas anteriormente, como sua capa, título completo, seguidos de ícones de redes sociais, o que nos deixou confusos sobre sua utilidade ali (serviam para compartilhar a página do livro nas redes e divulgar o trabalho?), seguidos novamente dos valores e um botão agora chamado "Adicionar ao carrinho", diferente do que foi apresentado na tela anterior, apresentando uma inconsistência (Figura 20).

Em seguida, veio o nome do autor num tamanho de texto menor que os demais, uma *sinopse* da obra, um texto clicável com "Livro digital disponível" escrito (o que pareceu um pouco redundante), e por fim informações de ISBN, ano de publicação, formato e peso da obra (sendo também estranho, se tratando de um livro digital), e seu número total de páginas.

Ao apertar em adicionar ao carrinho, direcionou-se de fato ao carrinho de compras da Editora, como se fosse preciso concluir seu fluxo para adquirir a obra, com campos mostrando os valores e solicitando o CEP para entrega, o que não corresponde com as expectativas quando se trata de um livro no formato digital.

Com isso, retorna-se a página do livro e continua-se nossa análise, e nela é possível constatar que o texto com *link* "Livro digital disponível" se tratava do espaço que era referente de fato a versão do livro no formato digital para se adquirir, e que o resto se tratava de fato da versão física do livro para compra, o que acabou sendo uma constatação bastante frustrante, pois nenhuma informação prévia foi dada ao usuário para que tal erro pudesse ser evitado.

Figura 20 – Adicionar ao carrinho EDUSP

The screenshot displays the EDUSP virtual bookstore interface. On the left is a vertical navigation menu with categories like 'Livros Digitais', 'Administração', 'Antropologia', etc. The main content area features the book 'Aprendizes do Poder, Os: O Bacharelismo Liberal na Política Brasileira' by Sérgio Adorno. The book cover is shown with a teal background and white text. To the right of the cover, the title and author are listed. Below this, the price is shown as 'De R\$ 40,00' and 'Por R\$ 32,00'. A black button with white text 'ADICIONAR AO CARRINHO' is prominently displayed. Underneath the button is a synopsis of the book, followed by a link 'LIVRO DIGITAL DISPONÍVEL'. At the bottom, technical details are provided: ISBN 13: 9788531415371, Ano: 2021, Formato: 13 x 21 cm, Peso: 0,368 kg, and Páginas: 320.

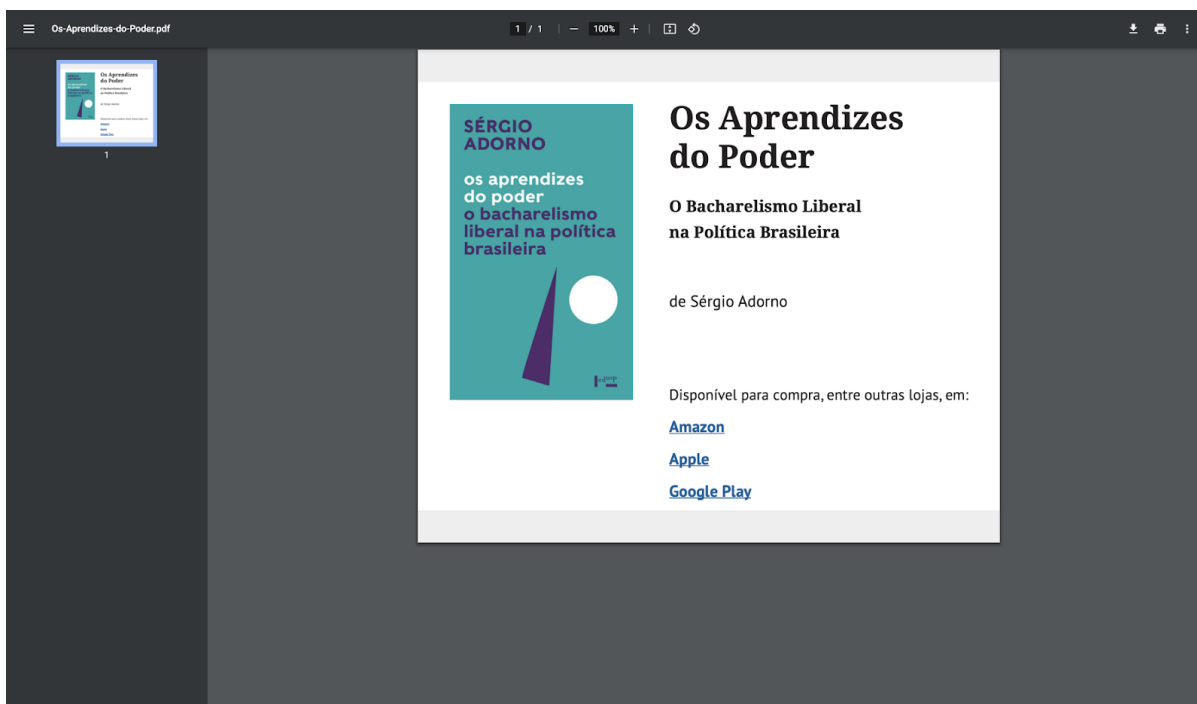
Fonte: dados da pesquisa (2022)

Uma vez que se conseguiu localizar no fluxo, e entende-se o que era necessário para enfim adquirir a obra digitalmente clica-se no texto com link, e

direciona-se para um PDF, encontrado da Figura 21. Nele são dispostas as mesmas informações encontradas na página do livro, como sua capa, título completo, nome do autor, e logo em seguida um texto indicativo para compra do livro em outras lojas, com *links* que direcionam para suas respectivas páginas.

Com isso, o fluxo de aquisição do livro digital nem pôde ser concluído na página da Editora, nem tal informação é disponibilizada antecipadamente para que o usuário saiba o que irá acontecer caso procure por um livro digital, fazendo com que toda a experiência gere no mínimo uma frustração, uma vez que não conseguimos concluí-la na página da Livraria Digital da Edusp, e que teríamos que abrir um PDF para comprá-lo em um site de compras disponibilizado nele.

Figura 21 – PDF da obra para aquisição EDUSP



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Com isso conclui-se que, apesar de visualmente o site da Edusp ser bastante constante, a experiência para conseguir um livro digital acaba sendo frustrante, uma vez que o resultado de todo o processo de aquisição não leva o usuário a conseguir baixar o livro, e sim ser redirecionado para um site de compras a sua escolha para comprá-lo e, assim, adquiri-lo, o que torna o que foi levantado aqui bastante relevante como exemplos do que não se deve utilizar como referência durante a construção da nova página da Livraria Digital da Editora UFS. Contudo,

não se deve descartar toda sua construção, uma vez que apresentou uma consistência visualmente interessante.

Quadro 3 – Análise das heurísticas de Nielsen nos sites da EDUFBA, Blucher e EDUSP

Heurísticas	Descrição	EDUFBA	BLUCHER	EDUSP
3. Controle e liberdade do usuário	"Os usuários geralmente executam ações por engano. Eles precisam de uma "saída de emergência" claramente marcada para deixar a ação indesejada sem ter que passar por um processo prolongado. Quando é fácil para as pessoas desistirem de um processo ou desfazerem uma ação, isso promove uma sensação de liberdade e confiança. As saídas permitem que os usuários permaneçam no controle do sistema e evitem ficarem presos e frustrados".	Apesar de proporcionar uma experiência confusa, a barra de navegação utilizada pela Edufba no topo da página, acaba contribuindo para que o usuário consiga sair de situações ruins, como entrar em uma página sugerida por eles, que não possui conteúdo algum. Com isso, proporciona uma experiência mais dinâmica.	Um dos pontos que mais ficam visíveis quanto aos aspectos desta heurística no site da Blucher é que o usuário pode entrar livremente em uma obra, selecionar o nome do(a) autor(a), e ser direcionado para a página do mesmo, onde são reunidas todas as obras já publicadas pela pessoa, possibilitando que o usuário possa escolher qualquer obra de uma forma muito mais prática, sobrando espaço para explorar ainda mais a plataforma de forma fluida.	Com uma padronização muito forte de sua plataforma, a Edusp deixa poucas margens de erro para que o usuário cometa um engano, e precise se recuperar dele, no que diz respeito ao fluxo de aquisição analisado. Entretanto, não conseguimos analisar a presença da heurística aplicada ao longo do site.
4. Consistência e padrões	"Os usuários não devem se perguntar se palavras, situações ou ações diferentes significam a mesma coisa. Siga as	A plataforma da Edufba possui uma quantidade considerável de variações em seu fluxo, levando em	Os padrões estabelecidos pela Blucher em sua plataforma são sempre	No caso da Edusp, a plataforma foi desenvolvida respeitando os padrões pré-

	convenções da plataforma e do setor. A Lei de Jakob (Jakob's Law) afirma que as pessoas passam a maior parte do tempo usando produtos digitais diferentes dos seus. As experiências dos usuários com esses outros produtos definem suas expectativas. Deixar de manter a consistência pode aumentar a carga cognitiva dos usuários, forçando-os a aprender algo novo".	consideração os aspectos visuais do site, como botões, hierarquia, cores e textos. O usuário pode ter que aprender constantemente como funciona a plataforma até que se habitue, podendo comprometer a usabilidade.	consistentes, não trazendo novas visualidades para construções já implementadas, a exemplo de seus botões, cores e fluxos. O usuário pode se sentir bastante à vontade para navegar pelo site sem cometer muitos erros.	estabelecidos pela Editora em sua marca, e também com relação aos componentes que são encontrados ao longo de toda a experiência. Não houve, durante a análise, um ponto em que esta heurística não foi contemplada. Logo, o usuário está propenso a ter uma boa experiência utilizando o site da livreria da USP.
6. Reconhecimento em vez de lembrança	"Minimize a carga de memória do usuário tornando visíveis elementos, ações e opções. O usuário não deve ter que lembrar informações de uma parte da interface para outra. As informações necessárias para usar o design (por exemplo, rótulos de campo ou itens de menu) devem ser visíveis ou facilmente recuperáveis quando necessário. Os humanos têm memórias de curto prazo limitadas. As interfaces que promovem o reconhecimento reduzem a quantidade de esforço cognitivo exigido dos usuários".	Apesar de falhar na heurística 8 pelo mesmo motivo que será citado, a plataforma da Edfuba apresenta uma construção interessante, no que diz respeito às categorias de filtro na página do catálogo. Apesar de ter muitos itens listados, a ideia de filtrar os itens de forma mais direta é boa, mas poderia ser melhor executada para, de fato, funcionar como um filtro mais assertivo.	Um bom exemplo de aplicação desta heurística no site da Blucher seria na barra de navegação principal, na parte superior da página que, mesmo mudando um pouco sua configuração quando o usuário sai da tela principal e vai para a do catálogo, ela se mantém praticamente a mesma, contribuindo para que o usuário não precise lembrar onde os rótulos estão para navegar para	A página da Edusp muda pouco com relação à disposição de seus elementos; inclusive a barra de categorias que aparece no catálogo, que acaba também aparecendo na página de um livro escolhido. Logo, o usuário poderá não sentir a necessidade de lembrar que ação precisa ser tomada para executar uma tarefa.

			outras seções.	
8. Design estético e minimalista	"As interfaces não devem conter informações irrelevantes ou raramente necessárias. Cada unidade extra de informação em uma interface compete com as unidades de informação relevantes e diminui sua visibilidade relativa. Essa heurística não significa que você precisa usar um <i>flat design</i> - trata-se de garantir que você mantenha o conteúdo e o design visual focados no essencial. Certifique-se de que os elementos visuais da interface suportem os objetivos principais do usuário".	O site da Edufba acaba deixando a desejar um pouco nesta heurística, uma vez que, em sua página inicial, há uma dispersão muito grande de informações alocadas em uma única tela. Além disso, na página de catálogo é difícil afirmar que o usuário vai conseguir utilizar os filtros propostos pela plataforma para conseguir agilizar o seu processo de busca, uma vez que existem diversas categorias listadas, possuindo assim uma categorização complexa, e podendo contribuir para uma má experiência.	No caso da Blucher, há uma implementação muito forte desta heurística, e isso pode ser observado na própria página do livro que, apesar de trazer uma variedade relativamente grande de informações, é organizada de tal forma que o usuário não se perde com relação ao que está sendo oferecido visualmente, e inclusive sobra espaço para colocar informações adicionais (que são importantes no âmbito acadêmico), como resumo da obra e referência bibliográfica, por exemplo.	A plataforma da Edusp possui como característica marcante o seu design limpo, contribuindo com a presente heurística. Em sua página inicial, por exemplo, as informações são apresentadas de forma cadenciada, uma por vez, o que ajuda o usuário em sua navegação tanto em manter o foco, como navegar com a segurança de que poderá encontrar o que procura.
10. Ajuda e documentação	"É melhor que o sistema não precise de nenhuma explicação adicional. No entanto, pode ser necessário fornecer documentação para ajudar os usuários a entenderem como concluir suas tarefas. O conteúdo de ajuda e	A plataforma da Edufba possui uma deficiência com relação à décima heurística. Isso pode ser observado quando o usuário tenta acessar	Na Blucher os links rápidos colocados no rodapé da página servem como pontos de atalho muito úteis para o usuário, a depender da	Já no caso da Edusp, não foram identificados pontos de ajuda e documentação tão evidentes, o que não necessariamente quer dizer que eles não sejam

	documentação deve ser fácil de pesquisar e focado na tarefa do usuário. Mantenha-o conciso e liste as etapas concretas que precisam ser realizadas."	algumas de suas páginas presentes no seu menu de navegação, como uma intitulada "Como Comprar" em Livros Publicados, e não há nada escrito além de "Em Construção" na página. O usuário pode despende um tempo maior para tentar executar tarefas que deveriam ser simples, como a do exemplo citado.	informação que ele esteja procurando, além de todos os itens serem segmentados de formas condizentes com as informações apresentadas. Tudo é apresentado de forma bastante intuitiva, e caso o usuário necessite de algum tipo de ajuda não ficará desamparado.	necessários. Como a própria heurística explícita, há uma necessidade de orientar o usuário sobre seus processos caso surja algum problema ou dúvida.
--	--	---	---	--

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Essas análises foram importantes para observar as características da livraria digital da Editora UFS, no sentido de verificar o atendimento às referidas heurísticas e as similaridades com os sites da EDUFBA, Blucher e EDUSP. Tais análises definiram os parâmetros proposto no produto final desta dissertação, trazendo uma configuração do site da livraria virtual mais sucinto e objetivo, de modo a oferecer uma experiência de usuário satisfatória.

A seguir, apresentam-se os procedimentos metodológicos adotados nesta pesquisa.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção apresenta os procedimentos metodológicos que foram empreendidos para realização da pesquisa sobre a Livraria Digital da Editora da UFS. Nesse sentido, além da caracterização da pesquisa, são apresentados em complemento o diagnóstico da editora realizado conforme as orientações do PPGCI/UFS.

5.1 Classificação da pesquisa

A investigação realizada caracterizou-se como uma pesquisa exploratória e descritiva a partir da observação das características que compreendem a Livraria virtual da Editora UFS, a partir da qual se observou na prática o problema que impulsionou esse estudo no tocante à experiência do usuário e à arquitetura da informação deste espaço. Segundo Gil (2019), a pesquisa descritiva “[...] tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno”.

Além disso, essa pesquisa caracterizou-se como estudo de caso, pois ao investigar a referida Livraria, investigou “um fenômeno contemporâneo (“o caso”) em seu contexto no mundo real” (YIN, 2015, p. 2), e pretendeu ser um “[...] estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir seu conhecimento amplo e detalhado [...]” (GIL, 2016, p. 58). Assim, as nuances que envolvem a Livraria digital da Editora UFS foram observadas, particularmente em relação com o ambiente externo e externo e envolvendo os atores que dela fazem parte.

Destaca-se que a abordagem desta pesquisa é quanti-qualitativa. A abordagem qualitativa responde “a questões muito particulares”, como a que se propôs este estudo na definição do problema de pesquisa, e a captar as percepções e experiências dos usuários com os serviços oferecidos pela Editora da UFS por intermédio de seu *website*. Conforme Minayo (2016, p. 20), a abordagem qualitativa “[...] se ocupa, dentro das Ciências Sociais, com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes”. Além disso, os dados coletados e analisados a partir dos gráficos produzidos por Planilha Excel decorrente da aplicação do questionário, também oportunizaram a abordagem quantitativa, que permitiu conhecer com maiores detalhes sobre o conhecimento dos participantes a respeito da livraria digital da Editora UFS.

Dito isso, os procedimentos metodológicos que foram desenvolvidos nesta dissertação, em relação aos objetivos do estudo, estão delineados da seguinte forma (Quadro 4):

Quadro 4 – Descrição dos procedimentos metodológicos quanto aos objetivos do estudo

Objetivos	Procedimento metodológico adotado
Identificar a percepção dos usuários em relação à Livraria Digital da Editora UFS.	Aplicação de questionário eletrônico através da Plataforma <i>Google Docs</i> , junto aos membros da comunidade da UFS e entrevista com a Diretora da Editora. Uso da ferramenta chamada NPS (<i>Net Promoter Score</i>), que teve como objetivo medir o grau de satisfação de quem utiliza determinado tipo de produto, ou de interação com alguma instituição.
Realizar um estudo de similares de sites equivalentes ao da Livraria Digital da Editora UFS.	Realização de observação sistemática nos sites das editoras EDUFBA, Blucher e EDUSP, a fim de identificar as similaridades e (in)consistências em relação às heurísticas de Nielsen.
Elaborar as telas relativas ao novo fluxo de aquisição de obras na Livraria Digital da Editora UFS.	Algumas das etapas metodológicas mais comuns para desenvolvimento da nova interface e novas telas para o fluxo de aquisição compreenderam: análise SWOT; análise de similares; alinhamento com os dados já levantados do projeto; criação do novo fluxo do usuário; criação dos <i>wireframes</i> em baixa fidelidade; aplicação da UI nos <i>wireframes</i> ; prototipação das telas desenvolvidas; encaminhamento das telas finais e do protótipo para desenvolvimento da nova plataforma.
Criar um protótipo de alta fidelidade com aplicação do novo fluxo nas telas.	Elaboração de Relatório Técnico Conclusivo com a descrição da proposta do novo site da livraria Digital da Editora UFS

Fonte: elaboração própria, 2022.

5.2 População e amostra

A população deste estudo compreendeu os membros da comunidade universitária da UFS. Para a pesquisa foram enviados os questionários aos membros da comunidade conforme os seguintes critérios: **critérios de inclusão**: ser docente, discente ou técnico-administrativo da UFS com idade acima de 18 anos; **critérios de exclusão**: não ser docente, nem discente, nem técnico-administrativo da UFS e possuir menos de 18 anos.

A divulgação do questionário foi feita na página da UFS, no *mailing* da DECAV e também em grupos de *whatsapp*, tendo-se conseguido um total de 16 respostas. Assim, a escolha da amostra deu-se por acessibilidade, que ocorre

quando o “pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo.” (GIL, 2016, p. 94).

Também participou da pesquisa a atual diretora da DECAV, Profa. Maíra Bittencourt, por meio de entrevista (APÊNDICE F).

5.3 Local da Intervenção

O local de intervenção é a Editora da Universidade Federal de Sergipe. Ela se localiza na Cidade Universitária José Aloísio de Campos, na cidade de São Cristovão, Sergipe, e é composta pelo Conselho Editorial e pela Coordenação Gráfica, e na estrutura da UFS está vinculada à DECAV. A Editora UFS possui como missão “atuar na divulgação da produção cultural e científica tanto da comunidade universitária quanto da sociedade como um todo” (UFS, 2022). A Editora UFS possui uma livraria física, instalada nas dependências da UFS, no espaço da Vivência, e uma livraria digital, disponível em seu site⁵.

5.4 Instrumentos de coleta de dados

Para coleta de dados foi aplicado questionário *on-line*, criado na plataforma *Google Forms* (APÊNDICE B).

O questionário foi enviado aos usuários da UFS por meio de grupos de *WhatsApp* e também pelo *mailing* da UFS, ficando disponível também no site da Instituição. Além disso, foi realizada entrevista com a atual coordenadora editorial da Editora UFS, sendo aplicado, para tanto, o roteiro de entrevista (APÊNDICE C).

5.5 Considerações éticas

O projeto de pesquisa aqui apresentado foi submetido ao Comitê de Ética e Pesquisa em Seres Humanos, pois, considera que foi necessária a aplicação de questionário para coleta de dados, com a apresentação e convite aos participantes através do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (APÊNDICE D). O Comitê

⁵ Disponível em: <https://www.livraria.ufs.br/>. Acesso em: 30 ago. 2022.

avaliou o projeto e concedeu um parecer favorável ao seu desenvolvimento (ANEXO A).

5.6 Diagnóstico da Editora UFS

Nesta seção é apresentada a Editora da UFS e a análise SWOT que compõe o diagnóstico realizado para a proposição da intervenção e do produto.

5.6.1 Histórico da Editora UFS

A política editorial da UFS surgiu em 1983 com o papel social de difundir os trabalhos produzidos pela instituição (SOUZA, 2015). A Resolução nº 12 de 1986 criou o Programa Editorial da UFS, vinculado à Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Comunitários (PROEX) com o objetivo de “fixar e viabilizar a política editorial” e publicar os “Cadernos UFS” (SOUZA, 2015).

Em 20 de novembro de 1992 foi inaugurada a Editora UFS e na gestão do Prof. Luis Hermínio de Aguiar Oliveira foi criado o Centro Editorial e Audiovisual – CEAV, da UFS (1992-1996).

Atualmente, a Editora UFS é composta pelo Conselho Editorial e pela Coordenação Gráfica e tem como missão atuar na divulgação da produção cultural e científica tanto da comunidade universitária quanto da sociedade como um todo.

O Conselho Editorial da Editora UFS tem como função regulamentar, referendar e qualificar a publicação de obras da Editora UFS sejam livros, revistas e outros tipos de materiais publicados pela Editora. A composição do Conselho da Editora UFS baseia-se em área do conhecimento, contando ao todo com 12 (doze) membros. Já o Coordenador gráfico é responsável pela avaliação do projeto editorial, fazendo a conexão entre o autor da obra e a equipe de design da editora.

Com uma equipe de 8 (oito) profissionais (entre servidores e terceirizados), além de estagiários/bolsistas, a Editora UFS desenvolve atividades que vão desde o recebimento do material até o projeto final. Como não conta com uma gráfica própria, toda a produção é enviada às gráficas externas para impressão.

A Editora UFS atualmente não se encontra associada à Associação Brasileira de Editoras Universitárias (ABEU), devido a questões orçamentárias da UFS.

A publicação de obras pela Editora UFS passa pelo lançamento de editais públicos, por meio dos quais os membros da comunidade interna da UFS e também membros externos podem participar com a submissão de originais. Além disso, também são publicadas obras avulsas, que contribuem para aumentar o catálogo de obras disponibilizadas pela Editora.

O processo editorial segue, assim, o fluxo que se inicia com a submissão do trabalho original que, em seguida, é encaminhado aos membros do Conselho Editorial. A partir da análise dos conselheiros, e sendo aprovada, a obra segue para a Coordenação gráfica que se ocupará da editoração do livro final.

Esse esforço de publicação, no entanto, não vem acompanhado de ampla divulgação sobre as obras. Só mais recentemente, a partir de 2021, foram criadas as contas da Editora UFS no Instagram e o canal SINOPSE⁶ para divulgação de *podcasts* com os autores na plataforma *Spotify*⁷. Apesar de já ter havido na história da Editora a participação da mesma em feiras de livros, o acesso aos livros ainda é restrito, o que torna a Livraria Digital a principal plataforma digital de divulgação dos livros publicados no formato digital. Para os livros impressos, a editora conta com uma livraria física que fica localizada no Centro de Vivência da Universidade (Figura 22).

⁶ O SINOPSE foi criado pelo Prof. Dr. Luís Américo Bonfim, docente do curso de Design Gráfico e Coordenador Gráfico da Editora UFS.

⁷ Disponível em:

https://open.spotify.com/show/4VDkSuJqyfl060CvJmXGIC?si=Mq99KTE6RriXPHbMBKEUJQ&utm_source=copy-link&nd=1. Acesso em: 30 ago. 2022.

Figura 22 – Livraria física da Editora UFS



Fonte: Site UFS (2022)

A publicação de obras pela Editora UFS pode se dar a partir de três formas:

- **Publicações avulsas:** obras impressas financiadas pelo autor e/ou instituições de fomento (públicas e privadas);
- **Publicações digitais aprovadas nos editais públicos:** obras selecionadas nos editais em parceria com a Pró-reitoria de Pós-graduação e Pesquisa, dentro do Programa de Publicações Digitais (PPD), as quais, desde 2017, só publicam obras digitais.

Os livros da Editora UFS são comercializados de duas maneiras: na livraria física são comercializados os livros impressos, por meio de compra via pagamento de GRU, ou diretamente no site da Editora, por meio do qual é disponibilizada uma relação das obras digitais, com informações sobre os autores e o quantitativo de volumes existentes. Neste último caso, as obras são disponibilizadas gratuitamente.

Os livros impressos encomendados por *e-mail* são enviados para o solicitante via Correios, por meio de postagem simples e com o acréscimo de uma taxa de postagem de R\$ 10,00 (dez reais), sujeita a reajuste conforme tabela dos Correios. Outra forma recente de difusão é por meio de estandes em eventos que envolvem a comunidade universitária.

