

## **Novos percursos das editoras universitárias: acesso aberto e tecnologias digitais de informação e comunicação<sup>1</sup>**

*New paths for academic publishers: open access and digital information and  
communication technologies*

*Nuevos caminos delas editoriales universitárias: acceso abierto y tecnologías  
digitales de información y comunicación*

*Antônio Ursine Magalhães de Andrade<sup>2</sup>*

*Gabriella Nair Figueiredo Noronha Pinto<sup>3</sup>*

*Amanda Rabelo Chaves<sup>4</sup>*

*Amanda Tolomelli Brescia<sup>5</sup>*

**Resumo:** Em 2023 a Editora Uemg promoveu a 1ª Feira do livro de acesso aberto, evento inédito cujo objetivo era expor a produção de livros digitais gratuitos de editoras acadêmicas. A feira reuniu um rico material que suscitou a pesquisa, cujos resultados são tratados neste artigo. A partir da amostra de 28 editoras universitárias e de mais de 500 livros digitais de acesso aberto, buscamos, por meio de uma abordagem quali-quantitativa, caracterizar as editoras e os livros que compõem o *corpus*, analisar a usabilidade das páginas de internet em que os livros são disponibilizados, identificando quais as áreas de usabilidade (navegação, arquitetura, conteúdo, *design* e outras) e os respectivos problemas que mais dificultam que os títulos sejam encontrados por potenciais leitores. As análises indicaram que as áreas de “*design*”, “conteúdo” e “acessibilidade e atendimento ao consumidor” são as que mais concentram problemas, sendo, em muitos casos, questões que podem ser solucionadas com ações simples e de baixo custo.

**Palavras-chave:** acesso aberto; usabilidade; tecnologias digitais de informação e comunicação.

**Abstract:** In 2023, Editora Uemg held the 1st Open Access Book Fair, an unprecedented event whose objective was to showcase the production of free digital books by national academic

---

<sup>1</sup> A pesquisa que deu origem a este artigo está sendo financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (FAPEMIG), por meio do Projeto FAPEMIG APQ-04706-23: “Fortalecimento da Editora UEMG para a difusão do conhecimento técnico-científico no Estado de Minas Gerais”.

<sup>2</sup> Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (Cefet-MG), Minas Gerais, Brasil, [antonio.ursine@gmail.com](mailto:antonio.ursine@gmail.com).

<sup>3</sup> Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), Minas Gerais, Brasil, [gabriellanair@gmail.com](mailto:gabriellanair@gmail.com).

<sup>4</sup> Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Minas Gerais, Brasil, [amanda.rchaves1@gmail.com](mailto:amanda.rchaves1@gmail.com).

<sup>5</sup> Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), Minas Gerais, Brasil, [amanda.brescia@uemg.br](mailto:amanda.brescia@uemg.br).

publishers. The fair gathered a wealth of material, which prompted the research whose results are discussed in this article. Based on a sample of 28 academic publishers and more than 500 open access digital books, we seek, through a qualitative-quantitative approach, to characterize the publishers and the books that make up the *corpus*, analyze the usability of the web pages where the books are made available, and identify the usability areas (navigation, architecture, content, design and others) and respective problems that make it difficult for the books to be found by potential readers. The analyses indicated that the areas of “*design*”, “*content*” and “*accessibility and customer service*” are those that most accumulate problems, and, in many cases, these issues can be solved with simple and low-cost actions.

**Keywords:** open access; usability; digital information and communication technologies.

**Resumen:** En 2023, la editorial Uemg promovió la 1.ª Feria del libro de acceso abierto, un evento sin precedentes cuyo objetivo era exponer la producción de libros digitales gratuitos de editoriales académicas. La feria reunió un rico material que dio lugar a la investigación, cuyos resultados se tratan en este artículo. A partir de una muestra de 28 editoriales universitarias y más de 500 libros digitales de acceso abierto, buscamos, a través de un enfoque cualitativo-cuantitativo, caracterizar a las editoriales y los libros que componen el *corpus*, analizar la usabilidad de las páginas de internet donde se encuentran disponibles los libros, identificando las áreas de usabilidad (navegación, arquitectura, contenido, diseño y otros) y los respectivos problemas que más dificultan que los títulos sean encontrados por potenciales lectores. Los análisis indicaron que las áreas de “*diseño*”, “*contenido*” y “*accesibilidad y atención al consumidor*” son las que más concentran problemas, siendo, en muchos casos, cuestiones que pueden resolverse con acciones sencillas y de bajo costo.

**Palabras-clave:** acceso abierto; usabilidad; tecnologías digitales de la información y la comunicación.

## 1 INTRODUÇÃO

O avanço das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs) e a consolidação da internet como meio de disseminação do conhecimento têm transformado significativamente o setor editorial, especialmente no meio acadêmico. Editoras universitárias, que têm entre seus principais objetivos a difusão do conhecimento produzido nas próprias instituições, vêm adotando novos modelos de publicação, com destaque para o acesso aberto, permitindo que suas produções obtenham um maior alcance.

No contexto brasileiro, diversas editoras universitárias já incorporaram o acesso aberto em partes ou na totalidade de seus catálogos, disponibilizando livros digitais sem custo para pesquisadores, estudantes e o público em geral. Nesse sentido, a realização da 1ª Feira

do livro de acesso aberto pela Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais (Editora Uemg) foi uma iniciativa inédita. O evento, amplamente divulgado nas redes sociais da editora e em importantes veículos de comunicação do mercado editorial, como o PublishNews, inovou ao reunir e disponibilizar mais de 500 obras de acesso aberto de 28 editoras universitárias brasileiras em um *hotsite* exclusivo, dando maior visibilidade a essas obras e editoras e promovendo reflexões sobre o papel do acesso aberto e a sua importância para as editoras universitárias.

O planejamento e organização do evento determinou que no *hotsite* os visitantes seriam expostos aos títulos, mas que os arquivos dos livros não seriam disponibilizados para *download* direto, sendo oferecidos *links* para acessar e baixar os títulos nos respectivos sites das editoras. Essa opção se deu com a finalidade de manter o fluxo de acessos aos catálogos das editoras – preservando, assim, a possibilidade de se fazer o controle de métricas de acesso – e de não sobrecarregar a capacidade de armazenamento das páginas do *hotsite* provido pela Editora Uemg.

Assim, ao longo da feira, a equipe da Editora Uemg teve contato direto com as páginas de livros de acesso aberto de todas as editoras participantes, o que, em conjunto com relatos dos leitores participantes, suscitou alguns questionamentos relativos à experiência dos usuários ao interagir com esses catálogos e a fatores que podem facilitar ou dificultar essa interação. Esses questionamentos nos motivaram a buscar uma compreensão sobre como as editoras universitárias que trabalham com livros de acesso aberto se caracterizam e a analisar aspectos das suas respectivas páginas na *web* que poderiam dificultar o acesso dos leitores a esses títulos.

A eficácia dessa disponibilização depende não apenas da existência dessas obras em formato digital, mas também da usabilidade das plataformas em que estão hospedadas. Problemas relacionados à navegabilidade, organização da informação e acessibilidade podem dificultar a localização e o uso desses materiais, limitando o potencial impacto dessa política de acesso aberto.

Desse modo, dispendo da amostra de editoras, catálogos e livros expostos na feira e do entendimento de que poderíamos alcançar uma compreensão maior sobre esse aspecto do trabalho de editoras universitárias, buscamos a definição de uma metodologia que nos

permitisse analisar as características que tornam as interfaces das páginas mais ou menos “amigáveis” para os usuários. Portanto, a partir da caracterização das editoras participantes e dos títulos inscritos na 1ª Feira do livro de acesso aberto, bem como da definição de um *framework* focado na usabilidade das páginas em uma lógica *business-to-consumer* (B2C), procedemos a uma análise que resultou em conclusões sobre quais são os problemas mais recorrentes relacionados à usabilidade nos catálogos virtuais das editoras.