A Editora UFS não trabalha com objetivo comercial, mas sim com a qualidade e preservação do seu acervo, preservando a imagem da universidade. O

Conselho Editorial avalia todas as obras, visando a qualidade e a visibilidade de comunicação da instituição. As obras financiadas pelos autores também passam pelo Conselho Editorial, o que garante os critérios acima mencionados.

Em atividade de visitação à Editora UFS foi possível ampliar o conhecimento sobre as atividades desenvolvidas pela Editora, as funções e atribuições do editor, podendo concluir sobre a importância da editora para universidade na disseminação da informação e difusão do conhecimento

5.6.2 Análise da usabilidade da Livraria Digital da Editora UFS

Nesta seção será abordado o atual fluxo de aquisição de um livro pela Livraria Digital da Editora UFS. Todo o fluxo de aquisição de um livro da Editora UFS começa dentro do site da universidade no Portal UFS⁸.

⁸ Disponível em: <https://www.ufs.br/>. Acesso em: 30 ago. 2022

Figura 23 – Site da Livraria Digital da Editora UFS



Fonte: site UFS (2021)

No site da Livraria (Figura 23) são dispostas aos usuários algumas informações iniciais que os direcionam para seções específicas dentro da arquitetura atual do site. Dentre as informações disponibilizadas, encontram-se aquelas relativas à apresentação da Editora, sobre o Conselho Editorial e como realizar uma publicação.

Destaca-se que, no menu "Catálogo", são dispostas as seções relacionadas aos gêneros literários das obras publicadas, para que os usuários possam encontrar o que procuram de forma mais facilitada através da temática da publicação.

Também se observa o menu "Como adquirir", onde são dispostas informações referentes à localização da Editora e da Livraria física, assim como sobre a equipe que compõe a Editora. Além dessas abas, os usuários ainda têm ao

lado delas dois ícones referentes, respectivamente, à busca no site da Livraria e ao carrinho de compras.

Para atender ao objetivo deste trabalho, a observação do processo de aquisição do atual site da Livraria Digital da Editora UFS mostrou que há falhas na aquisição das obras, tendo em vista que o usuário precisa percorrer um fluxo muito complexo até efetivar o *download* da obra escolhida. Mesmo sendo informada a gratuidade da obra, conforme consta na Figura 24, não há um botão de *download* direto para a obra, o que gera transtornos aos usuários.

Figura 24 – Apresentação do carrinho de “compra” da obra



Fonte: site da Livraria da Editora UFS, 2021

Indo para o carrinho, o usuário pode visualizar os itens adicionados, alterar a quantidade e visualizar os valores (informações questionáveis de estarem à mostra, já que os livros disponíveis na Livraria são gratuitos), e também a opção de "Atualizar carrinho", caso o usuário tenha adicionado mais algum item que não esteja sendo mostrado, e "Finalizar aquisição".

O botão de finalizar aquisição e o carrinho em si podem até fazer sentido quando se analisa o objetivo do usuário, uma vez que ele pode querer adquirir mais de um livro de uma vez. No entanto, é possível perceber que a plataforma apresenta uma aparência e fluxo que é muito semelhante ao de um *e-commerce*, formato que é

utilizado em sites virtuais para compra de produtos, porém, no fim das contas, o usuário não está comprando livros de fato, uma vez que eles são gratuitos. Então, é questionável a utilização desse formato específico no contexto digital da Livraria UFS, e mais uma vez ressalta-se a necessidade de avaliar outros modelos.

Voltando ao fluxo, quando o usuário clica em "Finalizar aquisição" é direcionado para uma página onde são solicitados dados para que ele finalize a sua "compra", como nome, sobrenome, endereço de *e-mail*, CEP, endereço da pessoa, etc.

Analisando o formulário apresentado, é importante destacar que as informações solicitadas dos usuários não são efetivamente necessárias para a aquisição da obra. Esse tipo de solicitação demasiada acaba fazendo com que o processo de aquisição se torne mais complexo e confuso para o usuário, no final das contas, podendo custar à Livraria um usuário insatisfeito ou que não recomendaria seus serviços.

Inclusive, no próprio subtítulo desta página está escrito "Informações pessoais e de pagamento", sendo que, não há em momento algum a necessidade de pagamento dos exemplares, o que demonstra que esta tela não dialoga com os processos oferecidos pela editora e que está desatualizada para com sua proposta de valor, que é a de entregar produtos de qualidade e de forma gratuita para a comunidade.

Ao finalizar a aquisição, concluindo-a com sucesso, o usuário é direcionado para uma tela de sucesso (Figura 25), que traz informações relativas ao número do pedido, a data da aquisição e o total da compra, assim como detalhes do "pedido". Porém, a aquisição do livro não acontece de forma automática assim que o usuário finaliza o fluxo de aquisição, pois ele ainda precisa clicar na tela de sucesso em um campo bem escondido na tela, onde se encontra escrito o termo "Baixar:" e o nome do livro em seguida em formato de *link* que, quando clicado, aí sim é aberta a tela para salvar o arquivo em PDF no computador.

Figura 25 - Tela de sucesso para baixar o livro

Obrigado. Seu pedido foi recebido.

PEDIDO:	DATA:	TOTAL:
9568	21 DE DEZEMBRO DE 2021	R\$0,00

Detalhes do pedido

PRODUTO	TOTAL
METODOLOGIA UNIVERSITÁRIA EM 3 TEMPOS - 1	R\$0,00
SUBTOTAL:	R\$0,00
TOTAL:	R\$0,00

Detalhes do cliente

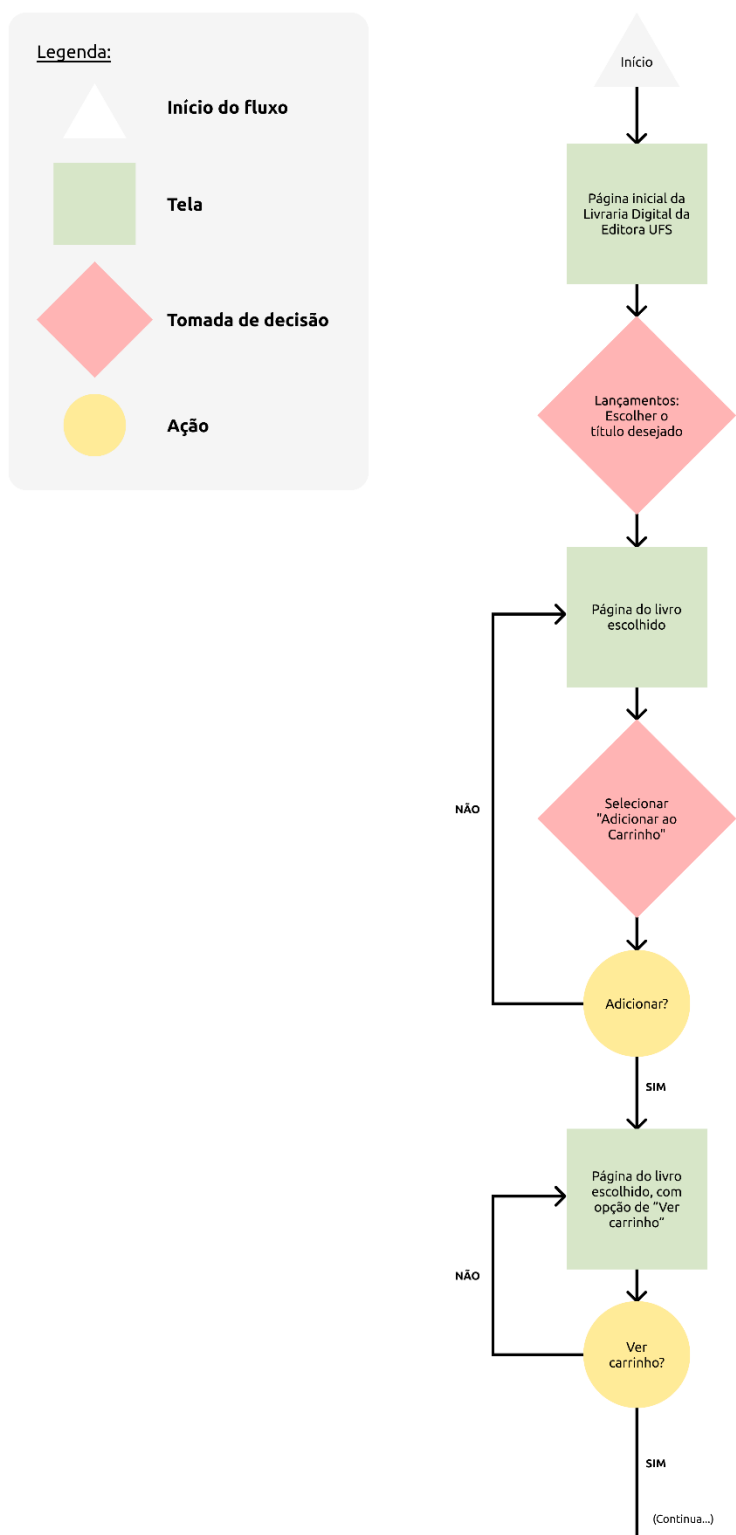
E-mail:
 Telefone:
 Endereço de Cobrança:
 André Azevedo
 R. ...
 ...
 ...
 ...

Aqui está sua texto personalizado do pedido

Fonte: site da Livraria da Editora UFS, 2021

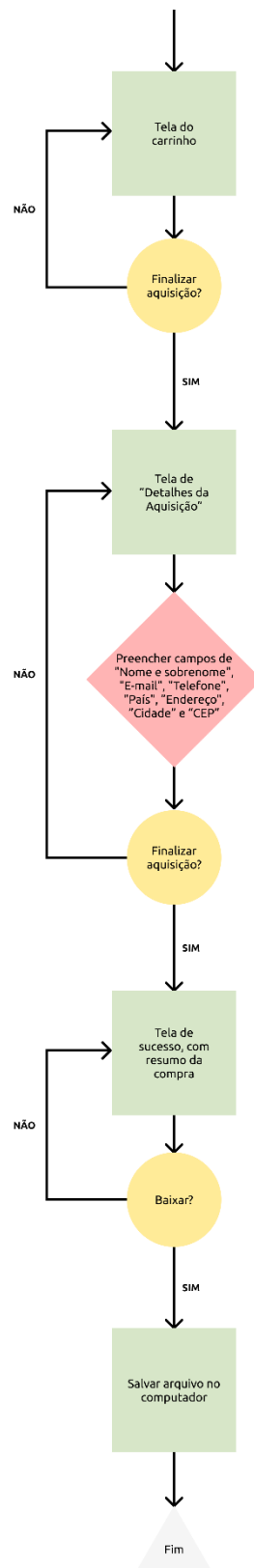
O fluxo (Figuras 26 e 27) descrito levou cerca de 10 minutos para ser concluído, o que pode ser considerado muito tempo levando em conta que só trata-se do processo de aquisição do exemplar, sem nem ao menos fazer-se uma escolha minuciosa do mesmo, ou com o objetivo de conseguir uma obra específica.

Figura 26 - Fluxograma atual de aquisição da Livraria Digital da Editora UFS (parte 1)



Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Figura 27 - Fluxograma atual de aquisição da Livraria Digital da Editora UFS (parte 2)



Fonte: elaborado pelo autor (2022)

A aquisição possui um nível de complexidade tão expressiva que os próprios gestores da Editora necessitam repassarem instruções para conseguirem baixar os livros quando divulgam a publicação de uma obra nas redes sociais. A seguir, apresenta-se a mensagem que foi enviada junto à divulgação de um dos livros do catálogo, ensinando o passo a passo para adquirir uma simples cópia digital:

1) Clicar no título desejado ou pode também digitar o nome da obra na lupa, 2) Clicar em 'Adicionar ao Carrinho', 3) Clicar no carrinho vermelho no canto superior direito da tela, 4) Clicar em 'Finalizar Aquisição', 5) Preencha os dados solicitados, 6) Clicar em 'Finalizar Aquisição', 7) Em "Detalhes do Pedido" clicar no nome do livro ao lado da palavra "Baixar", 8) Fazer o download do livro. (localizado no canto esquerdo da tela). Esclarecemos que você pode baixar quantos livros desejar, sendo que para todos deve ser feito o mesmo procedimento. Aguarde um pouco pois, às vezes, demora um pouquinho para aparecer o material. (EDITORA UFS, 2022)

É inegável que, a partir do momento em que tais instruções precisam ser administradas para que os usuários possam ter acesso a essas informações, há uma clara falha que compromete o acesso à informação gerada pela Editora. A depender do usuário, que pode ter diversos tipos de perfis, pode ser que desista no final do processo, ou até mesmo no seu meio ou início, inclusive, talvez nem crie o interesse em baixar o conteúdo por possuir um processo que dificulta seu acesso.

Diante das observações relatadas, este trabalho apresentará como solução uma nova interface gráfica para a Livraria Digital da Editora UFS, a fim de melhorar a experiência do usuário, otimizando o processo de aquisição dos livros disponibilizados na Livraria Digital da Editora UFS.

5.7 Análise SWOT

A partir do diagnóstico realizado, chega-se à aplicação da matriz SWOT. Ela foi elaborada a partir da análise preliminar da Livraria Digital da Editora UFS apresentada na seção anterior.

Em um ambiente organizacional, existem diversas práticas que são necessárias para fazer com que a empresa consiga operar de forma saudável e alcançar crescimento. Mas, para isso, a organização precisa desenvolver um planejamento estratégico, para que consiga traçar os caminhos a serem percorridos,

com o intuito de que seus objetivos sejam alcançados, utilizando o ambiente externo a ela como parâmetro para que sejam tomadas decisões estratégicas.

O planejamento estratégico não deve ser apenas uma simples programação, as empresas devem tirá-lo do papel e colocá-lo em prática o usando de forma coerente e utilizando-se de seus instrumentos adaptando-se ao dia-a-dia das empresas se adequando as suas necessidades empresariais (FERNANDES *et al.*, 2013, p. 6).

Com isso, entende-se que não existe uma forma específica de execução quando falamos sobre planejamento estratégico. Porém, existem algumas ferramentas que se mostram muito úteis para a organização compreender melhor o que a cerca, e o que ela possui internamente para que, assim, ela possa tomar decisões de forma mais estratégica. A análise SWOT é uma dessas ferramentas.

Perceber as características internas e externas do sistema que uma empresa se encontra se torna algo primordial para a tomada de decisões de gestores seja de pequenas e micro empresas ou até mesmo nas grandes corporações que habitam o planeta (FERNANDES *et al.*, 2013, p. 7).

A matriz SWOT compreende 4 (quatro) quadrantes onde, na parte superior, são apresentados elementos relativos à parte interna da organização (que são compreendidas pelos pontos de Força e de Fraqueza) e, na parte inferior, são apresentados os elementos relativos à parte externa à empresa (que são compreendidas pelos pontos de Oportunidade e de Ameaça).

É importante ressaltar que, tudo o que for pontuado na parte externa serão elementos que estão fora de controle da empresa, e que é de extrema importância que ela se mantenha atenta a cada um deles, com o objetivo de conseguir aproveitar as oportunidades que a cercam, e evitar as ameaças que a atrapalhem (FERNANDES *et al.*, 2013).

A seguir, apresenta-se na Figura 28 cada um desses quadrantes, de forma individual e mais detalhado, e quais elementos foram destacados sobre a Editora UFS, que é o ambiente para o qual se apresenta o produto final desta dissertação.

Figura 28 – Matriz SWOT da Editora UFS

	Útil	Prejudicial
Origem interna	S (PONTOS FORTES) • Política de editoração (lançamento de edital, chamadas para participação de seleções e conselho editorial); • Produção gráfica de excelência focada no desenvolvimento das obras (equipe de 8 designers); • Divulgação da produção da comunidade UFS para a sociedade; • Produção majoritária de livros digitais (redução de custos com relação à impressão dos livros físicos e afins).	W (PONTOS FRACOS) • Não possui no corpo técnico nenhum bibliotecário (que pode se responsabilizar pelo desenvolvimento das fichas catalográficas dos livros, classificação das obras, etc.); • Não possui ambiente de estoques das obras físicas (empréstimo de espaços); • Depende do repasse de recursos da universidade, comprometendo a produção e oferta de produtos e serviços; • Apenas um ponto de venda das obras físicas, o site não cumpre o seu propósito de forma eficaz na aquisição dos livros, e o processo de venda da obra é muito ruim.
Origem externa	O (OPORTUNIDADES) • Aliança com outras editoras universitárias, para fortificação e reconhecimento da Editora UFS; • Fortalecimento dos canais digitais para vendas/acesso das obras (principalmente as digitais); Reconhecimento junto à comunidade (a Editora UFS passou a ter respaldo junto à sociedade); • A Pandemia do Covid-19 intensificou o uso do meio digital pela população mundial, o que favorece a potencialização da procura pelos livros digitais da editora.	T (AMEAÇAS) • Falta de repasse de verba do governo para serem feitos livros físicos (parte tributária pode dificultar o consumo de obras técnicas); • Mudança da gestão da UFS, o que acarretam instabilidades com relação à adaptação de novos diretores/coordenadores com o processo interno já existente; • Política econômica do Governo Federal, o que acaba reduzindo o investimento na universidade.

Fonte: elaborado pelo autor (2022)

5.7.1 Pontos de Força (S)

O quadrante “*Strength*”, que significa “Força” em tradução livre do inglês, tem como objetivo levantar todos os pontos relativos à organização analisada, fazendo com que ela tenha vantagens dentro do seu ambiente organizacional.

Ao serem analisados os pontos que poderiam compreender as “forças” que a Editora UFS possui, foram levantados os seguintes pontos: a Editora possui uma **política de editoração**, dando a oportunidade à comunidade acadêmica de publicar suas obras por intermédio da promoção do lançamento dos editais, realização de chamadas para participação de seleções e um conselho editorial que avalia as obras submetidas.

Além disso, possui uma **produção gráfica de excelência** focada no desenvolvimento das obras, pois conta com uma equipe composta por servidores e estagiários do Curso de Design Gráfico da UFS, proporcionando que as obras sejam produzidas com qualidade e eficiência.

A Editora possui uma **produção majoritária de livros digitais**, desde 2017, o que acabou contribuindo com a redução de custos com relação à impressão dos livros físicos, estocagem e afins.

5.7.2 Pontos de Fraqueza (W)

Ainda sobre o ambiente interno da organização, tem-se o quadrante “*Weakness*”, que em tradução livre significa “Fraquezas”, onde são levantados pontos que a empresa possui que não a favorecem com relação aos seus processos, atrapalhando-os e/ou dificultando-os.

No caso da Editora da UFS, um dos primeiros pontos levantados foi a **falta de profissionais chave em seu corpo técnico**, como bibliotecários (que podem se responsabilizar pelo desenvolvimento das fichas catalográficas dos livros, classificação das obras, etc.).

Outro ponto é que a Editora **não possui ambiente de estocagem** para armazenamento das obras físicas (atualmente isso acontece através de empréstimo de espaços para a alocação dos livros). Por último, e o ponto que mais se relaciona com o presente projeto, é com relação às **vendas dos livros**, onde existe apenas

um ponto de venda das obras físicas. O *website* não cumpre o seu propósito de forma eficaz na venda dos livros, e o processo de distribuição da obra é muito ruim.

5.7.3 Pontos de Oportunidade (O)

Analisando a parte inferior da matriz SWOT, onde os quadrantes são relativos aos aspectos externos à organização, que não são controláveis por ela, tem-se primeiramente o quadrante “*Opportunities*”, que em tradução livre significa “Oportunidades”, onde são elencados os pontos que estão ao redor da empresa e que se mostram como oportunos, para que ela consiga operar com maior eficácia, mas que ainda não estão sendo praticadas.

No ambiente analisado, um dos primeiros pontos levantados foi a potencial **aliança com outras editoras universitárias**, para fortificação e reconhecimento da Editora UFS (que é uma prática bastante comum neste meio editorial). A possibilidade de **fortalecimento dos canais digitais** para vendas/acesso das obras (principalmente as digitais).

Por último, a pandemia do Covid-19, que intensificou o uso do meio digital pela população mundial, o que favorece a **potencialização da procura pelos livros digitais da Editora**.

5.7.4 Pontos de Ameaça (T)

Em se tratando do ambiente externo à organização analisada, tem-se o quadrante de “*Threats*”, que em tradução livre significa “Ameaça”, onde são pontuadas questões que desfavorecem a organização, mas que não são controláveis por ela, pondo em risco a sua operação.

No caso da Editora UFS, foi levantada a **falta de repasse de verba do governo** para serem feitos livros físicos (parte tributária pode dificultar o consumo de obras técnicas); **mudanças de gestão que estão acontecendo a nível nacional nas universidades**, inclusive da própria UFS (afetando diretamente a Editora), e que deixa imprevisível como funcionarão os diálogos com outras instituições nacionais; e por fim levanta-se a atual **política econômica do Governo Federal**, o que acaba reduzindo o investimento na Universidade e, conseqüentemente, na Editora UFS.

Ao final desta análise, entende-se de forma mais específica como se comporta o ambiente organizacional da Editora UFS, tanto os elementos internos que ela possui, quanto os externos que a cercam, e que reafirmam a importância do desenvolvimento do presente projeto como forma de agregar em seus pontos de força e oportunidades, além de conseguir contornar alguns de seus pontos de fraqueza e ameaças.

6 RESULTADOS

Dentro da metodologia do projeto, traçou-se como etapa processual uma pesquisa quali-quantitativa que foi realizada por meio de aplicação de questionário disponibilizado via *Google Forms* para a comunidade da UFS. O uso do questionário foi importante para se obter um diagnóstico da percepção da comunidade acadêmica sobre a Livraria Digital da Editora UFS.

O questionário foi dividido em três seções:

Seções do questionário

- 1) perfil do respondente
- 2) interação com a Editora e sua livraria
- 3) uso de TIC e consumo de material de leitura digital

O questionário foi disponibilizado para receber respostas no dia 07 de junho de 2022, e ficou aberto até o final do mês de agosto, no dia 31. Ao final, obteve-se um total de 16 respostas.

É interessante ressaltar que o quantitativo de respostas foi satisfatório, uma vez que se utilizou como base estudos realizados por Jakob Nielsen (2000), o qual apresenta que, para se levantar uma boa quantidade de pontos de melhoria ou problemas em uma pesquisa de usabilidade, são necessários um mínimo de 5 e o máximo de 15 respondentes. Após isso, segundo o autor, as respostas acabam se repetindo e a curva de aprendizagem sobre o produto diminui.

A seguir, serão analisadas cada uma das perguntas com suas respectivas respostas:

6.1 Perfil dos usuários

Com relação à primeira seção do questionário, sobre o perfil dos respondentes, a maioria deles encontra-se na faixa etária entre 21 e 60 anos, tendo 50% dos votos. 43,8% se encontrando na faixa dos 21 e 40 anos, e uma pequena parcela se declarou acima dos 60 anos, compreendendo 6,2% dos votos.

Em se tratando da identidade de gênero, obteve-se uma quantidade considerável de mulheres cisgênero respondendo, compreendendo 50% dos participantes, o que pode demonstrar que a pesquisa despertou mais o interesse

deste nicho em comparação ao restante, seguidos de homens cisgênero, o que compreendeu 43,75% das respostas, e uma única pessoa não binária respondendo (6,25%).

Quando questionados sobre a renda familiar mensal, 87,5% dos respondentes alegaram ter uma renda acima de R\$ 5.000,00, enquanto 12,5% afirmou ter entre R\$ 3.000,00 e R\$ 4.999,99 de renda.

Sobre o perfil dos respondentes dentro da universidade, teve-se 56,3% das respostas de professores, seguido de 25% de estudantes e 18,8% de técnicos administrativos. Dessa forma, pode-se entender qual o público que mais procura a editora e, ao conhecê-lo, direcionar melhor os conteúdos disponíveis para seus perfis.

Na última pergunta desta primeira seção, que trata sobre o nível de escolaridade dos respondentes, pode-se concluir 81,3% de pessoas que procuram a Editora declararam ter uma pós-graduação completa, sendo seguida por 6,23% de pessoas com pós-graduação incompleta, nível superior completo e nível superior incompleto.

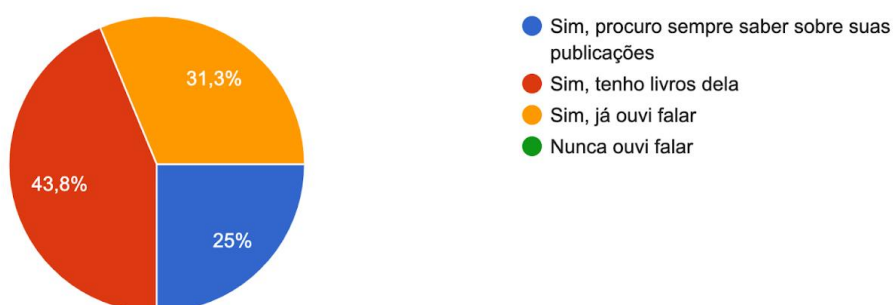
6.2 Conhecimento sobre a Livraria da Editora UFS

Aqui nesta seção, buscou-se entender a respeito do conhecimento dos participantes sobre a editora da UFS e sua livraria. A primeira pergunta versou sobre o nível de conhecimento dos participantes sobre a Editora UFS (Gráfico 1):

Gráfico 1 – Nível de conhecimento do participante sobre a Editora UFS

Você conhece a Editora UFS?

16 respostas



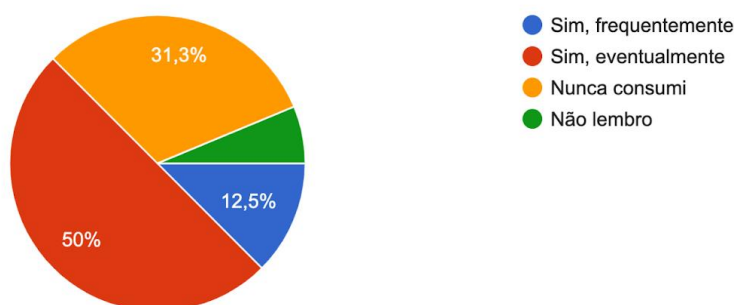
Fonte: dados da pesquisa (2022)

Observou-se que nenhum dos respondentes informou nunca ter ouvido falar sobre a Editora UFS. Isso pode indicar que todos os respondentes, de alguma forma, tiveram algum contato com a Editora. Porém, é muito interessante observar que quase 70% das respostas indicam que as pessoas possuem algum material desenvolvido pela Editora, o que é uma informação importante, já que esses respondentes tiveram que utilizar seus mecanismos de aquisição para terem acesso às obras.

Gráfico 2 - Nível de consumo dos respondentes em relação aos produtos da Editora UFS

Você já consumiu algum produto da Editora UFS?

16 respostas



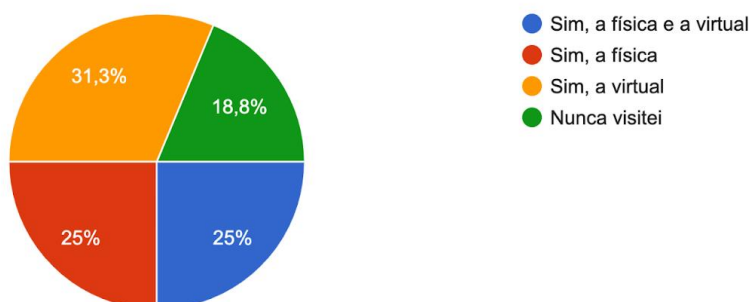
Fonte: dados da pesquisa (2022)

Nesta pergunta (Gráfico 2), onde tivemos a resposta de todos os participantes do questionário, 50% deles responderam que já consumiram algum produto da Editora de forma eventual, e 12,5% consomem frequentemente, o que é um dado importante para a pesquisa, uma vez que, mais à frente, procura-se entender como foi a experiência dessas pessoas com relação ao processo de aquisição desses materiais. Em contrapartida, 31,3% responderam que nunca consumiram, o que pode indicar que elas nunca efetivaram tal ação por algum tipo de problema uma vez que, na pergunta anterior, quase 70% dos respondentes possuem algum tipo de produto confeccionado pela Editora UFS.

Gráfico 3 – Visitação dos respondentes às livrarias da Editora UFS

Você já visitou alguma das livrarias da Editora?

16 respostas



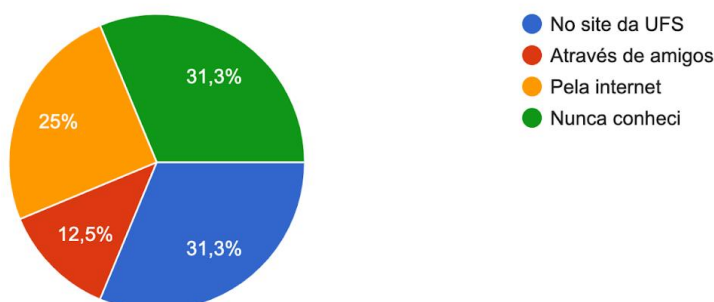
Fonte: dados da pesquisa (2022)

Com o Gráfico 3 compreende-se com as respostas que a distribuição de pessoas que conhecem a livraria, tanto a física como a virtual, se dá de forma quase igualitária, com uma pequena ênfase nas pessoas que conhecem somente a Livraria Virtual, que se destaca com 31,3% das respostas. Com isso, conclui-se que a livraria tem um público bastante distribuído com relação aos acessos aos canais de disponibilização das livrarias da Editora, tanto pelo meio físico como o virtual.

Gráfico 4 -Forma de conhecimento dos respondentes quanto à Livraria Digital da Editora UFS

Como conheceu a Livraria Virtual da Editora UFS?

16 respostas

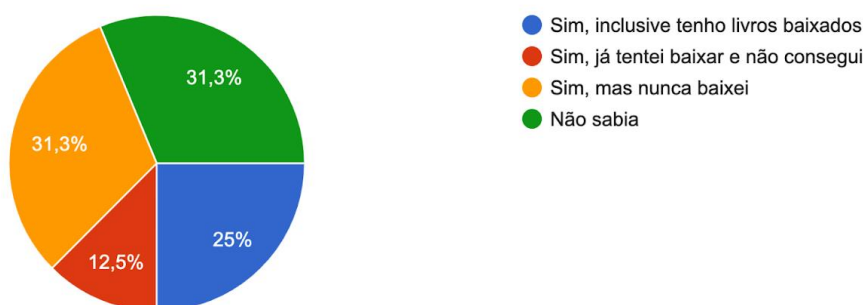


Fonte: dados da pesquisa (2022)

Apesar de o número de pessoas que marcou como "Nunca conheci" ser bastante expressivo nas respostas (Gráfico 4), ele está em acordo ao que foi coletado na pergunta anterior, o que não impacta no restante dos resultados, na qual vê-se que 68,8% dos respondentes conhecem a Livraria Digital, e em destaque identificou-se que o meio pelo qual os respondentes a conheceram se deu por intermédio do site da Universidade Federal de Sergipe (UFS), seguido da internet, e uma pequena parcela que se deu por meio de indicações de amigos.

Gráfico 5 - Conhecimento dos respondentes quanto à disponibilização de livros digitais e gratuitos pela Editora UFS

Você sabia que a Editora UFS disponibiliza seus livros de forma digital e gratuita para baixar?
16 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Após a análise das perguntas anteriores, vê-se que um padrão de respostas com relação ao conhecimento sobre a Editora e seus produtos disponibilizados (Gráfico 5), que se dá de forma constante, reforçando o impacto positivo que essas respostas trarão para esta pesquisa. No gráfico 5, por exemplo, entende-se que 31,3% dos respondentes não conheciam essa forma de disponibilização que a Editora possui, o que está de acordo com as respostas anteriores, mas 68,8% das pessoas que responderam tinham esse conhecimento.

No entanto, há um destaque no grupo de pessoas que responderam dizendo que, apesar de conhecerem, nunca chegaram a baixar seu material, e uma parcela de 12,5% que já tentou baixar, mas não conseguiu. Com isso, pode-se estabelecer uma conexão entre os Gráficos 5 e 6, inferindo que as que nunca tentaram baixar não o fizeram por algum tipo de problema durante o fluxo de

aquisição, ou pela primeira impressão que tiveram ao acessar a página da Livraria Digital pela primeira vez.

Gráfico 6 - Frequência de *download* de livros na Livraria Digital da Editora UFS

Você já baixou um ou mais livros pela Livraria Virtual da Editora UFS?

16 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2022)

A maior parte do público respondente nunca tentou baixar um livro disponível da editora. Com isso, podem-se inferir duas questões: primeiro no Gráfico 6, no qual se destaca que quase 70% dos respondentes colocaram que possuem algum material da editora, devem possuir na verdade material físico; ou que, por alguma razão que ainda será compreendida melhor na interpretação das respostas das próximas perguntas, as pessoas não estão baixando os livros disponíveis na Livraria Digital da Editora UFS, mesmo que eles sejam disponibilizados gratuitamente, por alguma dificuldade que encontraram durante o processo de aquisição de seus exemplares. Inclusive existe uma parcela de respostas que apontaram que tentaram baixar, mas que não conseguiram pois tiveram dificuldades, o que reforça mais o segundo raciocínio.

Quadro 5 - Percepção dos respondentes sobre a dificuldade em baixar livros na Livraria Digital da Editora UFS

Na primeira vez não entendi que precisava adquirir o livro gratuito, para baixa-lo. Mas tem sua lógica!
O que dificulta é o longo questionário que deve ser preenchido para cada livro que se deseja baixar.
Muita dificuldade para navegar na página da Editora.
Botão para baixar fica muito escondido.
Só acessei digitalmente o repositório UFS, não sabia que a Editora disponibilizava livros digitais gratuitos, importante divulgar mais.
Não há divulgação dos serviços da Livraria para o público interno e externo da UFS.
<i>Checkout.</i>

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Quanto aos possíveis problemas que os usuários estão enfrentando ao tentar adquirir materiais da Editora, elencados no Quadro 5, o motivo principal, contabilizando-se 5 das 7 respostas obtidas, dizem respeito à forma como o fluxo de aquisição funciona hoje em dia, que se dá por meio de uma compra do livro digital, e a necessidade do preenchimento de um longo formulário que coleta dados que aparentemente são irrelevantes para o processo. Outra resposta interessante é a que o respondente aponta que há um problema também na identificação de como fazer para baixar, mesmo depois de preencher o longo formulário, dizendo que o "botão para baixar fica muito escondido", algo que foi apontado durante a análise do fluxo de aquisição da Livraria Digital da Editora UFS neste estudo.

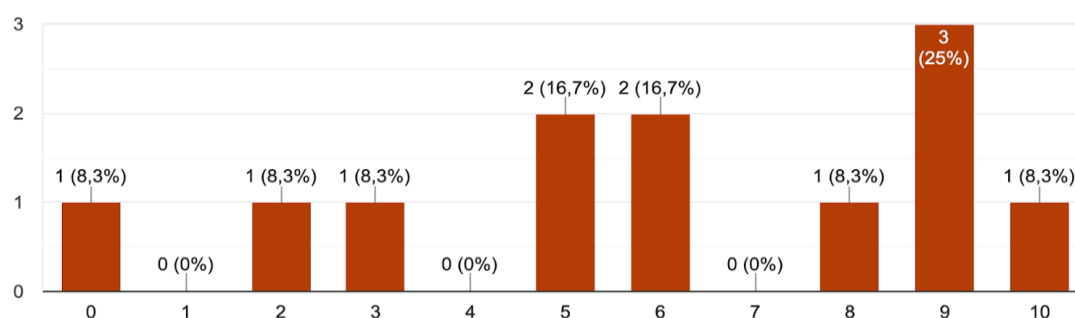
Houve, também, dois alertas sobre a falta de divulgação de tal serviço disponibilizado pela editora (disponibilizar seus originais de forma gratuita para baixar), e que é importante que se faça esse tipo de divulgação.

Para responder à pergunta sobre a experiência do usuário (Gráfico 7), tomou-se por base uma ferramenta chamada NPS (*Net Promoter Score*, que em tradução livre significa "pontuação líquida de promotores"), que tem como objetivo medir o grau de satisfação de quem utiliza determinado tipo de produto, ou de interação com alguma instituição. É utilizada atualmente por diversas empresas que desejam compreender o grau de satisfação que seus clientes ou usuários possuem

com relação a ela própria ou seus produtos, com o objetivo de aprimorá-los e tornar a experiência mais bem sucedida.

Gráfico 7 - Escala Likert para classificação da experiência do usuário com a Livraria Digital da Editora UFS

Numa escala de 0 a 10, como você classifica sua experiência usando a Livraria Virtual da UFS?
12 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2022)

O modo de se chegar a essa medida se dá da seguinte forma: é solicitado ao usuário que está respondendo que dê uma nota de 0 a 10 com relação a um determinado contexto, seja de um produto, empresa ou fluxo. Esses dados são colocados em níveis de parâmetro distintos, onde as pontuações compreendidas de 0 a 6 são compreendidas como pessoas que são "detratores" da marca/produto/serviço, ou seja, que não recomendam de forma alguma eles e ainda podem estar falando mal para pessoas conhecidas; as pontuações 7 e 8 são compreendidas por pessoas que são "passivas" com relação ao mesmo contexto, não fazendo uma má propaganda sobre a empresa ou seus produtos, mas também não os recomendando. E as 9 e 10, que compreendem pessoas que são promotoras da empresa e seus produtos ou serviços, logo elas têm um papel importante não só em gostar do que está sendo disponibilizado, mas também de promover a marca da instituição para pessoas próximas ou conhecidas.

Para medir a nota do NPS que a Livraria Digital da Editora UFS conseguiu com essa pergunta, é apenas necessário diminuir o percentual de pessoas que são promotoras (que deram notas 10 e 9) do percentual de pessoas detratoras (que deram notas de 0 a 6), e dividi-las pelo número total de respondentes. Neste caso,

obteve-se 33,3% de pessoas promotoras, menos 58,3% de pessoas detratoras. Com isso, a nota final do NPS da Livraria foi de -25, o que é considerado bastante crítico, uma vez que, dentro da escala de análise de resultados de notas de NPS, essa nota está no espectro de "Zona crítica" (Figura 29).

Figura 29 – Pontuação NPS ideal



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Logo em seguida, ainda no contexto da ferramenta do NPS, além da pergunta anterior, é reservado um espaço junto a ela onde o usuário possa explicar de forma mais subjetiva os motivos pelos quais o motivaram a dar tal nota, possibilitando que ele pontue seus pontos de satisfação ou de insatisfação (Quadro 6).

Quadro 6 - Percepção dos respondentes sobre suas experiências com a Livraria Digital da Editora UFS

A forma de separação das áreas parece um pouco confusa
Desde a minha chegada a Sergipe me tornei cliente da editora. Gosto das publicações, das temáticas, da variedade e da qualidade editorial. Os e-books demoraram um pouco a ser produzidos, talvez por resistência cultural. São ótimos e esteticamente bem apresentados. Eu gostava muito da loja física que ficava em frente à BICEN, mas parece que apresentou inadequações e foi fechada. Também observo e já comprei livros da Editora da UFS na livraria Escariz.
Acho a iniciativa necessária nos tempos atuais.
Fora a questão do longo questionário que se deve preencher, não tenho nada a reclamar.
Consegui o título que desejava com facilidade.
Tive que mandar <i>e-mail</i> para solicitar o passo a passo para fazer o download.
Nunca usei.
Não tenho muito a dizer porque não sabia dos benefícios da livraria da UFS.
Ausência de livros do catálogo impresso me interessam pois não estão disponíveis na livraria virtual. Recomendo utilizar a plataforma Open Manograph Press(OMP) para editoras universitárias desenvolvido no âmbito do Public Knowledge Project (PKP)

Fonte: dados da pesquisa (2022)

É importante ressaltar que essa etapa do NPS não é obrigatória. Por esse motivo, obteve-se um número diferente (e um pouco menor) de respondentes com relação à questão anterior, pois não há intenção de forçar os respondentes a darem seus motivos, pois isto poderia influenciar suas contribuições, não sendo de forma espontânea. Nesse sentido, algumas respostas apontam problemas e/ou dificuldades em suas experiências com a livraria digital da Editora UFS, particularmente quando relatam que nem mesmo sabiam dos benefícios da livraria, ou quando informam que, para fazer o *download* de alguma obra, não conseguiram realizarem sozinhos, tenho que enviar um *e-mail* para a Editora.

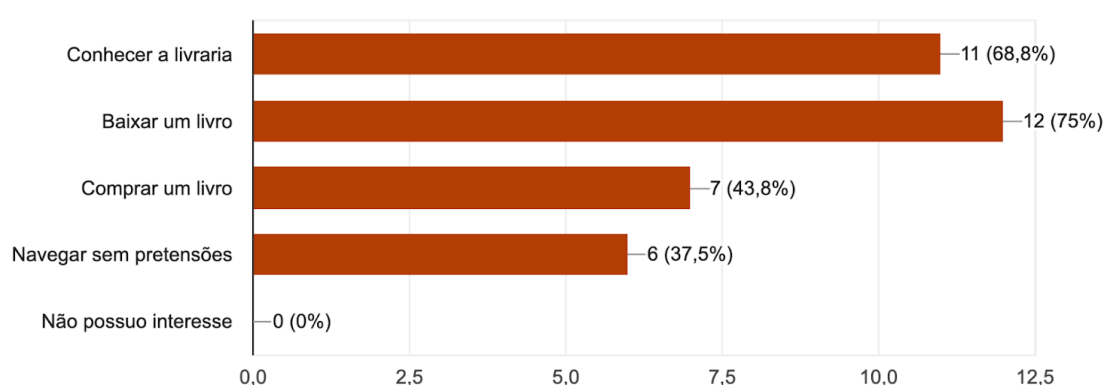
É importante saber dos respondentes o que eles esperam ao acessar a Livraria Virtual da Editora, para tentar compreender se as expectativas correspondem à realidade, tanto do que está sendo oferecido hoje em dia, como das

propostas de melhoria que pretendem ser feitas a partir da pesquisa. Com isso, os dados apontam que, em primeiro lugar, as pessoas procuram a livraria para baixarem livros, seguido de conhecerem a Livraria Digital, o que está completamente alinhado com os objetivos tanto da Editora quanto da pesquisa.

Gráfico 8 - Motivos de interesse em acessar a Livraria Digital da editora UFS

Qual o seu interesse em acessar a Livraria Virtual da UFS? (Aqui pode ser marcado mais de um item)

16 respostas



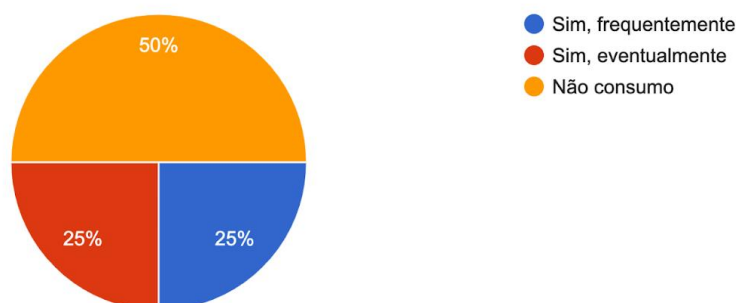
Fonte: dados da pesquisa (2022)

Os dados do Gráfico 9 mostram-se preocupantes, tendo em vista que, entre os respondentes metade deles afirmam não consumirem produtos da Editora UFS em sua livraria digital.

Gráfico 9 – Frequência de consumo de materiais de leitura de outras editoras universitárias

Você consome materiais de leitura (livros, artigos, textos, etc) de outras editoras universitárias?

16 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2022)

A Editora UFS é uma instituição universitária, e como tal é importante entender se as pessoas que a acessam também utilizam outras plataformas universitárias para consumirem conteúdos. Com isso, compreende-se que metade dos respondentes não consomem (Gráfico 9), porém não se pode inferir que isso se dá por uma fidelidade à Editora UFS de fato. Porém, em contrapartida, os outros 50% se dividem entre pessoas que consomem tanto de forma frequente ou eventual, o que é um comportamento esperado, uma vez que a intenção do público universitário é ter acesso ao conhecimento, independente do suporte dos materiais.

Quadro 7 – Principais editoras universitárias consultadas

EDUSP, FGV, EDUFBA, E. UFRJ, ED. UFMG
UFBA, UnB, UEL
EDUFBA
UFS, UFPB
Não atentei se era de alguma universidade
Nenhuma
UFSC, UnB, UFG

Fonte: dados da pesquisa (2022)

O grande benefício desta última pergunta da seção (Quadro 7) se dá por intermédio do conhecimento de outras editoras universitárias que os respondentes fazem uso, com o objetivo de ter no radar dentro da pesquisa para possíveis análises complementares, como foi feita na seção 8 da pesquisa. Felizmente, algumas das editoras recomendadas foram as levantadas na análise de similares feita anteriormente, o que reforça que a presente pesquisa toma por base essas análises e percepções para propor o produto final.

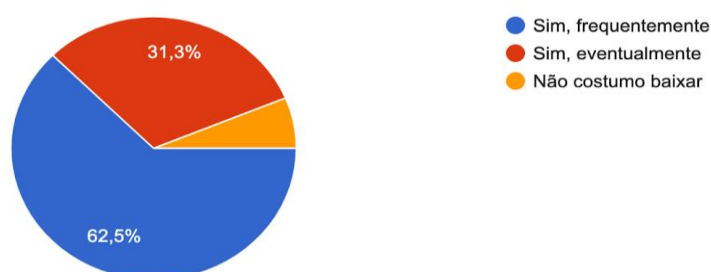
6.3 Compreensão do acesso dos usuários aos meios digitais e tecnológicos

Tão importante quanto saber sobre a experiência que o usuário possui utilizando a plataforma da Livraria Digital da Editora UFS é entender se ele procura em seu dia a dia arquivos digitais para leitura, sejam eles quais forem. Com os resultados expressos no Gráfico 10, compreende-se que há sim uma busca em grande quantidade pelos respondentes por tal material, logo, há uma oportunidade potencialmente mal aproveitada pela Editora UFS, levando-se em consideração as respostas das perguntas na seção anterior.

Gráfico 10 - Hábito de consumo de arquivos de leitura

Você costuma baixar arquivos de leitura (livros, artigos, textos, etc)?

16 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2022)

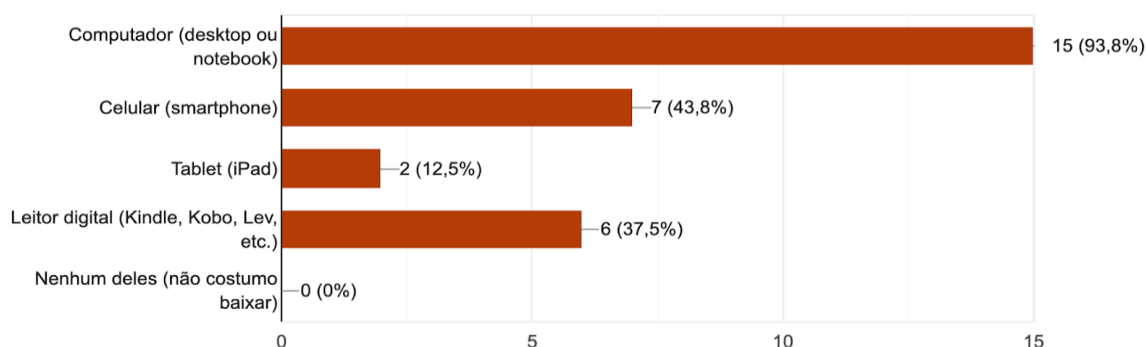
Mas, se as pessoas têm o interesse por baixar arquivos digitais para leitura, por qual ou quais meios elas o fazem? Essa pergunta é importante pois ela resulta em qual tipo de arquivo a Editora deve ter em mente em disponibilizar, e por onde ela irá disponibilizar (o que impacta diretamente o presente projeto, já que se

pode propor que a Editora se mantenha como uma página *web* a ser acessada por um navegador, ou talvez pudesse ser um aplicativo baixável em celular).

Gráfico 11 - Equipamentos utilizados para baixar arquivos digitais

Em quais desses equipamentos você costuma baixar esses arquivos? (Aqui pode ser marcado mais de um item)

16 respostas



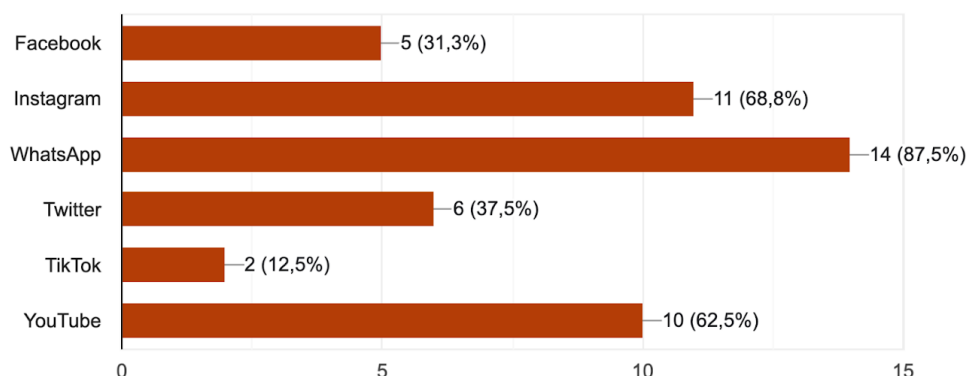
Fonte: dados da pesquisa (2022)

Com os resultados do Gráfico 11, entende-se que, das 16 respostas, 15 apontaram que fazem a aquisição do material baixado por meio de computadores, o que demonstra ser bastante significativo. Já no que diz respeito aos dispositivos móveis, como celular, *tablets* e leitores digitais possuem sua relevância, mas não tão forte como um computador, tornando-o um forte candidato como plataforma a ser abordada durante a construção da solução desta pesquisa.

Gráfico 12 - Preferência de uso das redes sociais

Qual ou quais dessas redes sociais você mais usa? (Aqui pode ser marcado mais de um item, e escreva em "Outros..." sua resposta caso ela não esteja listada abaixo)

16 respostas



Fonte: dados da pesquisa (2022)

Por fim, a última pergunta foi pensada para compreender quais canais de comunicação poderiam ser utilizados em favor da divulgação das produções realizadas pela Editora. Analisando-se os dados, entende-se que três das redes sociais elencadas se destacaram mais entre os respondentes: em primeiro lugar o *WhatsApp*, em segundo o *Instagram* e em terceiro o *YouTube* (Gráfico 12).

Como a Editora UFS, até o presente momento, não utiliza nenhum destes canais, ou os outros listados, é interessante ter esses dados coletados para que, futuramente, caso ela decida passar a fazer tal tipo de divulgação, já saiba quais canais seriam mais interessantes para despender recursos e esforços a fim de explorar suas possibilidades.

7 DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

Analisando-se os padrões pré-estabelecidos pelo PPGCI em sua Instrução Normativa Nº 08/2019/PPGCI/UFS, começou-se a se debruçar sobre as possibilidades de melhor abordagem para o desenvolvimento do produto do projeto, levando-se em consideração todos os dados levantados anteriormente, alinhando-os com as categorias que são reconhecidas pelo programa como produtos entregáveis.