No presente artigo apresenta-se a investigação acerca do contexto das editoras universitárias brasileiras que publicam livros digitais em acesso aberto a partir da análise de uma amostra composta por 28 editoras e mais de 500 livros disponibilizados *on-line*. Além disso, buscou-se identificar quais elementos da usabilidade – incluindo aspectos das áreas de “navegação”, “arquitetura”, “conteúdo”, “*design*” e outras – apresentam problemas de forma mais recorrente, comprometendo a visibilidade e o acesso aos livros e afetando, assim, seu alcance e impacto acadêmico.

Para isso, inicialmente realizamos uma breve apresentação do histórico das editoras universitárias no Brasil. Em seguida, apresentamos reflexões necessárias sobre o uso das TDICs por editoras universitárias e contextualizamos as políticas de acesso aberto nesse cenário para então discorrer sobre a realização da feira. Com isso, é feita a exposição metodológica adotada e a análise dos resultados obtidos. Por fim, são expostas as conclusões alcançadas e considerações finais.

## **2 EDITORAS UNIVERSITÁRIAS NO BRASIL**

Embora a história do livro esteja intimamente ligada à das universidades, a chegada da família real portuguesa no início do século XIX e a criação das primeiras Instituições de Ensino Superior (IES) no Brasil não significaram, de imediato, a criação de editoras no país do modo como hoje as reconhecemos (Marques Neto; Rosa, 2010; Hallewell, 2012). Em um primeiro momento, a elaboração de produtos editoriais para o ensino superior era voltada à produção de materiais didáticos, de modo que cumpriam *a priori* uma finalidade mais ligada ao ensino do que à produção, comunicação e divulgação científica características das editoras universitárias (Far, 2006).

A Imprensa Universitária da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) surgiu em 1955, para se tornar uma editora em 1968, quando foi constituída como órgão suplementar da instituição. Antes disso, em 1962 foi fundada a Editora da Universidade de Brasília (UnB) (Bufrem, 2001; Hallewell, 2012). A história da Editora da UFPE ilustra como, em um primeiro momento, as editoras universitárias se caracterizavam mais como gráficas universitárias. Marques Neto e Rosa (2010) afirmam que, em certos casos, tal estruturação e forma de constituir as editoras

[...] resultava em conteúdos desinteressantes que atendiam às necessidades de carreiras acadêmicas ou políticas das autoridades atuantes e de seus sucessores ou aliados, [de modo que] a editora vinculada à universidade, geralmente pública, por muito tempo publicou um sem-número de títulos de empresas privadas [e] não se justificava como essencial aos objetivos universitários, permanecendo na subalternidade das atividades menos prestigiadas (Marques Neto; Rosa, 2010, p. 331-332).

Com isso, as editoras universitárias brasileiras, em sua maioria, ainda não poderiam ser enquadradas em uma das três categorias propostas por Marques Neto e Rosa (2010):

a) Editoras universitárias *stricto sensu* ou clássicas:

- Criadas por universidades com objetivo de divulgar o saber produzido pela própria instituição ou por centros de pesquisa científica.
- Geralmente são ligadas às universidades tradicionais de ensino e pesquisa.
- Podem ou não ter atuação voltada ao mercado.
- Os eixos do catálogo dividem-se em textos científicos e textos voltados ao ensino de disciplinas universitárias.

b) Editoras universitárias com vocação regional:

- Iguamente criadas por universidades, mas de alcance local, voltam-se prioritariamente à divulgação de pesquisa regional e raramente publicam autores de fora de seus quadros profissionais.
- O catálogo tem como eixo as pesquisas locais e enfoca temas de tradição cultural regional.
- Constitui, muitas vezes, o único veículo de preservação da memória cultural da região.

c) Editoras de livros universitários:

- Criadas por empresários ou grupos acadêmicos com fins comerciais.
- Dividem-se, genericamente, em duas categorias:
- Edição de textos científicos e/ou de divulgação científica e crítica, inclusive periódicos científicos.
- Livros e/ou manuais voltados ao ensino superior.

Ao contrário das editoras universitárias ligadas às universidades, geralmente têm o catálogo bem definido, objetivo, moldado conforme uma missão e marcado por uma outra categoria (Marques Neto; Rosa, 2010, p. 335).

Portanto, ao longo dos anos de 1960 e 1970 foram sendo criadas as primeiras editoras universitárias brasileiras, normalmente ligadas às IES públicas e cumprindo, salvo raras exceções, o papel de gráficas. Somente na década de 1980 chegou-se ao momento em que se deu de fato a proliferação de editoras universitárias (Bufrem, 2001; Marques Neto, 2000) e em que já era possível encontrar exemplos nas três categorias apresentadas em Marques Neto e Rosa (2010).

Sob essa análise, seria possível dividir o cenário das editoras universitárias brasileiras em duas fases, uma anterior e outra posterior à década de 1980 (Marques Neto; Rosa, 2010). No período anterior a sua atuação seria praticamente restrita aos *campi* universitários, tendo papel pouco relevante em relação ao mercado editorial, atuando de modo tímido por meio de uma “política de coedições”, com forte presença da iniciativa privada. Faz-se notar, ainda, o papel prejudicial da Ditadura Civil-Militar, que proibiu, de 1964 a 1971, a criação de novas editoras universitárias (Hallewell, 2012). No período posterior a atuação das editoras universitárias se caracteriza pela produção de uma literatura científica que, por fim, alinha-se à concepção de editoras universitárias ocidentais e modernas, consolidando sua legitimação no mercado editorial brasileiro e fortalecendo seu papel na divulgação e comunicação científica. Destaca-se, nesse período, o incentivo exercido pelo Estado por meio de iniciativas como o Programa de Estímulo à Editoração do Trabalho Intelectual nas Instituições de Ensino Superior Federais (Proed), a realização de seminários especializados e a criação de agremiações como a Associação Brasileira das Editoras Universitárias (Abeu), constituída em 1987 (Bufrem, 2001; Hallewell, 2012).

A partir do final da década de 1980 e início dos anos de 1990 as editoras universitárias passaram pelo seu período de maior profissionalização e digitalização de processos, em que novas concepções editoriais foram incorporadas, constatando-se o crescimento do número de editoras e de títulos publicados (Hallewell, 2012). Desse momento em diante as editoras universitárias se estabeleceram como um segmento de relevância no mercado editorial brasileiro (Andrade; Araújo, 2021) e no início dos anos 2010 já eram responsáveis por aproximadamente 8% dos livros publicados no país (Hallewell, 2012). Porém, ainda hoje permanecem alguns dos desafios históricos, como uma atuação limitada, caracterizada pelo

uso restrito de métodos comerciais e publicitários, que mantém grande parte das editoras universitárias fora do conhecimento do grande público.

As editoras, especialmente as públicas, dependem do orçamento escasso, sempre em disputa, das IES, tornando a busca por outras fórmulas de distribuição e divulgação dos títulos publicados imprescindível à manutenção de sua relevância em nível local, regional e nacional. Nesse sentido, a profusão e uso das TDICs se mostra uma alternativa valorosa, que vem se destacando em parte das editoras universitárias, ajudando-as a superar alguns dos principais entraves ao seu reconhecimento.

### **3 O USO DAS TDICs E AS POLÍTICAS DE ACESSO ABERTO NAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS**

Com o surgimento e consolidação das TDICs mudanças significativas ocorreram na cadeia de produção e circulação dos livros. Desde que os *softwares* de editoração se tornaram a principal ferramenta para dar forma às publicações, o livro já é concebido digitalmente, estando sujeito a alterações em seu suporte, conteúdo e acesso (Andrade; Araújo, 2021). A digitalização é um processo crescente, que ocorre em toda a cadeia produtiva do livro. O livro digital, resultado dessa cadeia produtiva, é apenas parte dessa transformação (Thompson, 2021). Assim, o movimento de assimilação dos livros digitais como uma tendência é uma realidade à qual as editoras, em particular as universitárias, precisam se inteirar, tendo em vista os custos de impressão e distribuição de exemplares físicos, que estão entre os fatores que mais pesam em seus orçamentos.