No documento, são ressaltados os seguintes produtos passíveis de serem entregues ao final do projeto: Tecnologia social; Curso de formação profissional; Produto de editoração; Material didático; *Software*/Aplicativo (Programa de computador); Relatório técnico conclusivo; Acervo e Produto de comunicação.

Inicialmente, teve-se como ideia de que o produto final desta pesquisa poderia se manifestar de diferentes formas. Assim, foi proposta inicialmente a elaboração de um aplicativo que reunisse as obras publicadas pela Editora UFS, e disponibilizá-lo em lojas de aplicativo, por exemplo.

Entretanto, entendeu-se que esse tipo de abordagem poderia ser limitadora, uma vez que para tal o usuário seria obrigado a ter um *smartphone* (o que hoje em dia é algo comum para muitas pessoas, mas que nem todos da comunidade podem ter acesso), além de as políticas de publicação de aplicativo na *App Store* (plataforma para baixar aplicativos por produtos da Apple) serem bastante exigentes e possuírem um processo consideravelmente longo e complicado para sua disponibilização em loja. Sem contar com o fato de que o usuário estaria limitado a fazer o *download* do exemplar apenas pelo celular, não sendo possível por qualquer outro dispositivo, como um computador, por exemplo. Além disso, um aplicativo precisa de atualizações e isso demanda recursos, o que para uma instituição federal é bastante complexo.

Levando-se em conta as considerações acima elencadas, realizou-se uma entrevista no dia 15 de julho de 2022 com a Profa. Dra. Maíra Carneiro Bittencourt Maia (disponível na íntegra no APÊNDICE E), Diretora de Comunicação, Editoração e Produção Audiovisual (DECAV), e presidente do Conselho Editorial da UFS, para entender-se melhor como funciona o site atual da Editora, e quais possibilidades estavam ao nosso alcance para a construção do produto.

A partir dessa entrevista, foi possível tomar conhecimento de que a UFS estava com uma licitação aberta para contratação de uma empresa com o intuito de

remodelar e desenvolver todas as plataformas e sites que são ligados à universidade, inclusive a da Editora UFS. Dessa forma, compreendeu-se que não faria sentido fazer o desenvolvimento para código da interface e colocá-la no ar, uma vez que isso será feito de qualquer forma pela empresa que ganhar a licitação.

Segundo a diretora:

Ontem, foi lançado um edital para uma licitação para reformular todo o nosso portal da universidade. Uma empresa externa que cria sites e faz gestão de sites, que a gente não sabe quem vai ser ainda, porque está aberto até dia 26 para as propostas das empresas, para reformular o site todo o portal da universidade. E aí entra nisso também a página da livraria. A gente não sabe ainda como vai ser, mas a ideia é que a gente possa reformular total (MAIA, 2022).

Além disso, a professora Maíra Carneiro também evidenciou que é de interesse da Editora expandir o seu leque de produtos ofertados, disponibilizando por exemplo, cursos de correção de texto, venda de livros físicos estocados através da Livraria Virtual, etc. Contudo, ficou claro que esse interesse está condicionado a um acordo com a Fundação de Apoio à Pesquisa e Extensão de Sergipe (Fapese), para possibilitar que qualquer tipo de venda de produtos ou serviços advindos da Editora se transforme em recursos para seu próprio desenvolvimento e manutenção, já que, atualmente todo o recurso arrecadado através da venda de livros físicos vai direto para os cofres da União.

Segundo ela:

O que eu posso falar do trabalho que tem sido feito? Acredito que tem dois movimentos: um deles é um pouco para tentar haver uma sustentabilidade da Editora, uma sustentabilidade até financeira. Temos procurado construir um projeto em parceria com a Fundação, para que possamos passar a comercializar as obras da Editora que hoje não são comercializadas, isso é por uma via (MAIA, 2022).

Dessa forma, compreendeu-se que haviam mais possibilidades de construção, e tomadas de decisão, na hora de desenvolvimento do produto do projeto. Porém, um fato ficou claro: caso esse acordo com a Fapese não se concretize, e tivesse de ser construída uma interface que abarcasse todos os produtos levantados durante a entrevista, o projeto todo iria se tornar inviável, já que iria ter que respeitar as normas atualmente implementadas.

Com isso, e levando-se em consideração o que seria mais viável, decidiu-se pela construção de interface baseada no problema de pesquisa explanado no início do projeto, focando na remodelação do fluxo de aquisição de livros digitais

gratuitos da Editora UFS, para que, o projeto não se torne inviável a depender dos acordos previamente citados. E, caso eles se concretizem, pode ser revisitado o projeto para conseguir complementá-lo e abarcar as novas possibilidades de produto.

Dessa forma, o novo site poderá ser acessado tanto em computadores ou por *smartphones*, e também com uma nova proposta visual, adequando-se à identidade da universidade. Assim sendo, ter-se-á um alcance muito maior e um acesso mais democrático disponível para toda a comunidade da UFS, e com impacto também na comunidade acadêmica externa, sem correr riscos de impactos negativos de caráter técnico.

Além do que já foi abordado anteriormente, outra informação que pôde ser coletada na entrevista foi a de que atualmente a Livraria Digital da Editora UFS foi construída utilizando um *template* comprado do *WordPress*. Com isso, é muito difícil de se fazer qualquer alteração em sua estrutura primária, logo seria difícil resolver de forma rápida e eficaz os maiores problemas relatados nas etapas mostradas anteriormente. Como a Profa. Dra. Maíra Carneiro comentou a seguir:

Eu sei que ele foi desenvolvido com base no Wordpress, e aí ele tem algumas limitações, porque eu não sei qual foi a negociação na época que aconteceu, mas a gente não paga esse Wordpress. Então a gente não tem as atualizações de loja virtual do Wordpress de hoje. E naquele momento foi que teve alguma negociação que eu não sei (MAIA, 2022).

Por fim, pensou-se em abordar o desenvolvimento do produto da seguinte forma: desenvolver uma proposta de interface para a Livraria Digital da Editora, que será apresentada aos seus representantes, explicitada por meio de um relatório técnico conclusivo, atendendo à instrução normativa do PPGCI, com as diretrizes de construção de um site para editoras universitárias, utilizando-se a construção do site da UFS como exemplo, e que será utilizado durante a construção dele quando a empresa responsável se responsabilizar por isso. Dito isso, o pesquisador também se colocará à disposição para contribuir com este processo quando for realizado, acompanhando e instruindo como o site deve ser desenvolvido baseado na presente pesquisa.

Para ser analisado como todo o desenvolvimento do produto se deu, elaborou-se como produto final um Relatório Técnico Conclusivo, que se encontra no APÊNDICE A.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho, que se dedicou a analisar a Livraria digital da Editora UFS, teve como problema inicial: como melhorar a aquisição de livros da Livraria Digital da Editora UFS por meio da aplicação dos conceitos de experiência do usuário e da arquitetura da informação? Depreende-se que, após finalizado, os conceitos de experiência do usuário e de arquitetura da informação foram essenciais para a proposição do novo fluxo para o site da livraria da Editora UFS, sendo especialmente observadas as heurísticas de Nielsen e os critérios de *User experience*.

Também pode-se identificar que os objetivos foram alcançados, pois uma nova interface gráfica foi proposta para a livraria da Editora UFS. Partiu-se, inicialmente, de um levantamento feito com os usuários da editora UFS a partir da aplicação de questionários e, com isso, percebe-se que eles sentem dificuldades em acessar os livros por meio da plataforma atual, que não oferece uma experiência adequada.

O estudo de similares mostrou-se muito útil para este estudo, e foi realizado com os sites da Editora da UFBA, da editora Blucher *Open Acces* e também da Editora da USP. Investigar as nuances dessas livrarias digitais contribuiu para observar pontos que não devem ser replicados na livraria da Editora UFS e onde as referidas livrarias deixam a desejar no quesito da experiência do usuário e do design de interface, mas ao mesmo tempo agregar aquilo que tais sites têm de bom.

Também foi realizada entrevista com a atual coordenadora da Editora da UFS, e a partir dela, entendeu-se que o trabalho proposto será totalmente aplicado à medida que for finalizada a licitação em aberto para o desenvolvimento das plataformas da UFS, e conseqüentemente, da nova página da Livraria Digital da Editora UFS

Além disso, para contribuir ainda mais no longo prazo, quando essas etapas licitatórias estiverem resolvidas, o pesquisador do presente estudo se coloca à disposição da Editora UFS para acompanhar o processo de desenvolvimento, e também para realizar qualquer tipo de contribuição incremental para que o produto fique ainda mais assertivo de acordo com as necessidades da Editora UFS e sua comunidade.

Ao final, apresenta-se o Relatório Técnico Conclusivo, como um produto técnico exigido para a conclusão do curso, contendo todas as etapas de desenvolvimento do produto e a proposta de novo fluxograma e telas para tornar a experiência dos usuários da livraria digital da Editora UFS mais fluida e consistente na aquisição das obras e consulta ao site em si e seu catálogo.

Conclui-se que foi possível executar todas as etapas metodológicas propostas neste estudo, mas também se observou potencial para o desenvolvimento de outras pesquisas oriundas desta, uma vez que pontos como a comunicação da Editora em redes sociais ainda não é algo que está sendo desenvolvido, e devido à grande mudança trazida pós-pandemia, com a digitalização de projetos e empresas, faz-se emergencial que a Editora UFS esteja presente nessas plataformas, inserindo cada vez mais o seu trabalho na vitrine do mundo virtual.

Ainda espera-se que o presente trabalho possa servir como referência para o desenvolvimento ou aprimoramento de outras editoras universitárias.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. **O que é ciência da informação**. Belo Horizonte: KMA, 2018. Disponível em:

<http://casal.eci.ufmg.br/?fbclid=IwAR1SiKSIS9XQ9WczVMjkJPkbbkl-EZvwHKSrJARLxKyR3gwNRy1B9h3-WBQI>. Acesso em: 21 out. 2021.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila de; VALENTIM, Marta Lúcia Pomim. A Ciência da Informação no Brasil: mapeamento da pesquisa e cenário institucional. *Bibliotecas. Anales de Investigación* (Cuba), n. 2, v. 15, p. 232-259, 2019. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/index.php/res/v/112206>. Acesso em: 17 abr. 2020.

ARNOLD, Tatiane Cristine. Além da interação homem-computador: o design de interação, seus processos e metas, em busca da satisfação do usuário final. **Design em Artigos**, p. 1-17, 2010. Disponível em: <http://www.designemartigos.com.br/alem-da-interacao-homem-computador/>. Acesso em: 11 set. 2021.

ALVAREZ, Edgar Bisset; BRITO, Jean Fernandes; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio. Arquitetura da informação enquanto disciplina científica: um debate ainda aberto. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, São Paulo, v. 16, p. 1-24, 2020

ANDRADE, Robéria de Lourdes de Vasconcelos; ARAÚJO, Wagner Junqueira de. Livro digital nas editoras universitárias. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, v. 14, p. 945-967, 2021. Disponível em: DOI: 10.26512/rici.v14.n3.2021.37531 Acesso em: 21 out. 2021.

BORGES, Marta. **John Doe** – o livro no mundo digital. Porto, 2013

BUFREM, Leilah Santiago. **Editoras Universitárias no Brasil**: uma crítica para reformulação da prática. São Paulo: Edusp, 2001.

CAMARGO, Liriane Soares de Araújo; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio. Arquitetura da Informação para ambientes informacionais digitais: integração de serviços de personalização e customização. **Ibersid**, p. 227-231, 2009.
CAPURRO, Rafael. Epistemologia e Ciência da Informação. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5., 2003, Belo Horizonte, MG. **Anais** [...] ANCIB: Belo Horizonte, 2003.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

FERNANDES, Isac Gabriel Martins *et al.* Planejamento Estratégico: Análise Swot. **Revista Conexão Digital**, v. 10, 2013.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019. 173p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2016. 200p.

GUEDES, Maria Do Carmo; PEREIRA, Maria Eliza Mazzilli. Editoras Universitárias: uma contribuição à indústria ou à artesanaria cultural? **São Paulo Perspec.**, São Paulo, v. 14, n.1, jan./mar. 2000. Disponível em: DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0102-88392000000100009> Acesso em: 21 out. 2021.

KHAN, Karen; JORENTE, Maria José Vicentini. O papel do design da informação na curadoria digital do Museu da Pessoa. **InCID: R. Ci. Inf. e Doc.**, Ribeirão Preto, v. 7, n. 2, p. 23-39, set. 2016/fev. 2017. Disponível em: DOI: 10.11606/issn.2178-2075.v7i2p23-39 Acesso em: 21 out. 2021.

LUZ, Charley. **Arquitetura da Informação**: do conteúdo à experiência do usuário. São Paulo: Feed Consultoria, 2020.

MARQUES NETO, José Castilho. A editora universitária, os livros do século XXI e seus leitores. **Interface**, Botucatu, v. 4, p. 167-172, 2000

MEGGS, Philip B. **História do Design**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

NIELSEN, Jakob. **10 Usability Heuristics for User Interface Design**. April 24, 1994; Updated Nov. 15, 2020. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. Acesso em: 10 maio 2022.

NETO, Leonardo; FACCHINI, Talita. 40% dos brasileiros declaram ter lido livros digitais durante a pandemia. **Publishnews**, 22 jul. 2021. Disponível em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2021/07/22/30-dos-brasileiros-declaram-ter-lido-livros-digitais-durante-a-pandemia>. Acesso em: 17 abr. 2020

NIELSEN, Jakob. **10 Usability Heuristics for User Interface Design**. April 24, 1994; Updated Nov. 15, 2020. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. Acesso em: 10 maio 2022.

NOVAIS, Ana Elisa. Lidando com experiências genuinamente digitais: leitura, textualidade e design de interação na leitura da interface gráfica de usuário. In: ENCONTRO NACIONAL SOBRE HIPERTEXTO, 3., 2009, Belo Horizonte. **Anais [...]** Belo Horizonte, 2009.

OLIVEIRA, João Augusto Dias Barreira e; JORENTE, Maria José Vicentini. Design da Informação e Ciência da Informação: uma aproximação possível. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 15., 2015, João Pessoa, PB. **Anais [...]** João Pessoa: ANCIB, 2015.

OLIVEIRA, João Augusto Dias Barreira e; JORENTE, Maria José Vicentini. Proposta de Disciplina Design da Informação para Ciência da Informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 18., 2017, Marília, SP, PB. **Anais [...]** Marília: ANCIB, 2015.

ORTEGA, Cristina Dotta. A documentação como uma das origens da ciência da informação e base fértil para sua fundamentação. **BJIS**, v. 3, n. 1, p. 3-35, jan./jun. 2009. Disponível em: <http://www2.marilia.unesp.br/revistas/index.php/bjis> Acesso em: 16 abr. 2021.

POZZATTI, Valéria Rodrigues de Oliveira; OLIVEIRA, Adriana Aparecida; POLONINI, Janaína Fernandes Guimarães; RUBIM, Rossanna dos Santos Santana. Mundaneum: o trabalho visionário de Paul Otlet e Henri La Fontaine. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 19, n. 2, p. 202-209, jul./dez. 2014.

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. **Design de Interação: além da Interação Homem-Computador**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

QUINTÃO, Fernanda de Souza; TRISKA, Ricardo. Design de informação em interfaces digitais: origens, definições e fundamentos. **Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 105-113, 2013.

SANTA ROSA, José Guilherme; MORAES, Anamaria de. **Avaliação e projeto no design de interfaces**. Teresópolis, RJ: 2AB, 2008.

SARACEVIC, Tefko. Ciência da informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da informação**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 41-62, 1996.

SOUZA, Josefa Eliana. **História e Memória**: Universidade Federal de Sergipe (1968-2012). São Cristóvão, SE: Editora UFS, 2015.

VALENTIM, Marta Ligia Pomim. **Informação, conhecimento e inteligência organizacional**. 2. ed. Marília, SP: FUNDEPE Editora, 2006.

YIN, Robert. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.

APÊNDICE A - RELATÓRIO TÉCNICO CONCLUSIVO

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO DA INFORMAÇÃO E DO
CONHECIMENTO**

ANDRÉ NUNES DE AZEVEDO

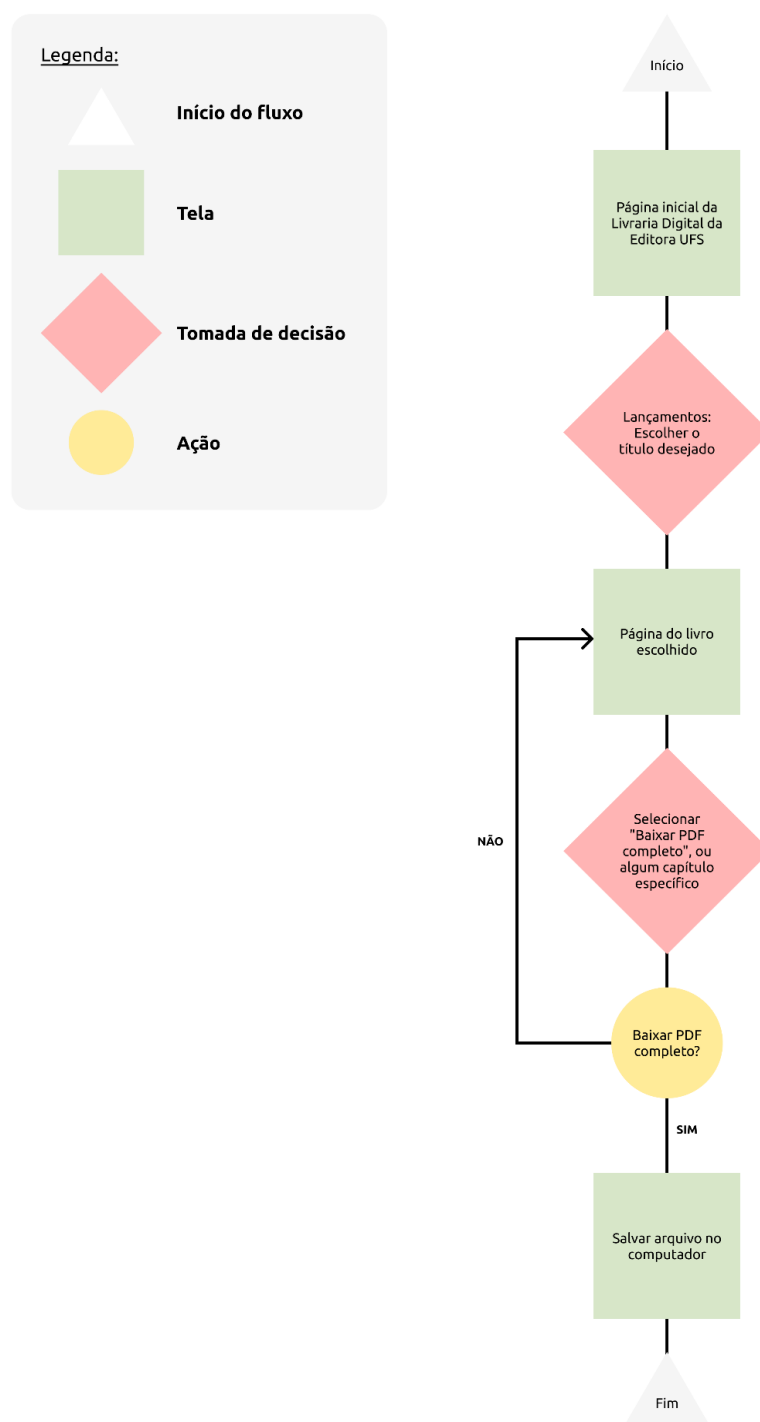
**RELATÓRIO TÉCNICO-CONCLUSIVO
PROPOSTA DE NOVO SITE PARA A LIVTARIA DIGITAL DA EDITORA UFS**

**São Cristóvão - SE
2022**

1) Ao iniciarmos o processo de desenvolvimento do produto, reunimos dois pontos importantes já levantados no projeto: o problema da pesquisa, que trata sobre o atual fluxo de aquisição da Livraria Digital da Editora UFS, e a representação do fluxo de aquisição que foi explanada durante o item 5.6.2 do texto. É fato que, a esta altura do projeto, compreendemos que o fluxo atual se apresenta de maneira demasiadamente extensa, e que o primeiro ponto que precisava ser explorado seria ele próprio.

Com isso, demos início a uma nova proposta de fluxo onde, durante a aquisição de um exemplar digital gratuito, o usuário pudesse de forma objetiva adquirir uma cópia digital do livro escolhido por ele. Sendo assim, conseguimos chegar na seguinte proposta de fluxo (Figura 30):

Figura 30 - Novo fluxograma de aquisição da Livraria Digital da Editora UFS



Fonte: elaborado pelo autor (2022)

O impacto do novo fluxo proposto é bastante expressivo, uma vez que no fluxo atual nós temos uma contagem aproximada de 7 telas, e no novo essa

quantidade se reduz para um total de 3 telas, reduzindo, assim, todo o processo de aquisição que o usuário percorria dentro da livraria, possibilitando uma aquisição mais facilitada.

É claro que esse foi o pontapé inicial para todo o desenvolvimento do produto, mas logo nos primeiros passos já era visível que seria possível resolver o maior dos problemas levantados sobre a atual Livraria Digital da Editora UFS, tanto pelo que já foi explanado quanto pelos dados trazidos pelos usuários durante a pesquisa realizada por meio do questionário.

2) Na segunda fase foi dado seguimento ao processo de desenvolvimento, onde seria iniciado uma tentativa de transformar o novo fluxo em visualidade através da construção de wireframes⁹.

De uma forma geral, a estrutura do site em si não sofreu muita alteração ao serem propostas suas primeiras experimentações visuais. Isso se deu pelo fato de que o problema da Livraria Digital em si não se alocava em sua composição de tela, mas sim no seu fluxo de aquisição do usuário. Dessa forma, mantivemos algumas estruturas base, como o cabeçalho, seção de lançamentos e rodapé, fazendo poucas alterações sobre eles com o objetivo de deixar as informações mais direcionadas e melhor distribuídas em tela.

Além disso, utilizamos como base alguns dos exemplos coletados durante nosso estudo de similares, para tanto melhorar telas já existentes na livraria, quanto criar novas, como foi o caso da tela de catálogo, que não existe hoje em dia.

Seguem quatro dos *wireframes* que foram desenvolvidos: um da tela inicial, outro da tela de catálogo, da tela do livro e de um exemplo de tela complementar, que estaria alocado dentro da seção "A editora", presente no cabeçalho, e utilizada como base nas seções de "Como publicar" e "Fale conosco".

3) Com o objetivo de aproximar mais a Livraria Digital da Editora UFS da própria Universidade sobre aspectos visuais, utilizamos o manual de marca da UFS (https://www.ufs.br/uploads/MANUAL_MARCA_UFS.pdf) como base para diversas tomadas de decisões, com o objetivo de fazer uma conexão entre as duas instituições e, conseqüentemente, ajudar a experiência do usuário, uma vez que

⁹ Um *wireframe* de site ou aplicativo é um protótipo de geralmente baixa fidelidade usado em design de interface para sugerir a estrutura visual inicial do fluxo de usuário, possibilitando visualizar os relacionamentos possíveis entre suas páginas através de interações. Portanto, um wireframe é uma ilustração semelhante do layout de elementos fundamentais na interface.

estávamos em acordo com uma das heurísticas propostas por Nielsen, a heurística 4 relativa a "Padrões e consistências".

Para reforçar ainda mais essa conexão entre as duas instituições, utilizamos no cabeçalho da página o gradiente que é utilizado no brasão da Universidade, além de tentar fazer com que ele ficasse em maior destaque do que o restante das informações que virão a seguir, evidenciando mais o contraste na hierarquia implementada.



4) O processo de escolha da tipografia que seria utilizada no projeto começou a partir da continuidade da leitura do manual de marca da UFS (p. 8), onde é evidenciado que a tipografia institucional da Universidade é a família tipográfica Ubuntu, disponível no site “Google Fonts” em livre acesso, ou seja, não precisam ser pagos nenhuma taxa ou valor para adquirir a fonte. Ela é uma tipografia mais curvilínea e não serifada, desenvolvida pela Dalton Maag, uma empresa internacional de fundição de fontes especializada em design de tipos e produção de fontes digitais. Após alguns testes de uso em tela, a tipografia se mostrou eficaz em suas utilizações e foi incorporada ao projeto como tipografia oficial da Livraria Digital da Editora UFS.

Ubuntu

Ubuntu - *Ubuntu* - Ubuntu - *Ubuntu* - **Ubuntu** - *Ubuntu* - **Ubuntu** - *Ubuntu*

abcdefghijklmnopqrsrtuvkxyz

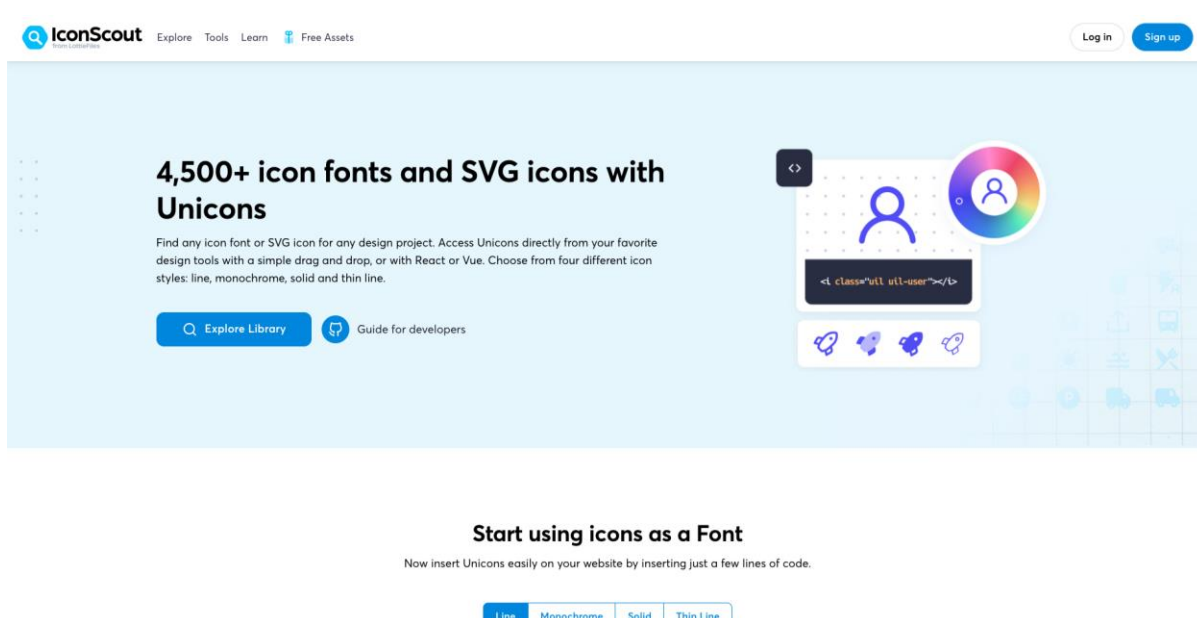
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789'!"(%)[#]{}@/&<-+÷x=>®©\$€£¥¢;,:.*

5) Com o objetivo de se utilizar uma base iconográfica que não fosse a fornecida pelo Google, o Material Design, que possui mais de 2.500 ícones e foi desenvolvida em 2014, que é comumente utilizada em todos os seus produtos,

porém atualmente está a cada dia procurando não ser utilizada por designer por não ter sido atualizada ao longo do tempo.

Os ícones usados para compor as telas do projeto gráfico da nova Livraria Digital da Editora UFS foram da biblioteca chamada Unicons, disponibilizada de forma gratuita, e que possui uma vasta seleção de ícones, maior que a do Material Design inclusive, com mais de 4.500 ícones em sua biblioteca, possuindo formas mais arredondadas se aproximando, assim, da tipografia institucional da Universidade que foi usada no projeto.



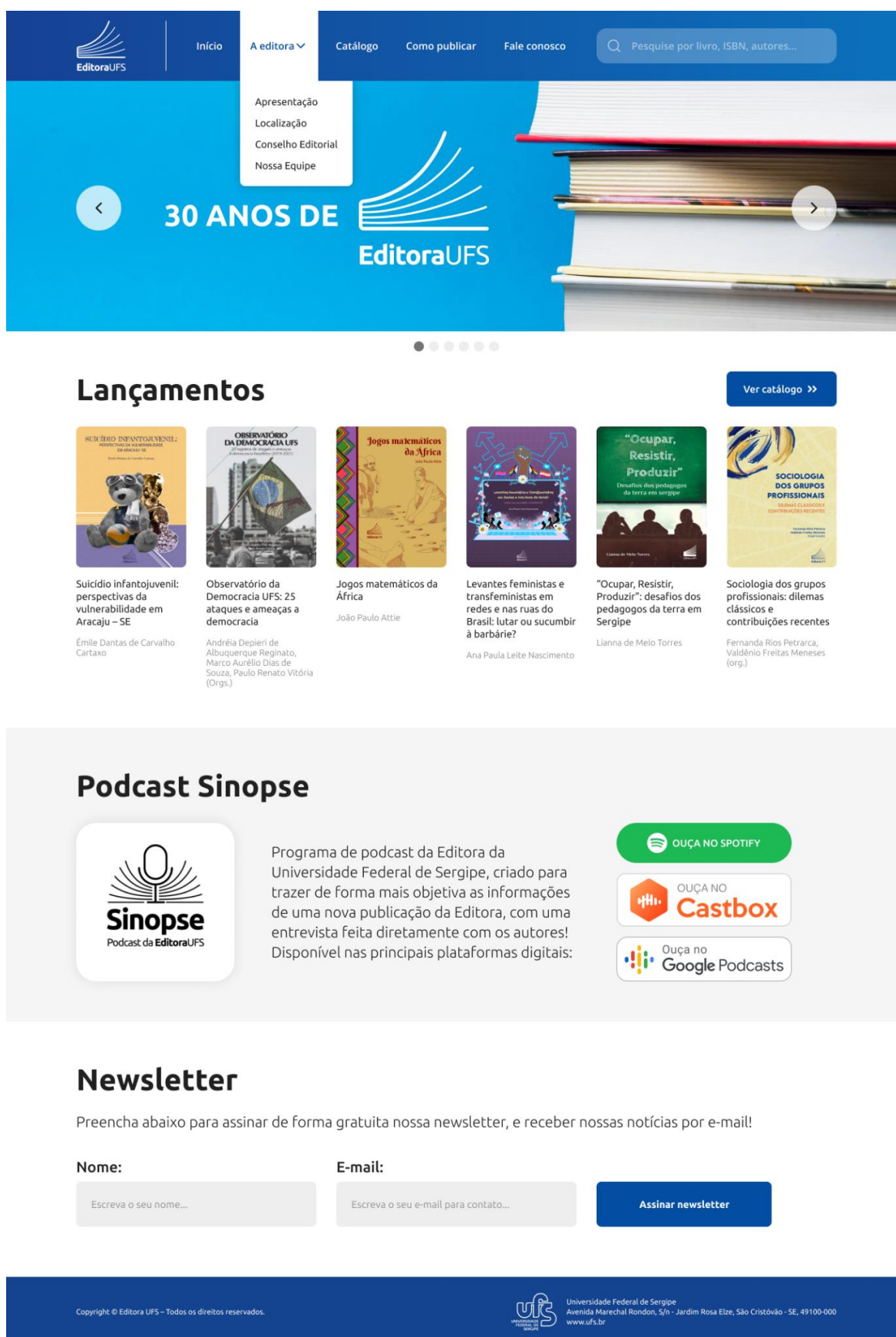
6) Por fim, após todas as proposições e tomadas de decisão expostas anteriormente, conseguimos propor as telas finais para a nova proposta de interface gráfica da Livraria Digital da Editora UFS.

Para a tela inicial, nos inspiramos na da Edusp, que possui uma separação de suas seções utilizando blocos empilhados um acima do outro, dando uma cadência de informações mais hierárquica e homogênea. Além disso, como comentado anteriormente, houve poucas mudanças com relação à tela inicial da Editora UFS, porque ela não era o problema central da Livraria Digital, apesar de precisar de algumas melhorias (que foram agregadas com elementos da Edusp).

Também foi feita uma conexão com o podcast da Editora, o Sinopse, com o objetivo de divulgá-lo de forma mais efetiva, sendo separada uma seção exclusiva

para ele, destacando-se o seu propósito e disponibilizando-se os links para os usuários acessarem suas entrevistas (Figura 31).

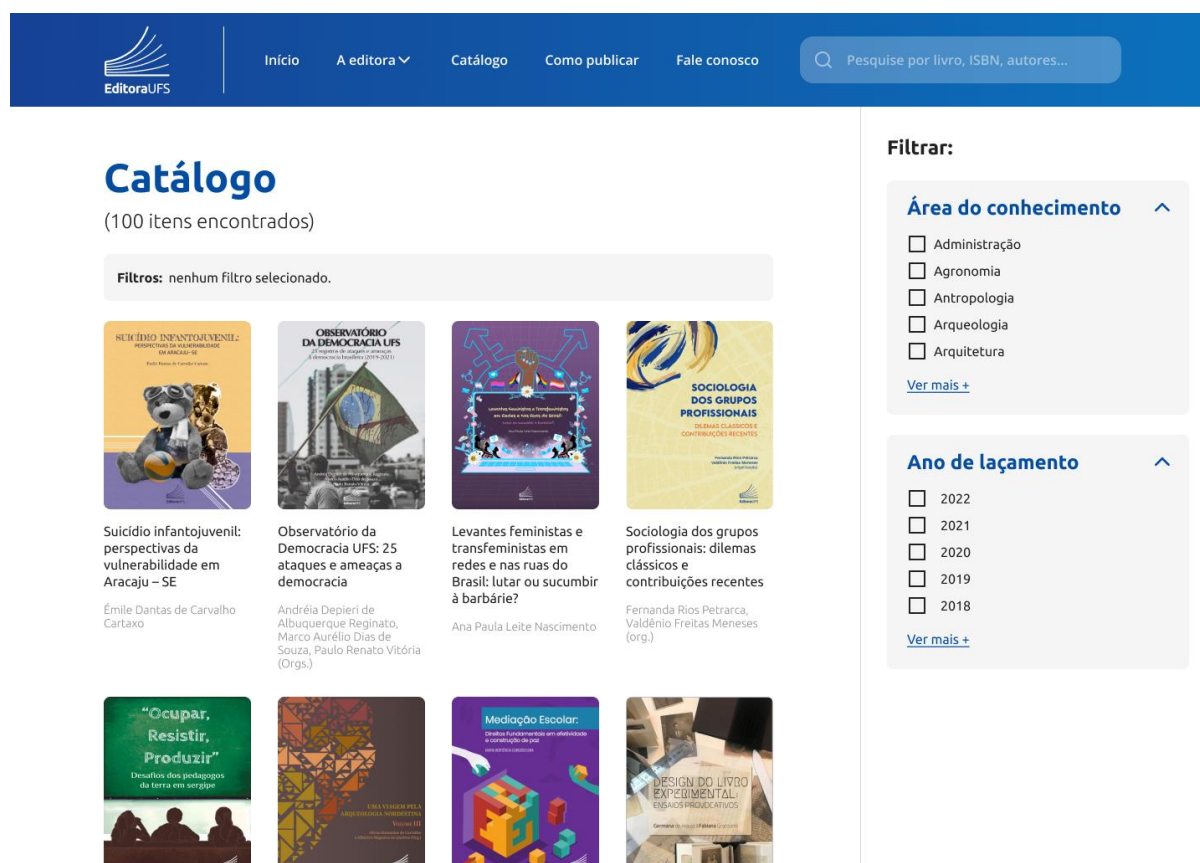
Figura 31 – Nova proposta de site para a livraria digital da EDUFS



Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Como comentado anteriormente, não existia no site original da Editora UFS a tela de catálogo de seu acervo. Com isso, nos inspiramos bastante nas estruturas da tela de catálogo que encontramos na livraria da Edufba, fazendo algumas adaptações para contextualizá-la melhor sobre o catálogo e categorias de filtro mais eficientes com relação à Editora UFS (Figura 32), além de deixá-la com um aspecto mais *clean*, em conformidade com a heurística 8 (Estética e design minimalistas).

Figura 32 – Proposta de catálogo para a livraria digital da EDUFS



Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Quando tratamos sobre a construção final da tela do livro (Figura 33), também ficou claro para nós que seria de extrema importância nos inspirarmos na tela de livros feita pela Editora Blucher Open Access, fazendo as adaptações adequadas ao contexto da Editora UFS, uma vez que nela são dispostas tanto o arquivo completo do livro em PDF para o usuário baixar, quanto cada capítulo específico, dando autonomia de uso e escolha para o usuário realizar, em conformidade com a heurística 3 de Nielsen (Liberdade e controle do usuário). E, ainda, fizemos uma conexão com o *podcast* da Editora, o Sinopse, com o objetivo de

conectar o livro em questão com o podcast já disponível sobre ele, para que o usuário possa ter mais informações sobre a obra se assim desejar, e podendo escolher qual plataforma disponível lhe é mais interessante.

Figura 33 – Construção final da tela do livro

Sociologia dos grupos profissionais: dilemas clássicos e contribuições recentes

Autoria: Fernanda Rios Petrarca, Valdênio Freitas Meneses (org.)

Ano: 2022

Número de páginas: 335

e-ISBN: 978-65-86195-79-8

Sobre o livro: Este livro reúne trabalhos que resultam de diferentes pesquisas realizadas no âmbito da linha "Sociologia dos Grupos Profissionais" do Laboratório de Estudos do Poder e da Política da Universidade Federal de Sergipe (LEPP/UFSE). Tais trabalhos tem como eixo comum a reflexão sobre a dinâmica e organização dos espaços profissionais e suas interfaces com a política.

Entrevista no Sinopse:

OUÇA NO SPOTIFY

OUÇA NO Castbox

OUÇA NO Google Podcasts

Baixar PDF completo

Baixar por capítulo

00 – Apresentação (p. 6) Fernanda Rios Petrarca, Valdênio Freitas Meneses (org.)	Baixar
01 – Profissão Médica e Espaços de Atuação: uma investigação sobre os médicos e seus espaços profissionais em Sergipe (p. 16-44) Igor da Silva Salmeron	Baixar
02 – De Coronéis a Bacharéis: reestruturação das elites e medicina em Sergipe (1840-1900) (p. 45-77) Fernanda Rios Petrarca	Baixar
03 – Uma Engenharia de "saúde e rusticidade" no século XX: regionalismo e obras contra as secas na biografia de Eurípedes de Oliveira (p. 78-106) Valdênio Meneses	Baixar
04 – Análise da carreira de modelo: formatos de inserção, habilidades profissionais e recursos de consagração (p. 108-127) Karina Garcia Santos Cruz	Baixar
05 – Recursos sociais e Inserção dos charginistas no espaço da imprensa escrita em Sergipe (p. 128-164) Alex Menezes de Carvalho; Wilson José Ferreira de Oliveira	Baixar
06 – Carreiras militantes, redes de sociabilidade e formas de engajamento na luta contra AIDS em Sergipe (p. 165-194) Maria Rita Ribeiro; Fernanda Rios Petrarca	Baixar
07 – Como se forja um cangaceiro: uma análise da carreira do bando de Lampião (p. 195-231) Felipe Trindade de Souza	Baixar
08 – Rede de Base Familiar em Sergipe: disputas partidárias, alianças e profissionalização política (p. 233-259) Pâmella Synthia Santana Santos	Baixar
09 – Perfis Políticos Profissionais: os usos dos recursos e habilidades sociais na construção do cargo de vereador (p. 260-297) Fagner dos Santos Bomfim	Baixar
10 – Estratificação digital e política profissional: a visibilidade nas mídias sociais (p. 298-329) Saulo Barbosa	Baixar
11 – Sobre as autoras e os autores (p. 330-333)	Baixar
12 – O LEPP na rede (p. 334)	Baixar

Copyright © Editora UFS – Todos os direitos reservados.

UFSE
Universidade Federal de Sergipe
Avenida Marechal Rondon, S/nº – Jardim Rosa Elze, São Cristóvão – SE, 49100-000
www.ufse.br

Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Por fim, para o restante das telas produzidas, consideradas telas secundárias ou de apoio, compreendendo as sub telas presentes na seção "A editora", "Como publicar" e "Fale conosco", utilizamos como base os textos que já existiam na Livraria Digital da Editora UFS, apenas atualizando seu *layout* para a nova proposta de configuração de tela, no que diz respeito a cores, tipografias e disposição dos elementos.


[Início](#)
[A editora ▾](#)
[Catálogo](#)
[Como publicar](#)
[Fale conosco](#)

Apresentação

“ A Editora UFS, composta pelo Conselho Editorial e pela Coordenação Gráfica, tem como missão atuar na divulgação da produção cultural e científica tanto da comunidade universitária quanto da sociedade como um todo. Através do lançamento periódico de editais e da publicação de obras avulsas, esta Editora tem realizado um trabalho de divulgação de obras científicas e culturais produzidas por autores sergipanos e do restante do Brasil. ”

Coordenação do Programa Editorial:
 Profa Maíra Carneiro Bittencourt Maia
 Telefone: +55 (79) 3194-6922 E-mail: editora.ufs@gmail.com

Coordenação Gráfica:
 Prof Luis Américo Silva Bonfim
 Telefone: +55 (79) 3194-6920 E-mail: editora.ufs@gmail.com

Atendimento:
 Malvina Lima de Andrade Góis
 Luís Felipe dos Santos
 Telefone: +55 (79) 3194-6920 E-mail: editora.ufs@gmail.com

Horário de funcionamento:
 No presente momento, por conta da epidemia do Covid-19 a Editora UFS encontra-se indisponível para atendimento presencial, em breve esperamos retornar para podermos atender à comunidade normalmente

Copyright © Editora UFS – Todos os direitos reservados.



Universidade Federal de Sergipe
 Avenida Marechal Rondon, S/n - Jardim Rosa Elze, São Cristóvão - SE, 49100-000
 www.ufs.br


[Início](#)
[A editora](#)
[Catálogo](#)
[Como publicar](#)
[Fale conosco](#)

Localização



EDITORA UFS

Localização: Prédio do Centro de Ciências Agrárias

Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos. Av. Marechal Rondon, s/n Jardim Rosa Elze – CEP 49100-000 –

São Cristóvão/SE

Telefone: +55 (79) 3194-6920

LIVRARIA UFS

Localização: Centro de Vivências

Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos. Av. Marechal Rondon, s/n Jardim Rosa Elze – CEP 49100-000 –

São Cristóvão/SE

Telefone: +55 (79) 3194-6544

Copyright © Editora UFS – Todos os direitos reservados.



Universidade Federal de Sergipe
Avenida Marechal Rondon, S/n - Jardim Rosa Elze, São Cristóvão - SE, 49100-000
www.ufs.br


[Início](#)
[A editora ▼](#)
[Catálogo](#)
[Como publicar](#)
[Fale conosco](#)

Conselho Editorial

O Conselho Editorial é um órgão normativo e consultivo da Editora UFS e tem a função de regulamentar, referendar e qualificar a publicação de livros, revistas e outros materiais publicados pela editora. Seus membros são nomeados através de portaria do Magnífico Reitor.

O órgão é, atualmente, constituído por doze conselheiros, distribuídos em três áreas do conhecimento.

Cabe ao Conselho Editorial:

Apreciar e emitir os pareceres, quando necessário, sobre os trabalhos a ele encaminhados; indicar especialistas para Consultores, quando por solicitação do Coordenador;
Atender, quando solicitado, à convocação do Coordenador para reuniões;
Estabelecer os critérios de excelência e os padrões de qualidade da publicação;
Apreciar o mérito dos materiais submetidos para publicação recomendando ou rejeitando cada proposta conforme os critérios adotados pela Editora da UFS.

Aos conselheiros são estabelecidas as seguintes atribuições:

- 1) comparecer às reuniões e participar dos trabalhos do Conselho Editorial;
- 2) votar nas deliberações sobre pareceres e sobre as demais matérias da competência do Conselho Editorial;
- 3) emitir parecer fundamentado sobre trabalhos que deve relatar;
- 4) solicitar, quando julgar conveniente, a designação de especialista para apreciação do trabalho que deve relatar.

Os conselheiros avaliam a proposta a partir dos seguintes indicativos:

- Relevância da obra para ser veiculado por uma editora de caráter científico, como a Editora UFS;
- Reflexão sobre o título e o conteúdo do livro;
- Composição da apresentação, da organização e do conteúdo do livro;
- Avaliação da introdução, sobretudo se faz uma revisão sobre o tema abordado, apresenta justificativa e deixa claro o objetivo do livro;
- Indicação de acréscimo de itens que possam enriquecer o livro;
- Necessidade de redução ou retirada de alguma parte; avaliação das ilustrações e tabelas;
- Adequação das referências;
- Contribuições da obra para o enriquecimento do acervo já produzido nesta área.

Membros do conselho editorial da Editora da UFS:

- Alisson Marcel Souza de Oliveira
- Ana Beatriz Gracia Costa Rodrigues
- Carla Patrícia Hernandez Alves Ribeiro César
- Cristina de Almeida Valença Cunha Barroso
- Fernando Bittencourt dos Santos
- Flávia Lopes Pacheco
- Jacqueline Rego da Silva Rodrigues
- Luís Américo Silva Bonfim
- Maira Carneiro Bittencourt Maia (Presidente)
- Petrónio José Domingues
- Renata Ferreira Costa Bonifácio
- Yzila Liziane Farias Maia de Araújo


[Início](#)
[A editora ▼](#)
[Catálogo](#)
[Como publicar](#)
[Fale conosco](#)

Nossa Equipe

Atendimento Editora UFS:

Malvina Lima de Andrade

Luís Felipe dos Santos

Telefone: +55 (79) 3194-6923 E-mail: editora@academico.ufs.br

Atendimento Livraria UFS:

Elizandra Menezes

Telefone: +55 (79) 3194-6544

Equipe de Designers:

Alana Carvalho

Alisson Vitorio Lima

Gabriel Paiva

Guilherme Kauark

Ícaro Lopes

Jeanne Santana

Tadeu Tatum

Copyright © Editora UFS – Todos os direitos reservados.



Universidade Federal de Sergipe
Avenida Marechal Rondon, S/n - Jardim Rosa Elze, São Cristóvão - SE, 49100-000
www.ufs.br


[Início](#)
[A editora ▼](#)
[Catálogo](#)
[Como publicar](#)
[Fale conosco](#)

Como Publicar

A Editora UFS tem publicado obras a partir de três formas:

1. PUBLICAÇÕES IMPRESSAS AVULSAS: Obras financiadas pelo autor e/ou instituições de fomento (públicas e privadas);

2. PUBLICAÇÕES IMPRESSAS APROVADAS NOS EDITAIS PÚBLICOS: Obras financiadas pela Universidade Federal de Sergipe com ou sem parceria com outras instituições.

3. PUBLICAÇÕES DIGITAIS APROVADAS NOS EDITAIS PÚBLICOS: Obras selecionadas nos editais em parceria com a Pró-reitoria de Pós-graduação e Pesquisa, dentro do Programa de Publicações Digitais (PPD). O Programa se destina à publicação de obras no formato digital e está voltado à disseminação digital da produção científica de docentes, discentes ativos e discentes egressos dos Programas de Pós-Graduação da UFS, tendo como objetivo estimular a difusão do conhecimento através da publicação das dissertações, teses e livros produzidos na Universidade.

Em todos os casos as obras são avaliadas quanto ao enquadramento formal (conforme normas da ABNT em vigor) e ao mérito. A análise do mérito consiste no julgamento das propostas pelos membros do Conselho Editorial da UFS, podendo ser convidados consultores "ad hoc", para emitirem parecer (conforme formulário padrão), a ser homologado pelo referido Conselho.

Para melhor orientar aqueles que desejam publicar pela Editora UFS, estamos disponibilizando o [Manual de Publicação](#), que traz explicações sobre a entrega dos originais, processo de revisão, o fluxo de trabalho desde a submissão da obra até sua finalização.

Para mais informações, entre em contato através do e-mail editora@academico.ufs.br ou por telefone (79) 3194-6923.

Copyright © Editora UFS – Todos os direitos reservados.



Universidade Federal de Sergipe
Avenida Marechal Rondon, S/n - Jardim Rosa Elze, São Cristóvão - SE, 49100-000
www.ufs.br

[Início](#)[A editora ▼](#)[Catálogo](#)[Como publicar](#)[Fale conosco](#)

Fale Conosco

E-mail:**Assunto:****Mensagem:**[Enviar mensagem](#)

Copyright © Editora UFS – Todos os direitos reservados.



Universidade Federal de Sergipe
Avenida Marechal Rondon, S/n - Jardim Rosa Elze, São Cristóvão - SE, 49100-000
www.ufs.br

APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO DE PESQUISA



MELHORANDO A LIVRARIA VIRTUAL DA EDITORA UFS

Este questionário é o instrumento de coleta de dados da pesquisa “A GESTÃO DA INFORMAÇÃO E A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO: um estudo de caso da livreria digital da Editora da Universidade Federal de Sergipe”, desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI/UFS) pelo mestrando André Nunes de Azevedo sob a orientação da Profa. Dra. Germana Gonçalves de Araújo.

O objetivo geral da pesquisa é desenvolver uma plataforma digital que reúna os produtos da Editora UFS de uma forma mais intuitiva e enxuta para os usuários, a fim de promover uma melhor Gestão da Informação e a melhoria da experiência (UX) entre ela e seu público.

Para participar você deve ler o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), disponível na próxima seção, e concordar em participar da pesquisa. Sua contribuição será fundamental para a pesquisa, para o trabalho do pesquisador e para a Editora UFS!