Podemos destacar, também, a transformação dos hábitos de leitura. A sexta edição da Pesquisa Retratos da Leitura no Brasil, por exemplo, constatou que 75% dos entrevistados já tinham feito leitura de livros digitais em dispositivos como *smartphones*, 28% em computadores e 8% em *tablets* ou leitores digitais (IPL, 2024), enquanto a pesquisa Panorama do Consumo de Livros apontou que 15% dos entrevistados compraram apenas publicações digitais nos 12 meses anteriores à pesquisa e que 31% haviam comprado livros impressos e livros digitais (CBL, 2023).

Diego González e Wischenbart (2019) assinalam, a partir de dados de 2017, do Centro Regional para el Fomento del Libro en America Latina y el Caribe (Cerlalc), que as editoras universitárias são as que, proporcionalmente, mais publicam obras em formato digital, com o

Brasil ocupando o 3º lugar entre os países com mais títulos neste formato. Para o Brasil, outro dado relevante é o já alcançado predomínio da publicação de livros digitais<sup>6</sup> sobre impressos em editoras universitárias. Segundo os dados de 2017, as editoras universitárias brasileiras publicaram 3.676 livros digitais com registro ISBN, o que representou 52,8% do total de títulos publicados nesse ano.

A Pesquisa Abeu 2021 também trouxe dados importantes que ilustram como a publicação de livros digitais se tornou mais corriqueira entre as editoras universitárias. De acordo com a pesquisa, 52,94% das editoras filiadas publicaram livros digitais no ano de 2018. Já em 2019 esse percentual passou para 88,76%, chegando a 93,9% em 2021 (Abeu, 2021).

Outro fator a se destacar para compreender a importância das TDICs para as editoras universitárias é a natureza de sua atuação. Tratando-se de editoras que, em sua maioria, estão ligadas às IES e outras instituições de pesquisa, elas não visam, prioritariamente, lucrar com a venda de livros, mas sim viabilizar o acesso aos resultados de pesquisas e aos produtos intelectuais (Franchetti, [2018]), sendo, portanto, de interesse público a sua circulação e acesso amparados nas TDICs, promovendo o intercâmbio entre comunidades acadêmicas e a sociedade (Andrade; Araújo, 2021).

Destaca-se, ainda, a inserção de cada vez mais editoras universitárias no movimento de acesso aberto, que vem tomando forma desde o final do século XX e se consolidou com a Budapest Open Access Initiative, de 2002, que definiu o termo *open access* (acesso aberto), apresentando as estratégias necessárias para torná-lo uma realidade difundida. O movimento visa superar as barreiras existentes para o acesso às publicações científicas, principalmente no que diz respeito aos custos, permissões e disseminação (Gãal; Martins, 2022). Ou seja, o acesso aberto é usado para definir publicações que são distribuídas gratuitamente, principalmente por meios digitais, favorecendo a circulação do conhecimento e do desenvolvimento científico. No combate à pandemia de covid-19, entre 2020 e 2022, por exemplo, a irrestrita disponibilização de dados e pesquisas foi determinante para que fossem criadas alternativas de imunizantes, sendo um fator fundamental para o controle da epidemia e para a drástica redução no número de mortes (Rosa; Silva; Pavão, 2021).

---

<sup>6</sup> É preciso pontuar que entre os livros de formato digital os mais comuns são: Portable Document Format (PDF), Hyper Text Markup Language (HTML), Mobipocket E-books (MOBI) e Eletronic Publication (ePub) (Andrade; Araújo, 2021).

Ainda de acordo com a Pesquisa Abeu 2021, a maior parte das editoras universitárias filiadas apresenta uma política para o acesso aberto; em 2018, 61,2% das editoras analisadas contavam com uma política para esse tipo de publicação; em 2021, esse percentual chegou a 66,2% (Abeu, 2021).

Tendo em vista a centralidade da circulação de informação para o progresso científico, a democratização do acesso aos resultados de pesquisa é indispensável, sendo esse um dos propósitos da criação dos periódicos e livros científicos ainda na gênese das IES modernas. Contudo, com o crescimento exponencial da produção científica (Gãal; Martins, 2022), entre outros fatores, a preocupação no sentido de criar meios para viabilizar a democratização do conhecimento também aumentou. Com isso, atualmente, além da publicação de cada vez mais títulos digitais, a política de disponibilizar obras em acesso aberto vem se tornando mais comum entre as editoras universitárias (Teixeira *et al.*, 2021).

#### **4 A EDITORA DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS E A 1ª FEIRA DO LIVRO DE ACESSO ABERTO**

A Editora da Universidade do Estado de Minas Gerais (Editora Uemg ou EdUEMG) foi fundada em 2008 com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento científico e editorial do estado de Minas Gerais e do Brasil. Para isso, desde a sua criação publica e disponibiliza gratuitamente livros que disseminam o conhecimento científico e presta apoio à edição dos periódicos da universidade (Uemg, [2022?]). Atualmente os títulos publicados são selecionados por meio de editais e chamadas destinados a autores internos e externos à Uemg, avaliados pelo duplo parecer às cegas de pesquisadores doutores e pelo Conselho Editorial (Pinto; Kyrillos Neto, 2019). Todos os títulos da editora estão disponíveis em acesso aberto e, desde agosto de 2021, são publicados sob a licença Creative Commons (CC) 4.0 Atribuição – Não Comercial – Sem Derivações (CC-BY-NC-ND)<sup>7</sup>, sendo disponibilizados gratuitamente em seu catálogo *on-line* (Uemg, [2026]).

---

<sup>7</sup> As licenças CC são concedidas pela Creative Commons, uma organização não governamental sem fins lucrativos criada visando a ampliação do compartilhamento do conhecimento e da cultura em suas diversas formas de expressão. São concedidos pela organização vários tipos de licenças, cada tipo voltado a uma forma de autorização para compartilhamento, comercialização, derivação e atribuição. Trata-se, portanto, de uma iniciativa que vai ao encontro dos anseios das comunidades científicas pela promoção do acesso aberto.

Até 2018 a Editora Uemg esteve sediada na Unidade Acadêmica de Barbacena da Uemg. Desde então, com a transferência para a sede da reitoria da universidade em Belo Horizonte, a editora passou por transformações que visaram a uma maior profissionalização e ampliação do trabalho realizado, entre elas o foco nas publicações digitais e a adoção das licenças CC-BY-NC-ND.

Enquanto integrantes da equipe<sup>8</sup>, podemos afirmar que na Editora Uemg as políticas de acesso aberto são defendidas como uma forma de democratização do conhecimento produzido nas universidades. Por isso, em 2023 a EdUEMG teve a iniciativa de promover a 1ª Feira do livro de acesso aberto, relacionando o evento à ocasião da comemoração dos seus 15 anos de existência. Embora as feiras *on-line* tenham se multiplicado a partir da pandemia de covid-19, com a oportunidade de destacar e disponibilizar *e-books*, as iniciativas eram normalmente baseadas na comercialização dos livros, o que confere à iniciativa da 1ª Feira do livro de acesso aberto um importante caráter de inovação (Cerlalc, 2020; Endo, 2021).

A partir da idealização de uma feira *on-line* de livros em *open access*, foram convidadas para o evento todas as editoras associadas à Abeu, das quais 26, além da EdUEMG, confirmaram participação, destacando-se, ainda, a presença da LED, editora-laboratório do curso de Letras, Tecnologias de Edição, do Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (Cefet-MG), não filiada à Abeu à época.

Para a realização do evento, ocorrido entre os dias 18 de outubro e 6 de novembro de 2023, foi criado um *hotsite*, no qual as editoras puderam expor até 20 títulos gratuitos, com disponibilização dos *links* para *download* das obras e para os respectivos catálogos. O evento contou com a exposição de mais de 500 obras de diversas áreas do conhecimento e registrou mais de 97 mil acessos, destacando-se os mais de 66 mil cliques nos livros – uma média de 122 por livro e 3,3 mil por dia (Uemg, 2023).