 [Alternar conta](#)



***Obrigatório**

E-mail *

Seu e-mail

[Próxima](#)



Página 1 de 6

[Limpar formulário](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

Sobre o termo:

Convidamos o (a) Sr (a) para participar da Pesquisa "A GESTÃO DA INFORMAÇÃO E A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO: um estudo de caso da livreria digital da Editora da Universidade Federal de Sergipe", sob a responsabilidade do pesquisador André Nunes de Azevedo e sob a orientação da pesquisadora Profa. Dra. Germana Gonçalves de Araújo, que tem como objetivo desenvolver uma plataforma digital que reúna os produtos da Editora UFS de uma forma mais intuitiva e enxuta para os usuários, a fim de promover uma melhor Gestão da Informação e a melhoria da experiência (UX) entre a Editora UFS e seu público. Você receberá o convite para participação na pesquisa e poderá fazer a leitura deste termo de consentimento e dos tópicos que compõem o questionário e, após essa leitura inicial, poderá recusar participar da pesquisa. Caso dê a anuência desse termo via Plataforma online, sua participação é voluntária e se dará por meio de uma fase individual de preenchimento de um questionário, que não vai identificar individualmente seus dados. O questionário estará disponível na plataforma Google Forms, gratuita, a qual permite a análise posterior dos dados coletados tanto por Excel, como pelo uso de programas estatísticos. Após o preenchimento do questionário, você poderá solicitar uma via das suas respostas por e-mail e poderá receber um convite para participação em entrevista posteriormente. Se você aceitar participar, estará contribuindo para que a disseminação das produções científicas da editora UFS ganhem maior visibilidade e cumpram o seu papel na comunicação da ciência, levando conhecimento científico a toda a comunidade. Se depois de consentir em sua participação o(a) Sr (a) desistir de continuar participando, tem o direito e a liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da coleta dos dados, independente do motivo e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. O (a) Sr (a) não terá nenhuma despesa e também não receberá nenhuma remuneração. De acordo com a Resolução CNS N° 466 de 2012 (item IV.3), "Caso haja algum tipo de dano os participantes da pesquisa que vierem a sofrer qualquer tipo de dano resultante de sua participação na pesquisa, previsto ou não no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, têm direito à indenização, por parte do pesquisador, do patrocinador e das instituições envolvidas nas diferentes fases da pesquisa". Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, e sua identidade será preservada (pois na apresentação dos resultados desse estudo não constará nenhum nome de participante, sendo, quando for o caso, apresentado pela nomenclatura "Participante A, Participante B", e assim sucessivamente), mediante a anuência deste termo que está assinando voluntariamente. Para qualquer outra informação, o (a) Sr (a) poderá entrar em contato com o pesquisador pelo WhatsApp do telefone (79) 99992-6948, ou poderá entrar em contato com o Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Sergipe – PPGCI, pelo telefone (79) 3194-7550. Para proteção do participante e outras dúvidas poderá ser contactado o Comitê de ética em Pesquisa Para Seres Humanos, localizado no Ambulatório do Hospital Universitário, Rua Cláudio Batista s/nº Bairro: Sanatório – Aracaju/SE, CEP: 49.060-110. Contato por e-mail: cep@academico.ufs.br. Telefone e horários para contato: (79) 3194-7208 – Segunda a Sexta-feira das 07 às 12h.

Atenção:

Levando-se em consideração a Carta Circular nº 1/2021-CONEP/SECNS/MS, Brasília, 03 de março de 2021, todo experimento com seres humanos apresenta RISCO de constrangimento pela exposição à observação social, que escapam ao senso comum. O risco ao qual o(a) Sr(a) está submetido ao participar desse projeto pode ser relativo às questões de caráter emocional, além daqueles relacionados à estigmatização e à discriminação, assim como os riscos relacionados ao uso de plataformas virtuais de terceiros. Para tanto, adotaremos a cautela de não disponibilizar nenhum dado pessoal ou que o identifique pessoalmente, além de termos escolhido uma plataforma da empresa Google, que adota uma política de privacidade de dados própria. Nesse sentido, o pesquisador compromete-se em adotar medidas de caráter preventivo, como não coletar nomes dos participantes no formulário, o que garantirá sua privacidade assegurando uma participação baseada na impessoalidade de suas respostas. O benefício relacionado à sua participação no estudo compreende ter, a partir dessa pesquisa, uma plataforma para ter melhor acesso às obras da Editora UFS. Também há benefícios no apoio ao desenvolvimento e à disseminação da ciência, o que representa benefício direto que o (a) Sr(a) pode ter por sua contribuição com esta pesquisa.

Consentimento:

Ao marcar "Sim", informo que fui informado(a) sobre o que o pesquisador quer fazer e porque precisa da minha colaboração, e entendi a explicação. Pude esclarecer todas as minhas dúvidas com o pesquisador e, por isso, eu concordo em participar do projeto, sabendo que não vou ser remunerado por isso e que posso sair quando quiser sem prejuízo.

Concorda com o TCLE? *

☐ Sim

☐ Não

[Voltar](#)

[Próximo](#)

Página 2 de 6 [Limpar formulário](#)

Perfil

Nesta seção, procura-se entender melhor quem é você e o seu perfil.

Idade *

- ☐ Até 20 anos
- ☐ Entre 21 e 40 anos
- ☐ Entre 41 e 60 anos
- ☐ Acima de 60 anos

Qual sua identidade de gênero? *

- ☐ Homem cisgênero
- ☐ Homem transgênero
- ☐ Mulher cisgênero
- ☐ Mulher transgênero
- ☐ Pessoa não binária
- ☐ Não desejo informar
- ☐ Outro: _____

Qual a sua renda familiar mensal? *

- ☐ Até R\$ 999,99
- ☐ Entre R\$ 1.000,00 e R\$ 2.999,99
- ☐ Entre R\$ 3.000,00 e R\$ 4.999,99
- ☐ Acima de R\$ 5.000,00

Na universidade você é: *

- ☐ Estudante
- ☐ Professor
- ☐ Técnico administrativo
- ☐ Terceirizado
- ☐ Não estou na universidade

Qual o seu nível de escolaridade? *

- ☐ 1º grau incompleto
- ☐ 1º grau completo
- ☐ 2º grau incompleto
- ☐ 2º grau completo
- ☐ Nível superior incompleto
- ☐ Nível superior completo
- ☐ Pós-graduação incompleta
- ☐ Pós-graduação completa
- ☐ Não possuo formação

[Voltar](#)

[Próxima](#)



Página 3 de 6 [Limpar formulário](#)

Editora e Livraria da UFS

Nesta seção, procura-se entender melhor sua interação com a Editora UFS e livraria.

Você conhece a Editora UFS? *

- ☐ Sim, procuro sempre saber sobre suas publicações
- ☐ Sim, tenho livros dela
- ☐ Sim, já ouvi falar
- ☐ Nunca ouvi falar

[Voltar](#)[Próxima](#)

 Página 4 de 6 [Limpar formulário](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Quais os serviços que você sabe que a Editora UFS oferece? (Aqui pode ser marcado mais de um item) *

- ☐ Publicação de livros impressos
- ☐ Publicação de livros digitais (ebooks)
- ☐ Venda de livros
- ☐ Outras publicações acadêmicas (catálogos, revistas, etc)
- ☐ Não conheço nenhum

Você já consumiu algum produto da Editora UFS? *

- ☐ Sim, frequentemente
- ☐ Sim, eventualmente
- ☐ Nunca consumi
- ☐ Não lembro

Você já visitou alguma das livrarias da Editora? *

- ☐ Sim, a física e a virtual
- ☐ Sim, a física
- ☐ Sim, a virtual
- ☐ Nunca visitei

Como conheceu a Livraria Virtual da Editora UFS? *

- ☐ No site da UFS
- ☐ Através de amigos
- ☐ Pela internet
- ☐ Nunca conheci

Você sabia que a Editora UFS disponibiliza seus livros de forma digital e gratuita para baixar? *

- ☐ Sim, inclusive tenho livros baixados
- ☐ Sim, já tentei baixar e não consegui
- ☐ Sim, mas nunca baixei
- ☐ Não sabia

Você já baixou um ou mais livros pela Livraria Virtual da Editora UFS? *

- ☐ Sim, frequentemente
- ☐ Sim, eventualmente
- ☐ Tentei e consegui, mas tive dificuldades
- ☐ Tentei e não consegui, pois tive dificuldades
- ☐ Nunca tentei

Se você sentiu alguma dificuldade, comente um pouco abaixo.

Sua resposta

Numa escala de 0 a 10, como você classifica sua experiência usando a Livraria Virtual da UFS?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Muito ruim ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Incrível

Pode falar um pouco mais sobre a resposta acima?

Sua resposta

Qual o seu interesse em acessar a Livraria Virtual da UFS? (Aqui pode ser marcado mais de um item) *

- ☐ Conhecer a livraria
- ☐ Baixar um livro
- ☐ Comprar um livro
- ☐ Navegar sem pretensões
- ☐ Não possuo interesse

Você consome materiais de leitura (livros, artigos, textos, etc) de outras editoras universitárias? *

- ☐ Sim, frequentemente
- ☐ Sim, eventualmente
- ☐ Não consumo

Quais as principais editoras universitárias que você consome?

Sua resposta

[Voltar](#)

[Próxima](#)



Página 5 de 6 [Limpar formulário](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

Tecnologia

Nesta última seção, procura-se entender melhor seu acesso aos meios digitais e tecnológicos.

Você costuma baixar arquivos de leitura (livros, artigos, textos, etc)? *

- ☐ Sim, frequentemente
- ☐ Sim, eventualmente
- ☐ Não costumo baixar

Em quais desses equipamentos você costuma baixar esses arquivos? (Aqui pode * ser marcado mais de um item)

- ☐ Computador (desktop ou notebook)
- ☐ Celular (smartphone)
- ☐ Tablet (iPad)
- ☐ Leitor digital (Kindle, Kobo, Lev, etc.)
- ☐ Nenhum deles (não costumo baixar)

Qual ou quais dessas redes sociais você mais usa? (Aqui pode ser marcado mais * de um item, e escreva em "Outros..." sua resposta caso ela não esteja listada abaixo)

☐ Facebook

☐ Instagram

☐ WhatsApp

☐ Twitter

☐ TikTok

☐ YouTube

☐ Outro: _____

Uma cópia das suas respostas será enviada para o endereço de e-mail fornecido

[Voltar](#)

[Enviar](#)

 Página 6 de 6

[Limpar formulário](#)

Nunca envie senhas pelo Formulários Google.

APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA

- 1) Você saberia dizer como o atual site da livraria virtual da editora foi construído? Existe alguém que faz a manutenção da plataforma, ou que fica responsável por isso?
- 2) Quais ferramentas estão presentes no dia a dia para fazer com que a livraria digital continue funcionando?
- 3) Na sua visão, quais os pontos de maior fraqueza, ou de melhoria, da editora e sua livraria?
- 4) Como está estruturado hoje em dia o corpo técnico/operacional da editora?
- 5) Existe algum profissional que você enxerga como necessário para editora, mas que hoje em dia não possuem?
- 6) Você já adquiriu algum livro pela livraria virtual da Editora? Se sim, como foi a experiência do processo de aquisição?
- 7) Ao final do processo de aquisição, são solicitadas algumas informações sobre o usuário (como *e-mail*, endereço, etc)... na sua visão, a coleta desses dados é relevante para editora? Se sim, exemplifique.
- 8) Esses dados coletados durante todo o processo são utilizados de alguma forma pela editora? Como métricas com relação ao seu público e seus interesses sobre suas publicações (quais tem sido mais baixadas, procuradas, etc), por exemplo.
- 9) Existe algum lugar em que ficam armazenados dados de tráfego do site da livraria? Quantos acessos teve, por exemplo.
- 10) Como se dá a relação da editora com seu público no processo de pré-aquisição (como vocês são vistos?), e no de pós-aquisição? Existe alguma preocupação em manter uma relação com seus usuários/público?
- 11) Informações de *e-mail* dos usuários que já baixaram algum exemplar da editora são armazenados e podem ser acessados?

APÊNDICE D – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Convidamos o (a) Sr (a) para participar da Pesquisa “**A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO DA LIVRARIA DIGITAL DA EDITORA UFS: um estudo interdisciplinar entre a arquitetura da informação e o design gráfico**”, sob a responsabilidade do pesquisador André Nunes de Azevedo e sob a orientação da pesquisadora Profa. Dra. Germana Gonçalves de Araújo, que tem como objetivo desenvolver uma plataforma digital que reúna os produtos da Editora UFS de uma forma mais intuitiva e enxuta para os usuários, a fim de promover uma melhor Gestão da Informação e a melhoria da experiência (UX) entre a Editora UFS e seu público. Após a assinatura desse termo, sua participação é voluntária e se dará por meio de uma fase individual de atividades, que compreende o preenchimento de um questionário, que não vai identificar individualmente seus dados. O questionário estará disponível na plataforma *Google Forms*, gratuita, a qual permite a análise posterior dos dados coletados tanto por Excel, como pelo uso de programas estatísticos. Após o questionário, pode haver o convite para participação em entrevista. Se você aceitar participar, estará contribuindo para que a disseminação das produções científicas da editora UFS ganhem maior visibilidade e cumpram o seu papel na comunicação da ciência, levando conhecimento científico a toda a comunidade. Se depois de consentir em sua participação o(a) Sr (a) desistir de continuar participando, tem o direito e a liberdade de retirar seu consentimento em qualquer fase da pesquisa, seja antes ou depois da coleta dos dados, independente do motivo e sem nenhum prejuízo a sua pessoa. O (a) Sr (a) não terá nenhuma despesa e também não receberá nenhuma remuneração. Os resultados da pesquisa serão analisados e publicados, e sua identidade será preservada (pois na apresentação dos resultados desse estudo não constará nenhum nome de participante, sendo, quando for o caso, apresentado pela nomenclatura “Participante A, Participante B”, e assim sucessivamente), mediante a anuência deste termo que está assinando voluntariamente. Para qualquer outra informação, o (a) Sr (a) poderá entrar em contato com o pesquisador pelo WhatsApp do telefone (79) 99992-6948, ou poderá entrar em contato com o Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Sergipe – PPGCI, pelo telefone (79) 3194-7550. Outras dúvidas poderão ser sanadas pelo Comitê de ética em Pesquisa Para Seres Humanos, localizado no Ambulatório do Hospital Universitário, Rua Claudio Batista, s/n, Bairro Sanatório, Aracaju/SE, ou pelo telefone (79) 3194-1805.

Atenção:

Todo experimento com seres humanos apresenta RISCO de constrangimento pela exposição à observação social, que escapam ao senso comum. O risco ao qual o(a) Sr(a) está submetido ao participar desse projeto pode ser relativo às questões de caráter emocional, além daqueles relacionados à estigmatização e à discriminação. Porém, nesse sentido, o pesquisador compromete-se em adotar medidas de caráter preventivo, o que garantirá a privacidade de seu nome, assegurando uma participação baseada na confidencialidade e na privacidade de suas respostas. A participação no estudo contribuirá para que o pesquisador possa desenvolver estratégias digitais de divulgação das produções científicas realizadas na Universidade por meio da Editora UFS. Tais pesquisas podem ser usadas pela população em geral e pela comunidade científica, apoiando o desenvolvimento e a disseminação da ciência, o que representa benefício direto que os participantes desse estudo podem ter por sua contribuição com esta pesquisa.

Consentimento:

Eu, (escreva seu nome completo), _____, fui informado(a) sobre o que o pesquisador quer fazer e porque precisa da minha colaboração, e entendi a explicação. Pude esclarecer todas as minhas dúvidas com o pesquisador e, por isso, eu concordo em participar do projeto, sabendo que não vou ser remunerado por isso e que posso sair quando quiser sem prejuízo.

Nome: _____

Data: _____

Assinatura do participante: _____

Nome: _____

Data: _____

Assinatura do pesquisador: _____

APÊNDICE E – TRANSCRIÇÃO DE ENTREVISTA COM A PROFA MAÍRA CARNEIRO

André

Boa noite a todos aqui presentes, meu nome é André, sou orientando da professora Germana no projeto de melhoria de fluxo do usuário da Livraria Digital da Editora UFS. Estamos agora entrevistando a professora Maíra, no dia 15 de julho de 2022, e temos algumas perguntas para fazermos a você, professora, a respeito dessa temática, tudo bem?

Maíra

Claro, vamos lá!

André

Eu queria que você pudesse começar falando um pouco sobre o seu envolvimento e atuação na Editora, se você puder nos dar um panorama de uma forma geral sobre suas atividades, acredito que seria um bom começo.

Maíra

Tá, primeiro é uma alegria que a gente tem ao trabalho, né? Acho que todas as pesquisas que vem para melhorar o nosso trabalho são muito importantes e muito bem vindas, a gente só consegue aprimorar nossos processos a partir disso, desse olhar atento de alguém que consegue se debruçar sobre aquilo, e propor melhorias a partir da análise e dos dados que foram coletados. Isso é muito importante para a gente, para darmos um passo importante. Hoje, sobre a atuação na Editora, a gente tem uma estrutura um pouco diferente do que tínhamos no passado, tendo uma coordenação dedicada a pensar na Editora há alguns anos. Isso não foi com a minha chegada, isso já havia sido alterado, então hoje a gente tem um acúmulo de função assim na coordenação da Editora com a diretoria de comunicação, que em breve vai virar superintendência de comunicação. Isso faz com que a gente não tenha uma dedicação tão grande especificamente na Editora, então hoje eu tenho um desdobramento das funções, cuidando um pouco da comunicação institucional dos demais setores que compõem a diretoria de comunicação, então a Rádio UFS, TV UFS, a comunicação institucional e também a Editora UFS. O que eu posso falar

do trabalho que tem sido feito? Acredito que tem dois movimentos: um deles é um pouco para tentar haver uma sustentabilidade da Editora, uma sustentabilidade até financeira. Temos procurado construir um projeto em parceria com a Fundação, para que possamos passar a comercializar as obras da Editora que hoje não são comercializadas, isso é por uma via. E pela outra via, um trabalho junto ao conselho editorial para aprimorar aquilo que a gente já oferece, então neste edital a gente mudou todo o instrumento de avaliação, a partir das críticas, sugestões, problemas que foram surgindo nas últimas avaliações, então a gente fez um compilado de tudo isso, reformulamos todinho os instrumentos de avaliação das obras que vão compor o próximo edital que está aberto ainda né, o edital deste ano. Fizemos também uma abertura para outros tipos de obras que a gente não contemplava obra literária, agora contempla, obra infantil agora contempla, então a gente fez algumas alterações olhando para como que a gente conseguiria acolher mais a diversidade de produtos que a gente tem no mercado, e na comunidade acadêmica como um todo.

Germana

Essa diversidade foi apontada já nesse edital, neste último edital?

Maíra

Já sim.

Germana

Ah mesmo? Que interessante!

Maíra

Sim... nesse que está aberto agora, que vai até semana que vem.

Germana

É, eu já submeti. Eu submeti no prazo anterior, que vocês ampliaram, né?

Maíra

Sim, sim, isso. Demos mais 15 dias.

André

Isso (a prorrogação) surgiu então a partir dos feedbacks que acabaram recebendo também?

Maíra

Isso. Essa reformulação toda do instrumento de avaliação que aí vem junto essas outras "categorias", vamos dizer, veio principalmente a partir dos questionamentos, recursos, contatos dos autores dos editais anteriores, principalmente dos últimos dois que eu estive acompanhando, e do histórico que os outros conselheiros também trouxeram desse tempo. Então quais foram os nossos problemas, os dilemas das avaliações e aí a gente foi tentando resolver esses problemas com esse novo instrumento, que é bem amplo. Também dos pareceristas externos, que nos traziam colocações, dúvidas e questionamentos sobre o instrumento anterior, para daí aprimorar para que a gente tenha obras com maior qualidade, não só qualidade do texto em si mas de relevância mesmo para a comunidade, então com assuntos com uma profundidade, uma abrangência um pouco maior assim também para a comunidade por meio do edital. Aí uma outra coisa que a gente também vem trabalhando também que a gente queria colocar esse ano, agora com essa questão orçamentária eu não sei como vai ficar, é um outro edital para obras impressas que sejam obras de interesse da Editora. "Como assim de interesse da Editora?", que sejam obras que possam levar um pouco o nome da Editora para exposições, feiras como um produto que tenha um diferencial assim, então a gente recebe muitas obras em um edital que são de capítulos, que são de coletâneas, que são importantes para os nossos programas de pós-graduação, mas que não são tão comercialmente interessantes para estes outros espaços que a gente quer dar uma visibilidade e ampliar o nome da Editora. Então a gente também tava com esse projeto que não sei se vai conseguir ser contemplado por causa da questão orçamentária neste ano, mas que eu acho que ele consegue ser viabilizado assim que a gente finalizar essa outra parte junto à Fundação e começar a receber o dinheiro tanto das vendas que a gente já recebe dos livros físicos quanto da possível venda dos livros digitais.

Germana

Maíra, deixa eu só te perguntar uma coisa: é que isso também interfere muito no que ele está projetando. Você falou inicialmente que existe essa perspectiva de fomentar ou de instalar algum projeto que faça a sustentabilidade econômica da editora, né?

Que projete isso de alguma forma. Existe essa possibilidade mesmo? Olha que interessante, tem como vocês conseguirem, e o dinheiro que entra não ir para o cofre da União?

Maíra

Sim, existe.

André

Porque já viram recursos para a própria editora.

Maíra

Isso, sim, sim.

Germana

Isso é o que é interessante, né?

Maíra

A gente vai copiar, porque quase nada a gente cria, a gente vai copiar o modelo da UFBA, que já funciona assim.

Germana

Eu acho que a EDUFBA é a editora universitária de maior respaldo que a gente tem hoje no Brasil, no Nordeste pelo menos.

Maíra

Então ele já tem um modelo sim com a fundação lá, a gente já passou com a Fapese aqui esse modelo.

Germana

Sim, a Paraíba já faz isso há um tempo, tem a fundação de Ampara Pesquisa para poder receber e repassar.

Maíra

E aí a gente pretende trabalhar assim, inclusive com máquina de cartão...

Germana

A própria livraria pode brincar com isso, né? Faça seu orçamento, publique com a gente, a própria livraria pode estar incentivando esse movimento.

Maíra

Inclusive com outros produtos, que a gente também buscou a inspiração no projeto da UFBA, que lá eles vendem cursos também a partir da editora. Então cursos de revisores, outros tipos de cursos que a gente pode oferecer.

Germana

Diagramação, de edição, pode fazer parceria com o curso do Design, eu ia achar ótimo.

Maíra

E aí receber esse recurso que se reverta para a gente mesmo, para a própria Editora.

Germana

Inclusive na manutenção de um site que é um template fora do complexo.

André

Isso impacta diretamente na verdade de um trabalho que eu estou tentando propor, porque o que você está me trazendo agora é que talvez a gente possa ter outros produtos da editora para serem oferecidos para o público.

Maíra

Isso, sim!

André

Então pensar na modelagem do site, por exemplo, vai ser mega importante levando talvez em consideração isso. Existe algum modelo que vocês estão pensando de produtos serem ofertados no longo prazo ou não?

Maíra

Sim, inclusive com a reformulação do próprio site. Agora, ontem, foi lançado um edital para uma licitação para reformular todo o nosso portal da universidade. Uma empresa externa que cria sites e faz gestão de sites, que a gente não sabe quem vai ser ainda, porque está aberto até dia 26 para as propostas das empresas, para reformular o site todo o portal da universidade. E aí entra nisso também a página da livraria. A gente não sabe ainda como vai ser, mas a ideia é que a gente possa reformular total.

André

Entendi, mas aí no caso ficaria também a cargo dessa empresa que seria...

Maíra

Eles vão reformular com base nas nossas demandas. Então a gente vai passar tudo o que a gente quer, como quer que seja, e eles vão fazer a parte técnica.

André

Então não interferiria, por exemplo, no que eu estou tentando propor como projeto aqui? Se for do interesse da Editora, nnno caso.

Maíra

Não, porque a gente vai passar tudo como a gente gostaria, de todas as páginas, de uma por uma. Então modelo dos departamentos, a gente quer que seja dessa forma, que claro vai ser uma construção com os departamentos, modelo para a parte administrativa das pró reitorias, a gente vai com cada público conversar.

Germana

É, porque tem uma coisa que eu discuto muito com Luís Américo, que o site da livraria, assim como uma possível instalação de redes sociais da editora, ela tem que

ter uma competência não só de uma comunicação interna, mas sim externa. Porque não adianta ter uma editora que só...

André

Se alimenta, né? E não alimenta a comunidade.

Germana

Sim, deste círculo tão estreito que somos. Tem que ver alguma coisa além dos muros, enfim. Então acho que isso é uma coisa interessante para o seu trabalho, porque não vai ficar amarrado exatamente nessa modulação UFS, né? Porque existe uma modulação UFS.

Maíra

A gente tem o entendimento também que algumas páginas têm características muito específicas e uma delas é a da livraria. E a gente já tem um pouco ciência disso que eu acho que vai ser uma das últimas a entrar nas mudanças. A gente vai começar pelas páginas principais do portal, que são mais simples também de serem trabalhadas, e depois vamos expandindo para a complexidade que são os departamentos, esse mundo de informações e vamos indo. E a livraria provavelmente vai ser uma das últimas a entrar na mudança.

André

Não, tranquilo. Sem problemas.

Germana

E você acha que é possível que o André proponha pode ser absorvido?

Maíra

Sim, sim! Muito.

Germana

Olha, que legal.

André

Sim. Inclusive, eu acho que seria interessante até ouvir mais dessas possibilidades do que vocês têm em mente com relação à editora. Por exemplo, vai ser ofertado talvez outros produtos? Não necessariamente agora, mas depois se podermos manter o contato, passar os produtos que estão sendo pensando em oferecer.

Maíra

A gente tem em mente, dentro desse projeto que também é uma inspiração na UFBA, em outras universidades também, principalmente do exterior, a venda na livraria, tanto na física quanto na digital, de produtos com a marca da universidade também. E aí pensar isso junto com os cursos, desde camisetas...

Germana

A editora da UnB sempre fez isso, né? Sempre fez isso.

Maíra

É, a gente quer investir nisso também.

Germana

Muito legal a da UnB.

Maíra

A gente tem a expectativa de mudar a livraria da loja onde ela é para onde era a Escariz antes, então já existe um processo aberto nisso, só questão burocrática mesmo. A gente fez um desenho do layout de novo para a parte externa ali mesmo, para adesivar ela à loja e pensar numa reestrutura de um espaço que seja adequado tanto para venda desses produtos diversos, dos livros, e para o lançamento de livros também.

André

Ótimo! Estou aqui para poder tentar contribuir com isso, inclusive. Uma pergunta só que me surgiu também, mas não estava no roteiro. Você comentou sobre feedbacks que vocês acabaram recebendo de autores ou pessoas que participaram dos editais. Eu queria entender como é o entendimento da editora com o público. Se existe, por

exemplo, o entendimento de feedbacks do que o público está procurando sobre assuntos, temáticas para suas publicações, etc. Ou monitoramento da própria editora sobre isso?

Maíra

Então, isso é um ponto que a gente tem muito a melhorar ainda. Como a gente só recebe as propostas, a gente tem essa ideia de publicar algo específico da editora, de interesse da editora, mas a gente não fez isso ainda antes. Ou a gente só recebe as propostas, e aí as propostas vêm e elas são classificadas de acordo com a avaliação dos pareceristas, das obras. Então, a gente não tem um... Ah, esses temas são interessantes para a gente investir nisso, a gente não tem.

André

Entendi.

Maíra

A gente segue a classificação dos pareceristas e da aprovação das obras pelo conselho. Mas a gente pretende fazer esse outro edital para algumas áreas específicas. Que a gente tem interesse.

André

Entendi. Essas áreas, inclusive, que podem ser até observadas na livraria, elas são moldadas e aí são encaixadas os livros que, por exemplo, são mandados no edital? Ou os pareceristas é que acabam sugerindo uma área, por exemplo? Eu queria entender a segmentação, no caso, que existe no site. Tipo, administração, design, enfim.

Germana

O que a gente acha interessante é que a categorização das áreas na livraria não tem nada a ver com como a própria UFS categoriza. Então, assim, não sei quem fez, eu não estava na editora na época. Eu sei que você também não estava, que isso foi um feito da Messiluce. Mas é só tentar entender se isso serve da maneira como está, se vocês entendem isso, se isso serve da maneira como está, ou se a gente vai ter que reorganizar isso.

André

E se é mutável também, no caso, porque se for algo já segmentado e tem que seguir daquela forma, ok, também.

Maíra

Não, não é. E no edital não tem isso, não tem categorias claras. Então é o que foi criado e que ficou. Mas que não tem uma avaliação também sobre isso.

André

Entendi. Não, tranquilo, porque também quando eu cheguei a olhar o da EDUFBA, e lá pelas categorias que eles têm, eu não sei como é que eles fazem exatamente, mas existe categoria que só tem um livro. Aí, muito provavelmente, ou eles autos sugeriram, ou é alguma categoria que foi criada. E aí foi sugerido e está ali, mas não acaba deixando organizado, sabe? Porque existem mil e uma categorias no final das contas, enfim. Eu queria entender nesse contexto como é que é a Editora UFS funciona.

Maíra

É, isso foi criado e ficou lá o que foi criado.

André

Entendi.

Germana

E assim, vocês enquanto grupo nunca fizeram avaliação daquilo? Acho que o Gabriel fez uma avaliação, mas no particular dele.

Maíra

É, a gente não chegou enquanto conselho, enquanto grupo.

Germana

Tá, entendi. Muito bom isso.

André

Você já comentou alguns, mas quais os pontos de fraqueza, né? Que talvez você enxergue tanto da editora ou da livraria, no caso em si. E se você pode exemplificar, como é que pode ser um ponto de fraqueza ou de melhoria.

Maíra

Ah, eu acho que o nosso principal problema hoje é não conseguir comercializar e ter retorno desse recurso. Porque isso nos deixa muito amarrado em muitas questões. Até mesmo uma coisa simples, como participar de feiras, de eventos, de associações, a gente não consegue se inserir porque a gente não tem dinheiro. Então esse é o principal problema e não é só da editora. Aí o mesmo problema que passa a Rádio (UFS), que passa a TV (UFS), e que a gente vai pensar solução conjunta pra todos.

André

Entendi.

Maíra

Aí superado esse primeiro problema, a gente consegue entrar em outras questões. A gente recebe muita reclamação da comunidade como um todo do porquê que a gente não aceita publicar obras digitais sem ser pelo edital. Acabou o edital. "Ah, eu quero submeter, agora só o ano que vem. Por quê? Por que não pode ser agora? E se eu mandar fazer fora? Por que não pode botar só o selo da editora?". Então as pessoas têm uma demanda que a gente não consegue atender porque o nosso corpo é pequeno. E é pequeno porque a gente não gera recursos, sai tudo da universidade e a universidade tem um recurso limitado, que não tem como aumentar mais. Então se a gente conseguisse ter essa receita e até mesmo pensar em possibilidade dos autores bancarem parte disso, a gente poderia aumentar bastante a quantidade de pessoas trabalhando com a gente. E aí a gente fazer girar um fluxo melhor, assim, mais dinâmico. Outra coisa que as pessoas reclamam é por que a obra impressa não pode ser digital. Então eu acho que são as reclamações rotineiras essas aí. Por que não pode publicar digital sem ser pelo edital? Por que não pode...

Germana

Uma coisa virar outra coisa, né?

Maíra

É. E é simplesmente por limitação de pessoas. E no momento que a gente consegue ter recurso, a gente consegue aumentar o quadro de pessoas, e aí a gente resolve esses problemas. Então tudo muito atrelado ainda a isso.

Germana

A gente fez uma pesquisa agora para o livro que a gente submeteu, que fala sobre o livro digital, com os autores. Então eu fiz uma amostragem de todos os editais, menos o último. Não que está agora aberto, mas o que ainda não terminou todas as obras, eu estava com medo de pegar um autor meio chateado. Então assim, é uma reclamação que é constante, que foi bastante repetida entre eles, não é exatamente a venda, mas é a publicidade. Então eles reclamam que as pessoas não conseguem chegar ao livro, porque não sabem que existe. Então acho que isso é uma coisa também que é importante entender, que a livraria não é um organismo que vive sem todo um sistema no entorno que faça com que a sociedade perceba a existência dela, a proposta dela.

Maíra

A gente, ano passado com o podcast (Sinopse) a ideia já foi dar uma visibilidade para as obras.

Germana

É ótimo, maravilhoso.

Maíra

A gente conseguiu manter o fluxo durante um período e depois ele acabou ficando suspenso e agora vai voltar de novo. Porque não era só o podcast, era o podcast que vinha trilhado com a matéria no site e o produto na rádio, então uma coisa integrada, já nessa intenção de dar essa visibilidade. Semana passada, conversei com a Selma da Biblioteca para a gente integrar no sistema da biblioteca também as obras que estão no site da livraria.

Germana

Um repositório, né?

Maíra

Isso. Então a gente está nesse movimento também, de colocar lá.

Germana

Era ótimo, né?

Maíra

E que também dá uma visibilidade, né? Aí outra questão ainda sobre essa visibilidade das obras, o que acontece... A gente, por ser uma equipe muito pequena, às vezes a gente acaba demorando muito para entregar essas obras. E quando a gente entrega, os autores já estão ou chateados com aquilo, ou já com outros projetos, ou com outras coisas, a gente não consegue fazer algo num prazo ainda viável de ter uma comemoração daquilo, um lançamento. E é isso que a gente quer estimular um pouco com essa loja física, que a gente possa também pensar em lançamentos dos produtos, né? E claro, tentando dar uma agilidade maior. Não só em todos, né? A gente tem obras que vão muito rápidas, que ficam produtos muito rápidas. Mas aí passa por outros problemas também. Então, ano passado, nós tivemos muitas reclamações de obras que quase todas ficaram com alunos. A gente já percebeu que não funciona um aluno ficar responsável por uma obra.

Germana

Um estagiário, você quer dizer?

Maíra

É, não tem como.

Germana

A não ser que o coordenador técnico chegue junto. Eu chego junto! Eu reviso todas as obras, né? Capa, trabalho capa, reviso obra.

André

Ah, para poder trabalhar em diagramação, né?

Germana

É, não tem como. Por mais que a editora, durante muito tempo, a gente fez um movimento em que eles se ajudassem, né? Isso era uma coisa que eu sempre fiz questão, né? Que os mais novos tivessem o apoio dos mais velhos, né? Mas mesmo assim, tem que ter uma coordenação técnica que chegue junto. Não tem jeito.

Maíra

É, a Excelente não tem mais. O estagiário não está fazendo mais obra, porque a gente teve muitos problemas de entrega, né? A gente chega num processo desgastante no final do ano, com obras atrasadas e tudo. Mas acho que os problemas são mais ou menos esses.

André

Não, tranquilo.

Germana

Maíra, olha aí uma coisa que para te deixar mais tranquila também, né? Eu digo assim, o curso de Design, você sabe, só tem eu e a Américo, então é uma luta constante. Mas a gente fez concurso agora, entrou duas professoras. E duas professores designers que também vão poder atuar com coordenadoras gráficas, de revisar graficamente a obra.

Maíra

Ah, que legal. Sabe o que a gente está precisando agora? Olha, eu já falando de outro assunto no meio da entrevista. Quando a gente migrar para a superintendência de comunicação, um dos setores que a gente vai criar é de publicidade institucional e marketing, para colocar dentro essa parte toda de criação visual, né? E a gente não tem ninguém para coordenar, precisa de um servidor ainda para coordenar. De repente, pode ser uma boa de chamar alguém que está chegando agora. Porque hoje a gente tem basicamente o CH que estava aqui agora há pouco, está

coordenando essa equipe, mas ele é terceirizando. Eu não posso botar ele no Siorg para coordenar uma equipe.

Germana

Não, e se bate uma crise terceirizada, e os meninos tem que sair, vocês ficam de mão atada.

Maíra

A gente precisa de alguém para chefiar esse outro braço da comunicação.

Germana

Vão chegar duas bem interessantes.

Maíra

Legal, precisamos. Precisamos, tá? Logo, muito logo.

Germana

Mas eu concordo com você que com estagiário não dá para deixar a obra.

Maíra

É, tivemos bastante problema com isso.

Germana

Imagino.

André

Eu fiquei atento com uma coisa que você comentou sobre a vontade, no caso de, por exemplo, conseguir fazer girar pelo menos um capital dentro da editora para poder fazer o que ela se alimente. Eu queria entender o impacto disso, também nas perguntas, o impacto disso nas obras on-line, que hoje em dia são disponibilizadas gratuitamente on-line, etc. Haveria algum impacto, por exemplo, no desenvolvimento de obras on-line, digitais e gratuitas, por exemplo?

Maíra

Não, a gente não pensou ainda numa política exatamente como que vai acontecer isso, mas a ideia é que a gente possa vender também as digitais, mas não necessariamente todas. Não chegamos a discutir detalhes disso. A ideia é que a gente possa vender as digitais também. É uma reclamação até dos autores mesmo, que eles acham que tem que ser assim, nem que seja um valor baixo, mas que tem que ter alguma contrapartida, assim, até como valorização do trabalho, da pesquisa, né? De tudo.

André

Mas eles entendem que esse valor deveria ir para eles, ou para a editora em si mesmo?

Maíra

É, a gente tem de tudo. Temos de tudo.

Germana

Essa pergunta é importante...

André

Sabe? Não, é porque assim, deveria ter um valor mínimo, mas o valor pede para você, entendeu?

Maíra

É, a gente tem de tudo.

Germana

Eu acho que tem uma coisa que eu acho interessante, assim, que 80% das obras que estão na editora são produzidas aqui dentro mesmo, assim. Né? Então, esse autor tem que entender que existe um subsídio da própria universidade para que aquela pesquisa seja feita, né? Eu acho justo ter um custo, né? Por mais baixo que seja, não seja igual ao custo de um livro. Mas eu não sei se deveria ir para o autor exatamente, né?

Maíra

Eu acho que deveria estar dando porcentagem, assim como as editoras, né? No fim das contas a gente não recebe quase nada.

André

Exato.

Maíra

Porque a gente publica fora, e a gente sabe como não recebe.

Germana

É, não recebe quase nada.

Maíra

É, mas acho que é bom ter alguma coisa assim, até dar uma prestação de contas, né? De um custo de venda.

André

Só para entender assim, tipo, obviamente, talvez não dê para entender no curto prazo, né? Mas no longo prazo, como é que funcionaria essa lógica, né? De publicação. No livro digital hoje em dia, que é gratuito, mas aparentemente com essa mudança vai acabar impactando de alguma forma. Então, talvez o fluxo não seja mais dentro do site de só baixar, por exemplo, como a gente estava pensando, mas também de venda.

Maíra

Sim, de venda.

André

Então, enfim, acaba impactando também a obra digital. Mas só para poder entender mesmo.

Maíra

Sim, mas a ideia é justamente essa, que a gente possa ter vendas no site.

Germana

A gente pensou, em uma das conversas que a gente teve, que dentro desses braços da livraria, a possibilidade de um aplicativo poderia ser interessante. Mas a gente não sabe exatamente como é que vocês pensam sobre isso, né? Um aplicativo da livraria, né? Enfim, não sei. Que pudesse ir para o podcast, ir para um, sei lá, um YouTube com entrevistas de autores, né? Enfim, não sei.

Maíra

É, a gente nunca chegou a pensar na possibilidade de aplicativo.

André

Ainda está bem incipiente, na verdade, né? Está bem primária, na verdade. O pensamento ainda não está estruturado, né?

Maíra

Por isso que o nosso primeiro passo é a parte legal disso, né? Do próprio projeto com a fundação, conta bancária, essas coisas mais burocráticas. Para, se a gente tiver liberado isso, a gente consegue pensar a dinâmica de trabalho mesmo. Não tem verba ainda.

André

Sim, sim. A gente tem que pensar em todas as possibilidades, pelo menos.

Germana

É, eu estava na editora nessa migração do livro impresso para o livro digital, né? Foi abrupto, né? Não foi assim, vamos fazer impresso e ir pro digital. Não, é não tem dinheiro, vamos para o digital, né? Ainda bem que conseguimos ir para o digital, mas foi interessante que, pelo menos, os dois primeiros editais parecia que a gente não estava fazendo nada. Porque a gente tinha todo um hábito de lançar com os autores aqui na Reitoria, tinha todo um evento, né? Que era muito interessante e que dava uma visibilidade interessante para a editora, né? E aí quando a gente começou a produzir os digitais, como foi abrupto, nem a equipe sabia exatamente como fazer

um livro digital. Então, terminava produzindo o livro como se fosse para o impresso, né? Só se tornava um PDF. Depois de muito tempo é que isso foi, e nem sei se estamos no melhor modelo agora.

Maíra

Então, neste edital a gente colocou inclusive o conceito do que é um livro digital, a intenção de interatividade, de outras coisas. A gente parou para pensar isso e mudar isso no manual também, porque a gente realmente estava publicando um PDF de um livro impresso como um livro digital.

Germana

Exatamente.

Maíra

E aí agora a gente fez essas alterações, neste edital agora que está aberto.

Germana

É, eu vi. Interessante.

André

Entendi. Você comentou um pouquinho sobre o corpo que atua hoje em dia na editora, para poder fazer com que ela funcione. Como é que ele está estruturado hoje em dia, os profissionais, né, que estão envolvidos, quais as suas áreas de formação ou as áreas que estão atuando hoje em dia?

Maíra

Ótimo, isso é uma questão legal também, porque a gente mudou agora com esse último contrato que começou em dezembro do ano passado, a gente conseguiu colocar alguns outros profissionais. Tinha somente os designers que trabalhavam com a diagramação dos livros e criação das capas, e agora a gente tem revisoras de textos também, que trouxeram um ganho muito grande. Foi uma resistência, até mesmo dentro da editora, de trazerem as profissionais, porque o grupo entendia que elas não dariam conta de revisar tudo. E realmente duas pessoas não dão conta de fazer a revisão ideal, mas a gente tem hoje uma qualidade bem melhor já das obras.

E enquanto editora, eu entendo que é uma prioridade, a gente não pode publicar acreditando que está tudo certo no livro porque é o nome da editora. Então elas revisam, são duas, uma revise e passa para outra que revise a mesma obra e para depois seguir em frente. E hoje reclamam assim, "ah porque a gente está atrasando um pouco as obras por causa da revisão", mas a gente está saindo com uma qualidade de obra. Então isso a gente teve um avanço agora.

Germana

E os autores estão aceitando isso?

Maíra

Eu acho que... Olha, não tivemos nenhuma reclamação até agora.

Germana

Quer dizer eles deviam ter... Isso é um trabalho que eles deviam entregar um texto revisado, né?

Maíra

É, mas a gente continua com a exigência que o texto chegue revisado, mas mesmo assim chega com coisas absurdas.

Germana

Porque não chega revisado. Isso é que acontece, o acadêmico acha que ele consegue revisar.

Maíra

Chega com coisas absurdas e elas estão fazendo um trabalho minucioso muito legal assim.

Germana

A Juliana eu conheci, já trabalhei com a Juliana.

André

Levando isso em consideração também, inclusive, existe algum profissional... Entraram essas duas, né? Por exemplo, hoje para poder compor o corpo.

Maíra

A gente tem duas profissionais e uma aluna que está com bolsa acompanhando elas.

André

Entendi. E tem algum outro profissional que você enxerga que... Vamos botar no mundo ideal, né? Assim, a editora tem verba, vamos dizer, e vamos contratar pessoas. Quais profissionais você enxerga que seriam necessários para poder estar na editora hoje em dia, para poder fazer ela rodar? Para que suportariam alguma atividade que não é feita hoje em dia?

Maíra

Tá, legal. No momento que a gente passa para o circuito comercial, a gente muda um pouco... Não comercial como outra editora comercial mesmo, mas como outras universitárias que já vendem. A gente precisa pensar em outras coisas, como, por exemplo, o próprio marketing da editora. De pensar a editora enquanto divulgação disso, de pensar comercialmente quanto à inserção no mercado, parcerias, presença em eventos, em associações. Então a gente levanta um outro perfil. Inclusive um outro perfil que pense a loja, né? A organização da loja, organização de estoque. Que a gente tenha alguns profissionais hoje administrativos que trabalham com a gente, que podem ser capacitados para isso, mas que hoje não atendem essa demanda com essa visão de comercial.

André

Que é muita divisão, né? Na verdade, várias tarefas para uma pessoa só, no caso, para poder dar conta.

Germana

É, acho que a parte da livraria, desse sistema, precisava de um profissional específico, certamente.

André

Agora uma pergunta que é chave para o desenvolvimento do projeto, pelo menos para mim. Você saberia dizer como o atual site da livraria virtual foi desenvolvido? Existe alguém que faz a manutenção deles gerenciando a plataforma? Que fica responsável por isso, enfim?

Maíra

Tá, sei um pouco, mas não sou a pessoa mais indicada para falar do desenvolvimento, porque eu não acompanhei.

André

Tudo bem.

Maíra

Eu sei que ele foi desenvolvido com base no Wordpress, e aí ele tem algumas limitações, porque eu não sei qual foi a negociação na época que aconteceu, mas a gente não paga esse Wordpress. Então a gente não tem as atualizações de loja virtual do Wordpress de hoje. E naquele momento foi que teve alguma negociação que eu não sei.

Germana

A Messiluce não paga? Eu acho que ela paga.

Maíra

Olha, da última consulta que eu fiz para a STI, que na verdade a STI tem o acesso de administração dele. Mas eles disseram que não.

Germana

Eu achei que ela tinha comprado um template.

Maíra

Pode ser que o template tenha sido comprado naquela época e pronto, comprou uma vez e ficou.

Germana

Entendi.

Maíra

Mas a manutenção, porque hoje a estrutura de loja virtual é muito diferente dessa que a gente tem. Eu digo porque eu tinha uma livraria até pouco tempo atrás e eu sei como que a gente montou o site, e não é essa estrutura. E aí a gente já tentou saber mais detalhes e nem a STI não tem esses detalhes, nem a gente tem. Então hoje se faz o básico no site. Então ano passado aconteceu de hackearem uma página lá, e a gente conseguiu entrar naquela página para excluir. Mas a gente não consegue mudar muita coisa ali. Ficou engessado no que foi criado no passado.

André

Entendi.

Maíra

A gente não consegue muita coisa para além daquilo.

André

Então no caso, para o desenvolvimento do projeto, tu acredita que o mais recomendado seria realmente pensar o site de um zero sem considerar inclusive, por exemplo, o Wordpress, já que vai haver essa reformulação no futuro de todas as plataformas da UFS?

Maíra

Sim, eu acho que a gente tem que entrar no sistema de retaguarda que vai ser de todo o portal dessa nova empresa. Porque as lojas virtuais hoje estão muito avançadas. E aí a gente consegue ter recursos que a gente não tem.

Germana

Tem alguma coisa aí que tu queres preservar, ou não?

Maíra

Não... Não posso falar por todo mundo.

André

Pode ser sincera.

Germana

Tem alguém que queira preservar?

André

Aqui ninguém quer, mas tudo bem.

Germana

Esse último livro que eu lancei, que foi com a professora da Unicamp, lá da Pós de Design, e a gente divulgou para o Brasil todo, então, tivemos vários feedbacks de pessoas que conseguiram baixar, mas uma grande quantidade de pessoas que não conseguem baixar. Porque faz todo um preenchimento de dados e a impressão que as pessoas têm é que vão receber o livro por *e-mail*, porque eles não conseguem enxergar a palavra "baixar".

André

Embaixo do nome do livro, com o nome do livro do lado.

Maíra

É, é péssimo.

Germana

Num contraste péssimo, né?

Maíra

É péssimo.

André

Ah, ok. Então, seria uma construção mais do zero da plataforma do site, ok. Isso deixa mais livre, mas ao mesmo tempo, tipo, como vamos fazer isso? Mas é legal porque a gente pode ter uma construção muito mais fluida, pelo menos, com relação à plataforma em si.

Germana

Mais coerente com o que tem hoje.

André

Exato. Ou as demandas que podem vir no futuro, como a própria Maíra está levantando agora, de produtos novos.

Maíra

É, outra coisa que é importante é que a gente consiga pensar um estoque integrado com a loja virtual. Um estoque que integre loja física e loja virtual.

André

Tu fala de a pessoa comprar e saber quanto tem de estoque, por exemplo?

Maíra

Não a pessoa saber, mas que a gente dê baixa. Que dê baixa no estoque, principalmente pensando nos livros físicos, né? Porque hoje, não tem ligação nenhuma.

André

É, porque assim, geralmente quando se trata de site, eu nem acabei falando, mas eu atuo hoje em dia como designer, product designer, que acaba fazendo site, aplicativo, etc, e eu trabalho diretamente com o pessoal de desenvolvimento. Então geralmente existe uma parte administrativa pra poder ficar alimentando o site, ou alterando coisas dentro dele, no caso, como por exemplo, a quantidade de livros que estão em estoque, sabe?

Maíra

Então, a gente na livraria, a gente tinha um sistema que a gente pagava pelo sistema, e é um sistema que... É um sistema de livrarias mesmo, né? Que é a...

Germana

A Saraiva tem, né?

Maíra

É o mesmo sistema deles. E a gente já tinha esse sistema integrado na loja virtual. Aí a gente dava baixa no sistema, tanto na loja quanto na virtual, e já caía automático. Não é uma pessoa que fazia isso, não.

André

Entendi. Mas é do interesse, por exemplo, da editora assim, no melhor dos mundos, conseguir esse sistema pra poder fazer essa integração?

Maíra

Sim, sim.

André

Porque já não precisaria ser pensado, por exemplo, uma parte administrativa, já que haveria essa ferramenta, entendeu?

Maíra

Exatamente.

André

Então a preocupação seria mais focada na livraria digital, entendeu? É só pra poder entender esse contexto.

Maíra

Sim. Se você trabalha numa empresa de desenvolvimento de site, o pregão tá aberto para propostas até dia 26, aceitando as propostas lá no site.

André

Não, eu conheço vários, inclusive, se você quiser depois eu posso até comentar, fazer uma listinha dos que eu conheço.

Maíra

Aham, aqui tá aberto o pregão.

André

E aí eu posso passar pra poder divulgar, né? Porque talvez eles aceitem. Enfim, aí pode funcionar. Voltando só um pouquinho, eu queria poder... Eu sei que talvez seja uma pergunta meio retrógrada, mas você já adquiriu algum livro usando a plataforma virtual da Editora UFS?

Maíra

De baixar o livro? Sim. Do nosso? Sim, sim.

André

Como é que foi essa experiência?

Maíra

É que a minha experiência não pode ser levada em consideração, porque eu estava com o tutorial e avaliando como que tava a situação perante as reclamações.

André

Ok.

Maíra

E aí foi nisso que a gente começou a tentar pensar um vídeo e desenvolver outras coisas com a equipe, né? Mas eu sei de todos os problemas, porque a gente recebe

essa reclamação todos os dias. "Não consigo baixar o livro. Preenchi o cadastro e não consigo".

Germana

"Não recebi o livro". Eu recebo isso. "Eu preenchi tudo direitinho", mas você não vai receber o livro, né? Baixar o livro. É muito duro.

André

Mas assim, eu sei que você tava com um tutorial do seu lado, mas ao mesmo tempo, enquanto você tava experimentando aquela experiência, como é que foi pra você ver aquilo funcionando?

Maíra

É ruim, né? Porque a gente não espera por aquela burocracia toda.

André

Sim. Inclusive, talvez se tratando de um livro digital em si.

Germana

Gratuito, né?

André

Gratuito.

Maíra

Não estamos acostumados. É, estamos acostumados com esse tipo de coisa em outras livrarias, e a gente precisa seguir o mercado.

André

Sim, sim.

Germana

Mas tem sistemas muito fáceis hoje. Tem umas alunas que tem uma empresa de cadernos, etc, chama "Mãos de Fada".

Maíra

Sim, meus alunos fizeram um plano de comunicação pra elas.