Ao constatar os resultados obtidos pelo evento, a coordenadora da editora, Gabriella Nair Figueiredo Noronha Pinto, afirmou que as expectativas foram superadas, pois não se imaginou tamanha adesão por parte das editoras (Uemg, 2023). Além disso, o evento foi positivo também para as editoras participantes, o que pode ser constatado por *feedbacks*

---

<sup>8</sup> Antônio Ursine Magalhães de Andrade é revisor-chefe da Editora Uemg. Seu ingresso na instituição se deu em 2023. Gabriella Nair Figueiredo Noronha Pinto é coordenadora da Editora Uemg desde 2018. Amanda Rabelo Chaves foi estagiária de revisão da Editora Uemg até fevereiro de 2026.

como o dado por Diogo César Fernandes, responsável Editora da Universidade Federal de Pernambuco, que salienta o aumento na média de *downloads* dos livros da editora.

Desde o dia 18, tivemos um aumento médio de 50% nos números de *downloads*. Dos livros relacionados (foram 19), todos figuram entre os 30 mais acessados nesse período! A Editora UFPE pôde registrar nesta terça-feira, 23, um pico com mais de 5.000 acessos ao nosso site, e quase 2.000 mil downloads num único dia (Uemg, 2023).

## 5 METODOLOGIA

Para estruturar a proposta de investigação, no que concerne à apresentação do histórico das editoras universitárias no Brasil e à contextualização do uso de TDICs, do acesso aberto, da Editora Uemg e da Feira do livro de acesso aberto, estabelecemos uma abordagem qualitativa, a qual se caracteriza pela preocupação com aspectos que não são passíveis de quantificação e se centram na explicação de dinâmicas relacionadas a fatores históricos e sociais, conforme Gil (2002), Silveira e Córdova (2009) e Tomitch e Tumolo (2013). Essa abordagem foi baseada em pesquisa bibliográfica e em fontes primárias, dado que os autores integram a equipe da editora, tendo lidado diretamente com a idealização e realização da feira.

Por sua vez, no que concerne à caracterização das editoras analisadas, de seus respectivos sites e dos seus livros inscritos na feira e à usabilidade das páginas *web* nas quais estes livros eram disponibilizados, foi adotada uma abordagem quantitativa – detalhada nas seções seguintes – que se caracteriza pela adoção de procedimentos estruturados para a coleta de dados, com ênfase na objetividade, na análise sistemática das informações reunidas e organizadas e na interpretação do objeto específico que se propõe compreender (Gil, 2002; Silveira; Córdova, 2009; Tomitch; Tumolo 2013). Os dados obtidos em fontes primárias – sites das editoras e páginas *web* dos livros – foram consolidados em planilhas para a posterior análise quantitativa realizada.

Trata-se, portanto, de uma pesquisa exploratória, que objetiva lançar luz sobre um elemento ainda pouco debatido no âmbito das editoras universitárias – o acesso aberto e suas relações com as TDICs –, mas que traz consigo características que também a aproximam de uma pesquisa descritiva, na medida em que o levantamento de dados, a partir de técnica

padronizada de coleta e observação sistemática (Cajueiro, 2013; Gil, 2002), evidencia características de um *corpus* de editoras universitárias e de seus livros de acesso aberto.

Assim, a abordagem qualitativa com base em pesquisa bibliográfica e fontes primárias e a abordagem quantitativa de caracterização de diferentes aspectos do *corpus* analisado se complementam, considerando que a base teórica apresentada sustenta a importância da realização do estudo proposto enquanto forma de analisar a relevância do acesso aberto em editoras universitárias, de apresentar dados que ajudam a melhor descrever o modo como essas editoras se relacionam com o acesso aberto e de apontar problemas de usabilidade nas páginas *web* dos livros que podem ser objeto de intervenção por parte das editoras, com o objetivo de que esses livros sejam mais facilmente encontrados por potenciais leitores.

Logo, a pesquisa é de natureza aplicada à realidade das editoras universitárias, pois traz, em sua metodologia e resultados, o potencial de gerar conhecimentos para aplicação prática por parte desses agentes, que podem reproduzir a abordagem realizada neste estudo para identificar pontos de melhoria em seus sites e páginas de modo a aprimorar o uso das TDICs em benefício da “encontrabilidade” dos seus títulos disponíveis em acesso aberto.

Nas próximas seções detalhamos os aspectos considerados na análise relativa à caracterização das editoras, de seus sites, dos livros inscritos na feira e da usabilidade das páginas *web* dedicadas aos livros.

## **6 CONSTRUÇÃO DO MODELO DE ANÁLISE: CARACTERIZAÇÃO DAS EDITORAS, SITES, CATÁLOGOS E LIVROS**

A participação de 28 editoras brasileiras na feira, assim como a disponibilização de centenas de obras de acesso aberto, ofereceu um rico material para análise. No período de planejamento do evento o contato direto com os títulos disponibilizados pelas editoras e com os seus sites fez com que surgissem questões sobre como era a experiência dos usuários ao acessar esses catálogos virtuais. Durante a feira, os leitores, a partir do *hotsite* criado, eram expostos aos livros e, quando desejavam acessar e baixar os títulos, eram direcionados aos sites das editoras.

Ainda no decorrer do evento alguns leitores reportaram à Editora Uemg problemas no acesso aos *e-books*, como *links* quebrados ou páginas fora do ar. Isso nos motivou a buscar

entender como se caracterizam essas editoras e a analisar a forma como as obras inscritas na feira eram disponibilizadas em seus sites, considerando aspectos que poderiam dificultar o acesso dos leitores e interessados em geral ao conteúdo produzido pelas editoras universitárias, particularmente aos livros de acesso aberto. Nossa conclusão foi de que, além de caracterizar essas editoras e seus sites, poderíamos alcançar uma compreensão a esse respeito se conseguíssemos chegar a uma forma de avaliação das páginas na internet em que os seus livros inscritos na feira eram expostos.

Desse modo, a partir da amostra da 1ª Feira do livro de acesso aberto, realizamos uma análise que contemplou a caracterização das editoras universitárias, de seus sites, das obras e das páginas dedicadas a intermediar o interesse dos leitores em potencial por esses títulos.

## 6.1 CARACTERIZAÇÃO DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS PARTICIPANTES E DOS RESPECTIVOS SITES

Para a análise proposta buscamos primeiramente identificar alguns aspectos de caracterização das editoras e de seus respectivos sites. Entre esses aspectos destacamos: a natureza da instituição à qual as editoras se vinculam – se instituições de ensino federais, estaduais, comunitárias ou privadas; o formato do site em que são hospedados os livros – se utilizam o formato padrão da instituição de ensino ou outros padrões, como o Open Monograph Press (OMP); a prática de comercialização de obras pelo site; a existência de uma seção ou ferramenta para localização dos títulos de acesso aberto; a explicitação de uma política voltada para esse tipo de publicação; e o tempo de atuação da editora.

## 6.2 CARACTERIZAÇÃO DOS LIVROS DE ACESSO ABERTO

Também nos dedicamos à caracterização dos *e-books* inscritos na feira, mapeando, além do título, os formatos disponíveis – PDF, ePub e outros formatos, como o XML; as áreas de conhecimento em que os livros se inserem – conforme as áreas definidas pela Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes); e os respectivos anos de publicação das obras.

Assim, foi possível analisar quais os formatos mais adotados para publicação de livros digitais gratuitos, quais as áreas do conhecimento mais contempladas neste tipo de

publicação e averiguar se houve períodos específicos em que a produção dos livros de acesso aberto foi intensificada.

### 6.3 ANÁLISE DOS REPOSITÓRIOS DE LIVROS DE ACESSO ABERTO DAS EDITORAS UNIVERSITÁRIAS

Um dos pressupostos definidos para a feira foi que os *e-books* não estivessem hospedados no site do evento, mas que fossem oferecidos os *links* para os arquivos nos sites das respectivas editoras (Figura 1). Essa decisão, por um lado, teve como objetivo aumentar o fluxo de acessos aos catálogos – mantendo, inclusive, o controle das métricas pelas editoras participantes –, e por outro, não sobrecarregar a capacidade de armazenamento das páginas da própria Editora Uemg.

Figura 1 - Exemplo da página de um livro na 1ª Feira do livro de acesso aberto



Fonte: Arquivo da Editora Uemg (2023).