Germana

Então, o sistema é facílimo de comprar ali. Você não precisa fazer cadastro, você não precisa fazer nada muito... Facílimo.

André

Ao final do processo de aquisição do site que ele sugere, são perguntadas algumas informações, como todo mundo bem já sabe aqui, de logradouro, *e-mail*, etc. Na sua visão, essas informações são importantes pra editora e de que forma?

Maíra

Não. Hoje esses dados não são tratados pra nada. Então, a gente poderia pensar comercialmente nisso, utilizar esses dados pra parte mais de marketing mesmo, mas hoje não são utilizados pra nada.

André

Ok, tudo bem. Mas assim, você enxerga um potencial nessas informações que são utilizadas hoje em dia? Elas são inclusive colocadas em algum repertório, em algum lugar? Armazenadas? Não são?

Maíra

Não são.

André

Ok. Mas aí seria a mesma pergunta, porque perguntar?

Maíra

É que foi feito no passado, ficou daquele jeito.

André

Nossa senhora, gente. Tá, ok.

Germana

Você não vai mandar o endereço pra residência? Por que você precisa saber a residência da criatura?

Maíra

É que eu imagino que no passado foi feito isso pensando nos livros físicos, né? Que seria enviado. Que nunca foi também.

André

Não, mas é curioso, né? Tipo assim, se perguntar do endereço pensando, por exemplo, num livro físico, então como é que iria fazer esse dado não ficar armazenado?

Maíra

Não, ele deve ficar armazenado, mas hoje a gente não tem acesso a esses dados. Em algum momento isso foi pensado de alguma forma, que hoje a gente não tem acesso.

Germana

Eu acho que uma grande referência que eu acho que funciona muito interessante para o acesso de livros digitais gratuitos é o portal do Open Access, da Blush.

André

Sim!

Germana

Acho que ali é uma grande referência.

André

Foi uma das que você me passou, não foi?

Germana

Foi. Inclusive os livros, os orgs, você consegue acessar os textos individualmente. Você pode baixar o livro todo sem passar por nenhum processo de cadastro, né? Ou você baixa individualmente os artigos.

André

É isso que eu ia comentar. Ele separa por capítulos e tal.

Germana

É, isso interfere na forma de produção, né? Já produzi vários. A gente produz no sistema que o próprio software diz, que é de e-book separadamente, e junta, faz um PDF junto, ou você gera PDFs individuais.

André

Aí a pessoa baixa o capítulo específico que está querendo ler.

Germana

Que você quer ler, ou você baixa o capítulo.

André

Essa é realmente interessante. Eu não sei até que ponto seria, por exemplo, eu vou falar "doloroso" por falta de palavra melhor, mas doloroso no processo de criação do pessoal também.

Maíra

Sim, de criar tudo separado, né?

André

Exato. Tem que gerar vários arquivos para poder armazenar.

Germana

Não! O InDesign tem um sistema que faz isso.

André

Então está tudo bem.

Germana

Já fiz vários nesse sistema.

André

Ok. A próxima pergunta era justamente sobre isso, esses dados coletados durante todo o processo são utilizados de alguma forma, né? Como métrica, talvez, de relação com o público e seus interesses de publicação, quais os mais baixados, procurados, por exemplo. Não existe nada que vocês consigam monitorar.

Maíra

Não, a gente tem a métrica de quais os mais baixados. Mas hoje não tem nenhum tratamento para esses dados. Mas a gente, no final do ano passado, a gente chegou a olhar para isso.

Germana

É legal a publicidade disso, né? Olha, livro x.

André

Exato.

Germana

O Luís Américo disse que o primeiro podcast que ele fez que foi comigo foi o mais escutado. Então acho que é importante que a editora tome posse disso como alguma coisa importante e que possa estimular a comunidade.

André

Exato. Por isso que eu acabei colocando como métrica, né? Porque métrica hoje em dia são literalmente dados que são utilizados com o objetivo de alcançar alguma melhoria, enfim, de aprimoramento do site, da plataforma ou da instituição em si.

Germana

Eles são dados, mas não são métricas.

André

Exato. Então, mas talvez fosse interessante para a editora em si utilizar, no longo prazo como métrica, mais baixados ou por *e-mails* das pessoas e por aí vai, para inclusive entender o seu público, o que ele está procurando.

Germana

Uma coisa interessante, Maíra, que a gente conseguiu na pesquisa, é entender que a maioria dos autores são mulheres.

Maíra

Ah, legal.

Germana

No do edital de 2017, 2018, 2019, 2020, a maioria são mulheres. Não sei se mulheres brancas ou etc, mas são mulheres. Então, acho que isso já é uma coisa interessante de você publicitar, né? De incentivar a comunidade feminina.

Germana

Eu vou deixar você daqui a pouco, vou dar aula.

André

Não, tranquilo, meu bem. Já está inclusive quase acabando, faltam umas cinco perguntinhas.

Germana

Ai meu deus do céu.

Maíra

Pensei que faltava só uma.

André

É porque a gente já tava conversando no início.

Germana

É tão rápido.

André

Meu Deus, eu esqueci o que eu ia perguntar agora, mas tudo bem.

Germana

Olha o roteiro.

André

Então, vou olhar o roteiro mesmo. Com relação ao acesso, por exemplo, vocês têm algum repertório com relação aos *e-mails* que são coletados da editora? Não? Isso poderia ser utilizado, inclusive?

Maíra

Eu não vou saber responder.

André

Tá.

Maíra

Isso. Talvez o Gabriel saiba responder melhor que eu.

André

Tá. Porque isso talvez até ajudasse até na minha própria pesquisa, porque assim, eu estou fazendo uma coleta de dados também com relação à experiência que as pessoas têm com relação à plataforma, não sei se você chegou a ver.

Maíra

Sim, sim.

André

Mas eu estou tendo um pouco o retorno, então talvez usando os *e-mails* do pessoal que já baixou o livro, talvez até ajudasse também na coleta de dados. Ou talvez fazendo parceria com a editora, não sei se teria como divulgar de alguma forma.

Germana

Talvez de uma pessoa que baixa mais de um livro, que é frequente essa relação.

André

Exato.

Maíra

Tem. Sim, eu até me comprometi com a Martha de a gente fazer essa divulgação, porque eu estava de férias, eu voltei essa semana. Aí voltei tendo que dar conta de todo o período que fiquei fora, e a gente não conseguiu encaminhar, mas vamos divulgar também para apoiar, para você conseguir também mais pessoas.

André

Sim, sim, tranquilo. A editora adota algum recurso de preservação digital, backup para o seu conteúdo? Você comentou inclusive de, teve uma situação com hacker, né?

Maíra

Então essa parte mais de retaguarda do site, eu não sei quase nada, porque eu sei, foi muito dessa experiência que a gente tentou descobrir alguma coisa, mas assim, como foi feito há muito tempo, as pessoas já rodaram, hoje não tem ninguém que

cuide daquele site exatamente no STI, a gente não tem acesso a ele, a parte de programação dele, a gente não tem acesso a ele, e é com o STI. Ao mesmo tempo no STI eles não sabem como aquilo foi feito, foi a gente que disse que aquilo era um Wordpress, eles não sabiam como que tinha sido criado, não sabiam nada quando a gente foi atrás.

André

Sim.

Maíra

E aí descobriram que era um ouro de prece, mas que ninguém dava suporte ali, então a gente não tem uma coisa muito clara quanto a isso.

André

Como é que inclusive então o site fica se atualizando com as obras mais recentemente lançadas?

Maíra

Gabriel coloca lá, mas ele não tem acesso à retaguarda do site, ele não conseguia excluir essa página que colocaram uma publicação lá, a gente teve que ir para o STI.

André

Ele não consegue, eu publiquei uma obra lá, sei lá, ele colocou lá uma obra, né? Ele não consegue inclusive tirar essa obra?

Maíra

Não, ele consegue tirar a obra, mas na verdade não foi uma obra, foi uma página que inseriram no site, aí ele não conseguia tirar.

André

Entendi, é quase como se fosse um sistema mesmo de blog, eu já fiz isso muito quando era mais novo e eu entendo um pouquinho, tá?

Germana

O Gabriel só sobe as obras e bota o capítulo, resuminho e etc.

Maíra

Isso.

André

Não, é que eu só tentando entender como é que o sistema funciona mesmo.

Maíra

Mas ele não mexe em layout, nem criação de novas páginas.

Germana

Não, ele não mexe nisso.

André

Entendi. Então tudo bem. Eu ia perguntar agora como a editora divulga suas obras publicadas...

Maíra

A gente tem o podcast semanal e aí atrelado a ele tem a matéria no site, quando sai o podcast sai a matéria no site, vai para a rádio tanto o podcast quanto a notícia do lançamento da obra e nas redes sociais também, nas redes sociais oficiais da Universidade.

André

Entendi.

Maíra

Tudo junto, no mesmo dia, a gente tava com um terça-feira, toda terça-feira entrava o podcast, entrava a matéria no site, entrava nas redes sociais da Universidade.

André

Entendi. Mas não tem uma da editora, né, específica?

Maíra

Então a gente até agora, essa semana a gente discutiu sobre isso, né, que a gente tá tentando mudar um pouco a identidade das redes sociais dos outros braços, assim, da comunicação. Porque até então a gente estava, assim, como, por exemplo, a rádio ela replicava as informações institucionais e a gente quer mudar isso completamente, a gente quer que cada uma desses braços da comunicação tenha a sua identidade própria. Aí foi feito todo um redesenho das marcas e criado templates básicos, assim, pra conseguir mudar as informações ali, mas usar aquelas artes básicas, os meninos desenvolveram agora tanto pra rádio, pra TV, quanto pra editora, pra que cada um se sustente nos seus produtos, assim, que tenha divulgação dos seus produtos e não mais de informações institucionais.

André

Entendi.

Maíra

A editora nunca teve essa parte das informações institucionais, mas era um problema que a gente tinha com a rádio e com a TV, que eles ficavam replicando meio que uma Ascom 2, e a gente quer largar a mão disso e aí a rádio passar a divulgar somente os seus programas, a TV somente os seus programas e seus processos, né, de produção e a editora fique com as suas obras. A gente chegou no ano passado a discutir se seria a rede do Sinopse, depois teve um problema com a rede do Sinopse e a princípio a gente vai ativar com a mão da editora mesmo, pra a divulgação tanto do podcast quanto das obras.

André

Então daqui pra frente pelo menos é pensar de forma mais autônoma, a editora se divulgar com suas publicações e tal.

Maíra

Mas de qualquer forma seguir com essa integração com os demais setores pra gente dar uma projeção maior, né.

André

Como instituição, né?

Maíra

É, então semana que vem acho que a gente vai ter podcast de novo, a gente vai seguir divulgando nas redes oficiais, na rádio, tudo.

André

Entendi. Como se dá a relação da editora com seu público no processo de pré aquisição e pós aquisição? Chega a se prestar atenção nisso, né? Existe alguma preocupação em manter uma relação com seu usuário/público?

Maíra

Não... Hoje a gente não tem nada. O que é bem ruim.

André

Não, eu sei que parece repetitivo né, porque a gente chegou a conversar, mas é só pra deixar claro, né, pelo menos. E pra você qual a relevância da disponibilização do catálogo das obras on-line ou do catálogo de uma forma geral da editora.

Maíra

Ah, de um disponibilizar o catálogo, o que temos disponível?

André

Assim, que impacto da disponibilização do catálogo pra comunidade acadêmica, para o UFS em si, de uma forma geral no Brasil, enfim.

Maíra

É, como forma de circulação mesmo, né, que a gente consegue fazer circular e dar publicidade ao que a gente tem. Acho que é bem importante nesse sentido. A gente

até atualizou esse, agora, uns dois meses atrás, o catálogo, uma listagem mesmo pra entregar pras prefeituras, pro Estado, pra Secretaria de Educação, com todas as obras disponíveis da editora, pra além do site, né, uma planilha mesmo com as obras, e a gente chegou a passar isso também. E aí, a partir disso, a gente vai efetuando algumas doações, assim, pro museu em São Cristóvão, pra Secretaria de Educação, pra algumas escolas. Que é pra fazer circular realmente a produção do conhecimento.

André

Sim, com certeza. E a última pergunta: eu perguntei lá no início pra você sobre o que você tem de experiência, né, com o site da editora. Dito essa experiência que você passou e você consegue visualizar e você, inclusive, escuta ao seu redor, você poderia dizer o que você melhoraria, de fato, no site da livraria digital? Quais aspectos você mudaria, mexeria ou que você acha que é mais relevante ser ressaltado e não é hoje em dia?

Maíra

Então, acho que precisa mudar tudo.

André

Esso é uma resposta válida.

Maíra

É. A gente precisa mudar a retaguarda desse sistema, então, da anteloja virtual mesmo, que hoje não é um sistema anteloja virtual, a integração com o estoque, porque se a gente pretende vender, a gente precisa ter um controle disso, dar baixa no estoque, integrado com a da loja física e virtual. Ter possibilidade de venda também, o que vai ser o que vai nos dar sustentabilidade financeira pra seguir avançando, que hoje também não tem. A própria forma de acesso e de baixar, precisamos se atualizar pro mundo que vivemos hoje. E o tratamento desses dados, né, de a gente conseguir pensar ações mais específicas pra esses públicos. Isso passa também por uma coordenação mais dedicada a isso, né, que hoje a gente não tem e que eu acho que a gente só vai conseguir no momento que a gente realmente tornar isso um negócio viável.

André

Sim, sim.

Maíra

Que a gente muda um pouquinho a forma de se relacionar com a editora.

André

Sim, com certeza. E tem tudo pra dar certo, né, pelo menos da forma como você tá trazendo, então, acho que vai se encaminhar pelo menos.

Maíra

Sim.

André

Eu queria que no longo prazo pelo menos a gente mantivesse contato pra inclusive ter graças a esses pensamentos de produtos que a editora pretende publicar ou deixar disponível, enfim. Mas as perguntas que eu tinha de fato no roteirinho hoje eram essas, e as extras né também.

Maíra

Legal, muito bom!

André

Eu agradeço bastante, na verdade.

Maíra

Eu que agradeço, o olhar atento a pesquisa, tudo.

ANEXO A – PARECER CONSUBSTANCIADO CEP

	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE - UFS									
PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP										
DADOS DO PROJETO DE PESQUISA										
Título da Pesquisa: A GESTÃO DA INFORMAÇÃO E A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO: um estudo na Editora da Universidade Federal de Sergipe										
Pesquisador: ANDRE NUNES DE AZEVEDO										
Área Temática:										
Versão: 3										
CAAE: 55188321.5.0000.5546										
Instituição Proponente: Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação										
Patrocinador Principal: Financiamento Próprio										
DADOS DO PARECER										
Número do Parecer: 5.394.104										
Apresentação do Projeto: As informações elencadas nos campos "Apresentação do Projeto", "Objetivo da Pesquisa" e "Avaliação dos Riscos e Benefícios" foram retiradas do arquivo "Informações Básicas da Pesquisa" (PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO 1852751.pdf Versão do Projeto: 3 e carta resposta postados em 25/3/2022										
Desenho: Trata-se de estudo a ser desenvolvido no Mestrado Profissional em Gestão da Informação e do Conhecimento do PPGCI/UFS que tem como orientadora a Profa Dra Germana Gonçalves de Araújo, cujo objetivo principal é Desenvolver uma plataforma digital que reúna os produtos da Editora UFS de uma forma mais intuitiva e enxuta para os usuários, a fim de promover uma melhor Gestão da Informação e a melhoria da experiência (UX) entre ela e seu público.										
Metodologia Proposta: A etapa da metodologia no projeto de pesquisa compreende a apresentação dos percursos que serão realizados para concretização da pesquisa.										
Nesse sentido, compreende-se que a metodologia da pesquisa científica oferece as condições favoráveis e seguras para obtenção de resultados confiáveis, que podem servir para resolver problemas que estão presentes no dia a dia das pessoas e das organizações. A pesquisa, segundo Antonio Carlos Gil (2019, p. 1) é o "procedimento racional e sistemático que tem como objetivo fornecer respostas aos problemas que são propostos.", e o projeto de pesquisa corresponde à										
<table border="0"> <tr> <td>Endereço: Rua Cláudio Batista s/nº</td> <td>CEP: 49.060-110</td> </tr> <tr> <td>Bairro: Sanatório</td> <td></td> </tr> <tr> <td>UF: SE</td> <td>Município: ARACAJU</td> </tr> <tr> <td>Telefone: (79)3194-7208</td> <td>E-mail: cep@academico.ufs.br</td> </tr> </table>			Endereço: Rua Cláudio Batista s/nº	CEP: 49.060-110	Bairro: Sanatório		UF: SE	Município: ARACAJU	Telefone: (79)3194-7208	E-mail: cep@academico.ufs.br
Endereço: Rua Cláudio Batista s/nº	CEP: 49.060-110									
Bairro: Sanatório										
UF: SE	Município: ARACAJU									
Telefone: (79)3194-7208	E-mail: cep@academico.ufs.br									



Continuação do Parecer: 5.394.104

etapa do planejamento da pesquisa e que “interessa sobretudo ao pesquisador e a sua equipe, já que apresenta o roteiro das ações a serem desenvolvidas ao longo da pesquisa.” (GIL, 2019, p. 3). A pesquisa desenvolvida neste projeto será do tipo exploratória, pois visa ajudar a entender mais sobre o tema que envolve a gestão da informação e o design de interação em editoras universitárias. Segundo Gil (2016, p. 27), “tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias[...]” e “[...] são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.” (GIL, 2016, p. 27). Além disso, essa

pesquisa caracteriza-se como estudo de caso, pois investiga “um fenômeno contemporâneo (“o caso”) em seu contexto no mundo real” (YIN, 2015, p. 2), e pretende ser um “[...] estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir seu conhecimento amplo e detalhado[...]”

(GIL, 2016, p. 58). Destaca-se que a abordagem dessa pesquisa é Quanti-qualitativa, pois a análise dos dados irá requerer a utilização da estatística

descritiva, além da necessidade de captar as percepções e experiências dos usuários com os serviços oferecidos pela Editora da UFS através de seu website, o que implica em tratar de modo mais subjetivo os dados coletados, caracterizando, assim, o emprego da abordagem qualitativa. Para tanto poderá ser empregada a análise de conteúdo de Bardin.3.2 População e amostraEntende-se como participante dessa pesquisa qualquer membro da comunidade da UFS que tenham tido acesso e/ou conheçam a Editora e a Livraria da Editora UFS. Nesse sentido, toma-se como universo o total de pessoas que recebem o informativo do Departamento de Atividades Acadêmicas (DAA) via SIGAA. Esse informativo é utilizado para comunicação com toda a comunidade acadêmica da UFS, composta principalmente por docentes e discentes dos diferentes cursos. Ao todo somam 28.000 estudantes e 1.500 docentes, totalizando 29.500 membros, que compõem a população desse estudo, segundo dados informados pelo próprio DAA. Tomando como base esse quantitativo, parte-se então de um cálculo amostral que utiliza a equação 1, que considera um erro relativo de 0,05, com grau de confiança de 95% (GOZBY, 2006):Equação 1 – Parâmetro da amostra
$$n_0 = \frac{1}{((\text{Erro Relativo})^2)} = \frac{1}{(0,05)^2} = 400$$
Fonte: adaptado de Gozby (2006).Com esses dados quantitativos é possível calcular o tamanho da amostra (n), conforme apresentado na Equação 2:Equação 2 - Tamanho da amostra
$$n = \frac{(29.500 \times 400)}{(29.500 + 400)} = 394$$
Fonte: adaptado de Gozby (2006).Com essa definição, e utilizando-se a divulgação do formulário online com a comunidade universitária, têm-se como amostra mínima o total de 394 participantes, dos

Endereço: Rua Cláudio Batista s/nº

Bairro: Sanatório

UF: SE

Município: ARACAJU

Telefone: (79)3194-7208

CEP: 49.060-110

E-mail: cep@academico.ufs.br



Continuação do Parecer: 5.394.104

quais espera-se obter retorno em relação à sua compreensão sobre a Editora UFS e sua Livraria. Além disso, também participarão da pesquisa o ex-diretor da Editora UFS, selecionado por ter mais tempo de atuação no cargo desde a implantação da livraria online da Editora, e mais dois funcionários que atuam na Editora, num total de 3 participantes. O local de intervenção é a Editora da Universidade Federal de Sergipe. Para coleta

de dados será aplicado questionário on-line criado na plataforma Google ForGoogle Forms (APÊNDICE A), além de entrevista com o ex-diretor da editora UFS e mais dois integrantes da Editora.

Critério de Inclusão:

ser docente, discente ou técnico-administrativo da UFS com idade acima de 18 anos.

Critério de Exclusão:

não ser docente, nem discente, nem técnico-administrativo da UFS e possuir menos de 18 anos

Objetivo da Pesquisa:

Objetivo Primário:

Desenvolver uma plataforma digital que reúna os produtos da Editora UFS de uma forma mais intuitiva e enxuta para os usuários, a fim de promover uma melhor Gestão da Informação e a melhoria da experiência (UX) entre ela e seu público.

Objetivo Secundário:

- Compreender a relação interdisciplinar entre o Design e a Ciência da Informação. • Discutir o design de experiência do usuário (UX) como ferramenta de apoio à Gestão da Informação em editoras universitárias. • Traçar o perfil dos usuários da plataforma virtual da Editora UFS.

•

Desenvolver uma plataforma digital que reúna os produtos da Editora UFS de uma forma mais intuitiva e enxuta para os usuários.

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

Levando-se em consideração a Carta Circular nº 1/2021-CONEP/SECNS/MS, Brasília, 03 de março de 2021, todo experimento com seres humanos

apresenta RISCO de constrangimento pela exposição à observação social, que escapam ao senso comum.

O risco ao qual o(a) Sr(a) está

submetido ao participar desse projeto pode ser relativo às questões de caráter emocional, além

Endereço: Rua Cláudio Batista s/nº

Bairro: Sanatório

UF: SE

Município: ARACAJU

Telefone: (79)3194-7208

CEP: 49.060-110

E-mail: cep@academico.ufs.br



Continuação do Parecer: 5.394.104

daqueles relacionados à estigmatização e à discriminação, assim como os riscos relacionados ao uso de plataformas virtuais de terceiros. Para tanto, adotaremos a cautela de não disponibilizar nenhum dado pessoal ou que o identifique pessoalmente, além de termos escolhido uma plataforma da empresa Google, que adota uma política de privacidade de dados própria. Nesse sentido, o pesquisador compromete-se em adotar medidas de caráter preventivo, como não coletar nomes dos participantes no formulário, o que garantirá sua privacidade assegurando uma participação baseada na impessoalidade de suas respostas.

Benefícios:

O benefício relacionado à sua participação no estudo compreende ter, a partir dessa pesquisa, uma plataforma para ter melhor acesso às obras da Editora UFS. Também há benefícios no apoio ao desenvolvimento e à disseminação da ciência, o que representa benefício direto que o (a) Sr(a) pode ter por sua contribuição com esta pesquisa.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Metodologia de Análise de Dados:

A análise dos dados será realizada de duas formas: para os dados quantitativos, será utilizada estatística descritiva; para os dados qualitativos, será empregada a análise de conteúdo de Bardin.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

conforme normas

Recomendações:

não há

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Atendeu às recomendações do parecer 5.291.230 de 15 de março de 2022

Aprovado

Considerações Finais a critério do CEP:

Conforme Resolução CNS 466/2012, itens X.1.- 3.b. e XI.2.d, e Resolução CNS 510/2016, Art. 28, inc. V, os pesquisadores responsáveis deverão apresentar relatórios parcial semestral e final do

Endereço: Rua Cláudio Batista s/nº

Bairro: Sanatório

UF: SE

Município: ARACAJU

Telefone: (79)3194-7208

CEP: 49.060-110

E-mail: cep@academico.ufs.br



Continuação do Parecer: 5.394.104

projeto de pesquisa, contados a partir da data de aprovação do protocolo de pesquisa inicial.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1852751.pdf	25/03/2022 00:14:54		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.pdf	25/03/2022 00:14:23	ANDRE NUNES DE AZEVEDO	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	Mestrado_Projeto_Andre_Nunes_de_Azevedo2.pdf	25/03/2022 00:13:43	ANDRE NUNES DE AZEVEDO	Aceito
Outros	CARTA_RESPOSTA_S_PENDENCIAS_CEP_UFS.pdf	25/03/2022 00:12:55	ANDRE NUNES DE AZEVEDO	Aceito
Folha de Rosto	Scan_FOLHA_DE_ROSTO_assinado.pdf	08/03/2022 17:02:02	ANDRE NUNES DE AZEVEDO	Aceito
Outros	TCUD.pdf	06/03/2022 21:55:51	ANDRE NUNES DE AZEVEDO	Aceito
Declaração de Instituição e Infraestrutura	TERMO_DE_ANALISIA_EXISTENCIAL_DE_INFRAESTRUTURA_CEP_UFS_12.pdf	28/12/2021 17:19:19	ANDRE NUNES DE AZEVEDO	Aceito
Declaração de concordância	Termo_de_compromisso_CEP.pdf	28/12/2021 17:18:26	ANDRE NUNES DE AZEVEDO	Aceito

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

ARACAJU, 07 de Maio de 2022

Assinado por:
Ana Dorcas de Melo Inagaki
(Coordenador(a))

Endereço: Rua Cláudio Batista s/nº

Bairro: Sanatório

UF: SE

Município: ARACAJU

Telefone: (79)3194-7208

CEP: 49.060-110

E-mail: cep@academico.ufs.br