Dessa forma, os usuários que desejassem fazer o *download* dos livros eram conduzidos diretamente à página da editora responsável. Esse aspecto da feira trouxe luz à arquitetura e funcionalidade desses sites, os quais possibilitaram um acesso mais ou menos facilitado aos *e-books*. A fim de analisar essas características, que tornam as interfaces “amigáveis” ou pouco “amigáveis”, recorreremos aos critérios dos estudos de Interface Humano-Computador (IHC), mais especificamente àqueles que concernem à usabilidade, tendo como referencial teórico o trabalho da pesquisadora Layla Hasan.

Em sua tese Hasan (2009) desenvolve um *framework* voltado para a análise de usabilidade de sites de comércio eletrônico a partir da revisão teórica acerca de testes de usuário e avaliação heurística<sup>9</sup> – de autores como Nielsen (2012), Jeffries *et al.* (1991) e Shneiderman e Plaisant (1998) – e das orientações expressas na ISO 9241-11. Além de compilar e analisar esses métodos, Hasan (2009) inclui a identificação de tipos específicos de problemas de usabilidade de sites dessa natureza, em uma abordagem centrada no *software* e nas ocorrências desses problemas.

Para a análise ora proposta, embora os livros expostos na feira não estivessem à venda, o leiaute deveria possibilitar uma experiência semelhante à do varejo físico, de *business-to-consumer* (B2C), em que o vendedor é uma organização e o comprador é um leitor individual. Dessa forma, é possível analisar as páginas que hospedam os *e-books* das editoras participantes da feira a partir do *framework* desenvolvido por Hasan (2009), cujos itens de análise estão detalhados no Quadro 1.

Quadro 1 - Itens do *framework* de análise de sites de *e-commerce*

Área do problema de usabilidade	Problema
Navegação	<i>Links</i> errados
	<i>Links</i> não óbvios
	<i>Links</i> quebrados
	Suporte de navegação ruim
	Páginas órfãs*
Busca interna**	-
Arquitetura	Estrutura pobre
	Ordem ilógica dos itens do menu
	Categorização ilógica dos itens do menu
Conteúdo	Existência de conteúdo irrelevante
	Informação imprecisa

<sup>9</sup> A avaliação heurística é um conceito desenvolvido por Jakob Nielsen e refere-se à identificação de problemas de usabilidade a partir do exame pormenorizado da adequação de uma interface aos princípios reconhecidos como as 10 heurísticas de usabilidade (Nielsen, 1992).

	Imprecisão gramatical
	Falta de informações sobre a instituição
	Falta de informações sobre os produtos
<i>Design</i>	Imagens enganosas
	<i>Design</i> da página inapropriado
	Estética ruim do <i>design</i>
	Imagens de baixa qualidade
	Falta de textos alternativos às imagens
	Imagens quebradas
	Escolha inapropriada de fontes e cores
	Títulos de página inapropriados
Aquisição***	Dificuldade em saber o que é necessário em alguns campos
	Dificuldade de distinguir entre campos obrigatórios e não-obrigatórios
	Dificuldade em saber quais <i>links</i> é necessário clicar
	Processo de aquisição demorado
	Problemas de sessão
	<i>Login</i> obrigatório
	Campos exigidos ilógicos
	Falta de informação esperada após a escolha do produto
Segurança e privacidade	Falta de política de segurança e privacidade
Acessibilidade e atendimento ao consumidor***	Não é fácil encontrar informações de atendimento ao consumidor
	Suporte em apenas uma língua
	Informações de atendimento inadequadas
	Inexistência de campo para comentários do consumidor

Consistência geral	<i>Layout</i> de página ou estilo/cores/terminologia/conteúdo inconsistentes
Recursos	Falta de informações e funções básicas

\* Páginas órfãs são aquelas que não possuem *links* diretos para elas. Como os mecanismos de pesquisa não podem encontrar páginas órfãs por meio de *links*, elas não são indexadas e não aparecem nos resultados de pesquisa.

\*\* Uma vez que a feira oferecia o *link* direto às páginas dos livros, o item de “Busca interna” é dispensado de análise no presente estudo.

\*\*\* Embora não haja a comercialização dos livros, o processo de escolha e *download* se assemelha a uma aquisição de um produto virtual, excluída a etapa de pagamento. Por isso, alguns dos itens dessas áreas foram omitidos.

Fonte: Adaptado de Hasan (2009).

A usabilidade, segundo o disposto na ISO 9241-11 (ABNT, 2002, p. 3), é a “medida na qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto específico de uso”. Assim, o *framework* desenvolvido por Hasan (2009) estrutura aspectos de usabilidade em sites de *e-commerce* a partir das áreas de: “navegação”, “arquitetura”, “conteúdo”, “*design*”, “aquisição”, “segurança e privacidade”, “acessibilidade e atendimento ao consumidor”, “consistência geral” e “recursos”, que englobam, respectivamente, os principais problemas de usabilidade encontrados nesse tipo de site.

## 7 ANÁLISE DE RESULTADOS

A análise do *corpus* do qual dispomos teve início aproximadamente seis meses depois da realização da 1ª Feira do livro de acesso aberto. Assim, algumas inconsistências posteriores à realização da feira foram constatadas, como sites ou *links* que não estavam mais disponíveis. Frequentemente as editoras disponibilizam seus títulos de acesso aberto em repositórios e outros sites alternativos, vale destacar.

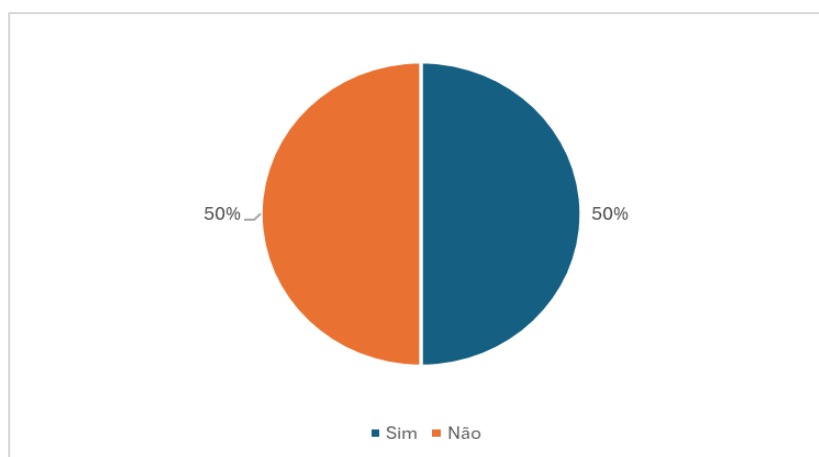
Outro contratempo importante de se assinalar se deu em relação à categorização de alguns livros. Para categorizar a área de conhecimento das obras inscritas na feira adotamos a própria classificação fornecida pelas editoras no ato de inscrição. Para cada livro inscrito era permitido utilizar duas categorias dentre as indicadas como áreas do conhecimento pela Capes, das quais a primeira (e principal) delas foi utilizada para a obtenção dos resultados apresentados. Assim, vale destacar que alguns equívocos foram observados e corrigidos no

*corpus* de análise, como livros para os quais as respectivas editoras não indicaram as áreas do conhecimento em que se enquadram ou enquadramento em área do conhecimento que claramente não correspondia à do livro inscrito.

### 7.1 ANÁLISE DA CARACTERIZAÇÃO DAS EDITORAS E DOS RESPECTIVOS SITES

Mesmo sendo editoras universitárias e ainda que a feira visasse aos catálogos de acesso aberto, pode-se verificar que em metade dos sites disponibilizados pelas editoras havia a possibilidade de comprar livros (Gráfico 1). Em alguns casos, nos quais, devido à baixa usabilidade do site, não seria possível a compra totalmente digitalizada, eram fornecidas instruções em forma de texto para que o consumidor informasse qual livro e quantas cópias desejava adquirir e o endereço de e-mail para envio de comprovantes ou mesmo contatos para tratar diretamente da venda de exemplares.

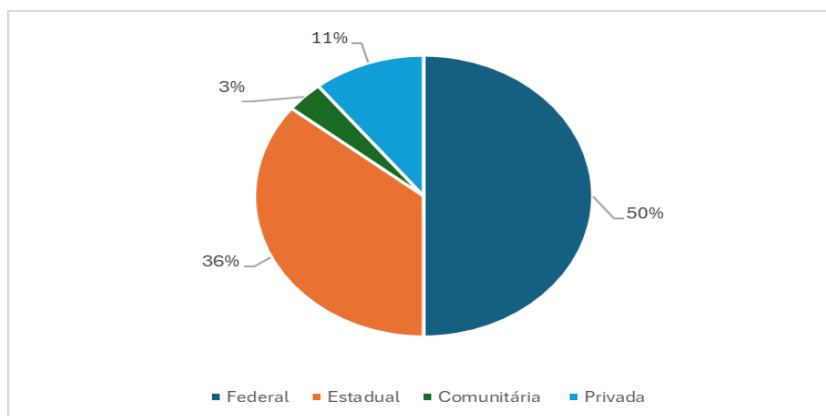
Gráfico 1 - Comercialização de livros



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa (2025).

Seguindo à análise dos dados obtidos com o enquadramento e classificação das editoras e de seus respectivos sites, notamos que 50% das editoras universitárias participantes da feira são vinculadas a instituições federais, 36% são vinculadas a instituições estaduais, 11% a instituições privadas e 3% a instituições comunitárias (Gráfico 2).

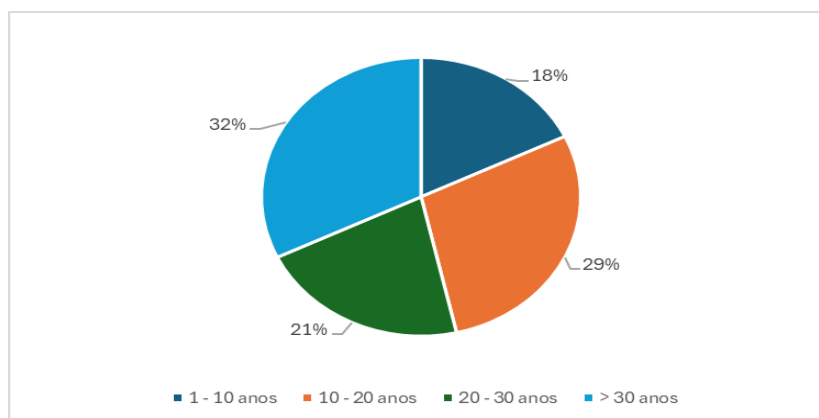
Gráfico 2 - Natureza de vinculação



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa (2025).

Foi analisado, ainda, o tempo de atuação das editoras, que revelou uma distribuição equilibrada (Gráfico 3): 32% das editoras analisadas tinham mais de 30 anos de atuação; 21% tinham de 20 a 30 anos de atuação; 29% tinham de 10 a 20 anos de atuação; e 18% tinham de 1 a 10 anos de atuação.

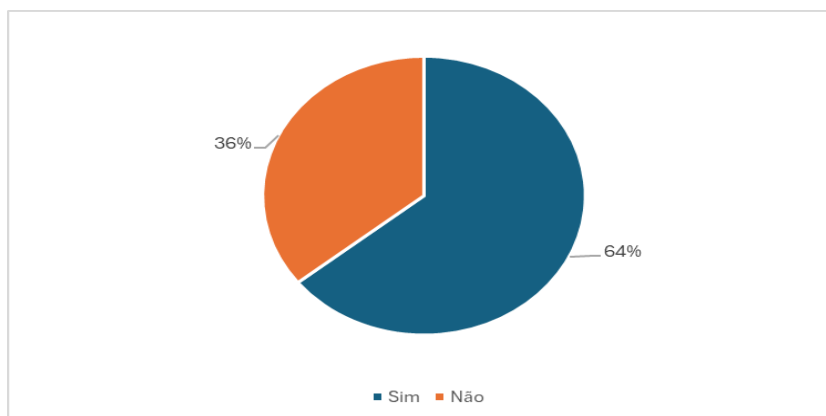
Gráfico 3 - Tempo de atuação



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa (2025).

Em relação ao formato do site – isto é, se o site da editora faz uso de um sistema padrão adotado pela instituição à qual é vinculada ou se possui um sistema desenvolvido para servir às próprias necessidades –, constatou-se que 64% das editoras fazem uso de sites de formato padrão e que 36% contam com um sistema próprio (Gráfico 4).

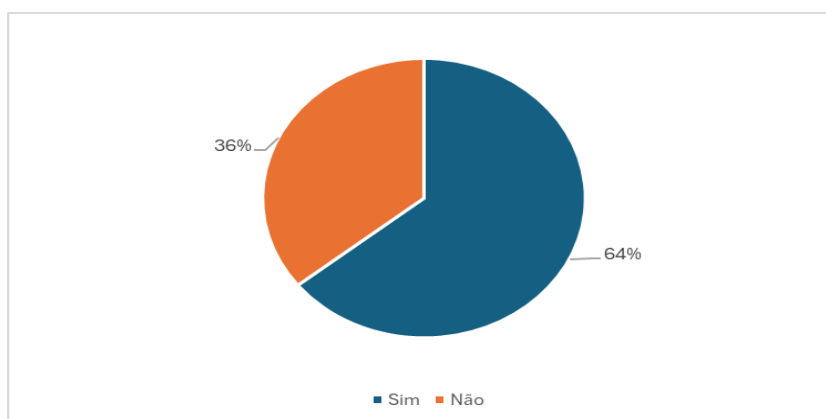
Gráfico 4 - Formato padrão do site



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa (2025).

Um aspecto interessante observado é que 64% das editoras analisadas contam, em seus sites, com seções dedicadas aos livros gratuitos, o que corrobora a ideia de que o acesso aberto é considerado como relevante para as editoras universitárias (Gráfico 5).

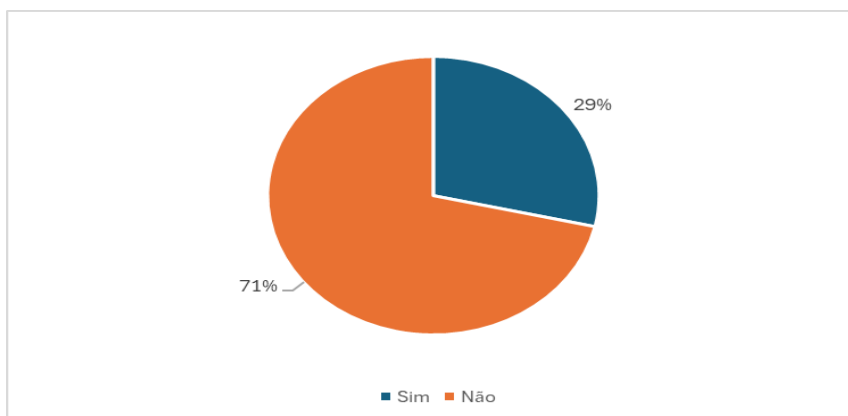
Gráfico 5 - Seção dedicada aos livros de acesso aberto



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa (2025).

Contudo, conforme ilustrado no Gráfico 6, 71% das editoras analisadas não contam, em seus sites, com informações dedicadas a elucidar qual é a sua visão de uma política de acesso aberto e suas implicações para o trabalho realizado.

Gráfico 6 - Política de acesso aberto disponível



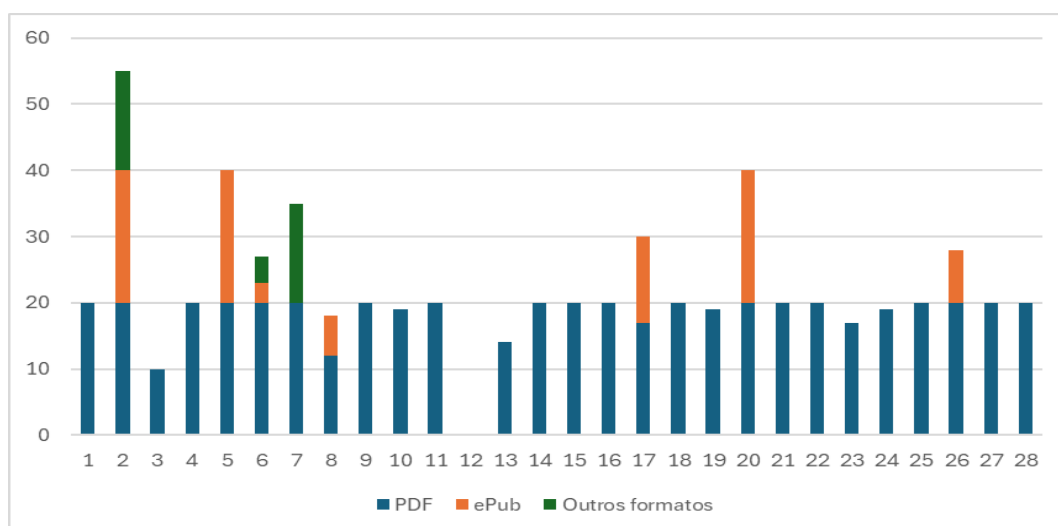
Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa (2025).

Tal constatação denota que, embora seja relevante para as editoras, não há, necessariamente, diretrizes claras sobre a questão e o seu papel nas editoras universitárias.

## 7.2 ANÁLISE DA CARACTERIZAÇÃO DOS LIVROS DE ACESSO ABERTO

Seguindo com a análise da caracterização das obras, verificamos que as editoras universitárias publicam, majoritariamente, livros digitais em PDF (Gráfico 7), sendo o ePub o segundo formato mais comum, seguido por outros formatos, como o XML.

Gráfico 7 - Livros por formato<sup>10</sup>

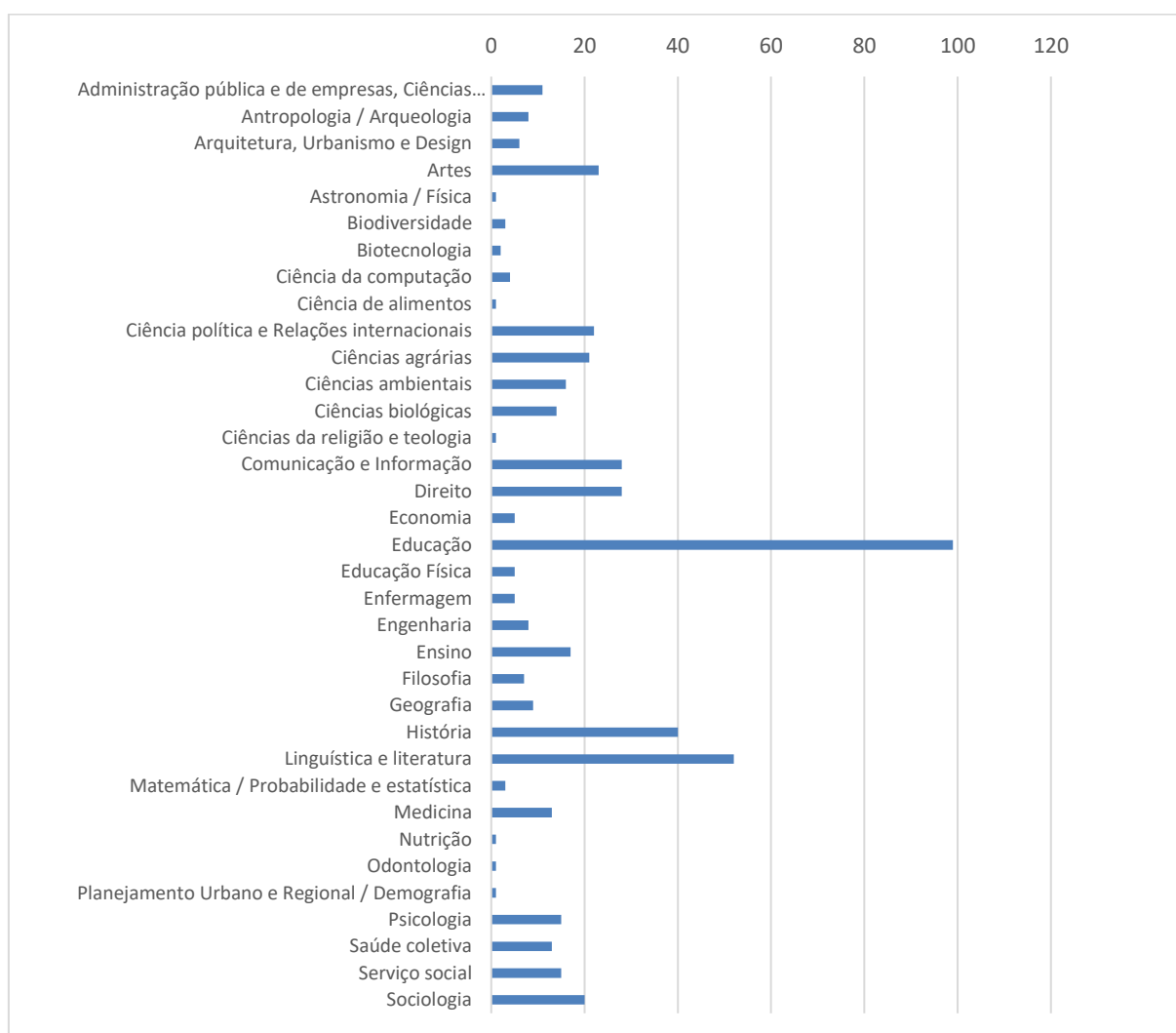


Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa (2025).

<sup>10</sup> A numeração do eixo horizontal do gráfico representa as 28 editoras analisadas, contudo, não foi possível proceder à caracterização dos livros da editora de número 12 devido à indisponibilidade das páginas dos respectivos *e-books* à época da análise.

O Gráfico 8 mostra a classificação das obras inscritas na feira por área do conhecimento. Dentre as áreas em que os livros se inserem, destaca-se a quantidade de obras enquadradas nas áreas de “Artes”, “Comunicação e Informação”, “Direito”, “História”, “Linguística e Literatura” e, em especial, “Educação” – esta última com 99 títulos.

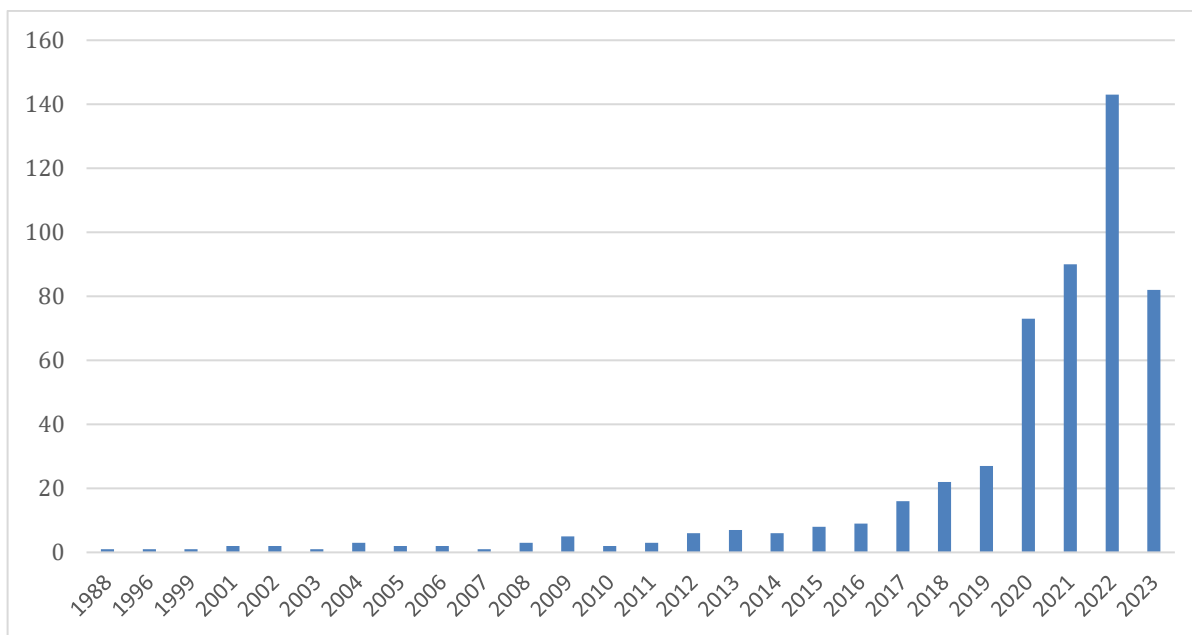
Gráfico 8 - Livros por área do conhecimento



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa (2025).

Por fim, o Gráfico 9, que mostra a soma dos livros por ano de publicação, leva à percepção de que a partir de 2017 as editoras universitárias aumentaram, de forma mais acelerada, a sua produção de títulos digitais de acesso aberto.

Gráfico 9 - Quantidade de livros por ano de publicação



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa (2025).

Ressalta-se que, como o levantamento de títulos para a feira ocorreu nos meses de agosto e setembro de 2023, o número de livros publicados nesse ano certamente é maior do que o apurado.

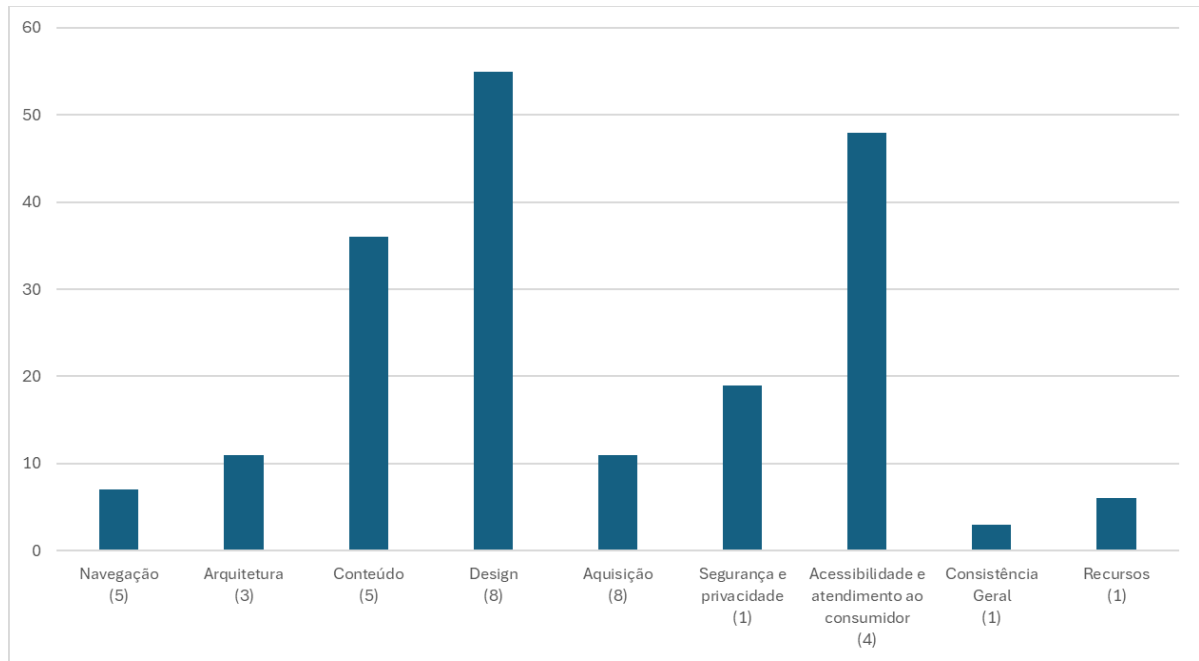
### 7.3 ANÁLISE DA CARACTERIZAÇÃO DOS SITES DE *E-COMMERCE*

Procedendo à análise dos sites, realizada a partir da adaptação do *framework* proposto por Hasan (2009), destacaram-se, conforme ilustrado pelo Gráfico 10, problemas relacionados às áreas de:

- a) Conteúdo – existência de conteúdo irrelevante, informação imprecisa, imprecisão gramatical, falta de informações sobre a instituição e falta de informações sobre os produtos;
- b) *Design* – imagens enganosas, *design* da página inapropriado, estética ruim do *design*, imagens de baixa qualidade, falta de textos alternativos às imagens, imagens quebradas, escolha inapropriada de fontes e cores e títulos de página inapropriados;
- c) Acessibilidade e atendimento ao consumidor – dificuldade em encontrar informações de atendimento ao consumidor, suporte em apenas uma língua,

informações de atendimento inadequadas e inexistência de campo para comentários do consumidor.

Gráfico 10 - Total de problemas de usabilidade apurados por área



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa (2025).

O Quadro 2 sintetiza os dados obtidos, relacionando o total de problemas possíveis de cada uma das áreas ao total de problemas apurados.

Quadro 2 - Relação entre problemas totais possíveis por área e problemas totais apurados<sup>11</sup>

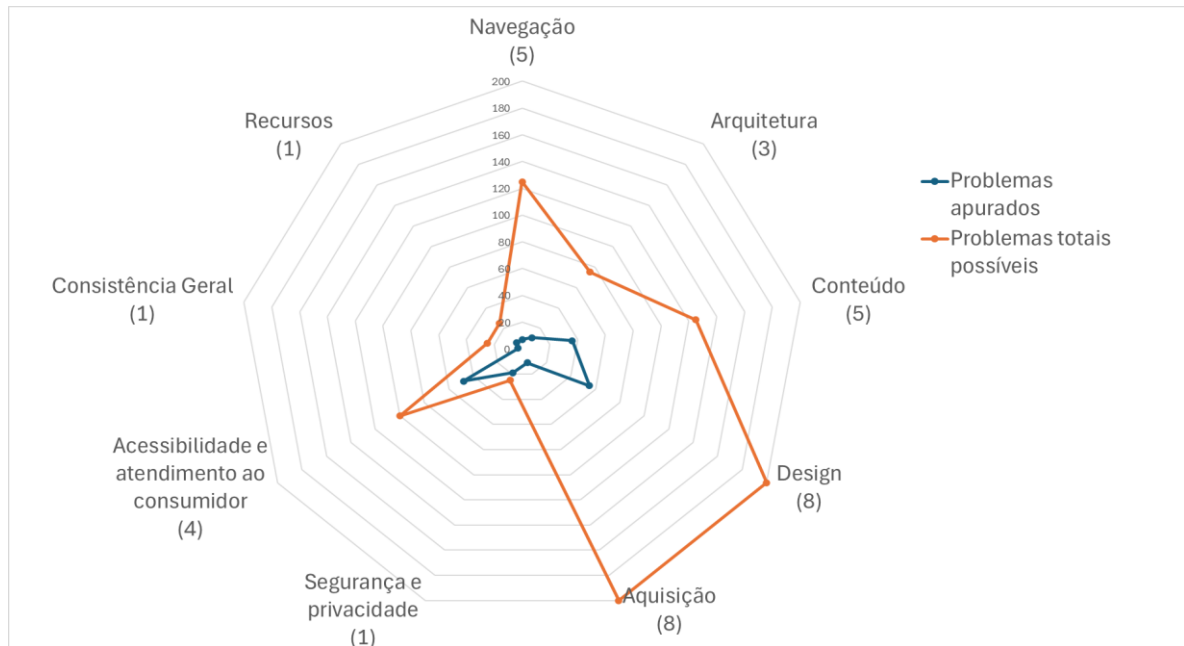
ÁREA DE PROBLEMA	PROBLEMAS POR ÁREA (CONFORME QUADRO 1)	PROBLEMAS TOTAIS APURADOS	PROBLEMAS TOTAIS POSSÍVEIS
Navegação	5	7	125
Arquitetura	3	11	75
Conteúdo	5	36	125
<i>Design</i>	8	55	200
Aquisição	8	11	200
Segurança e privacidade	1	19	25
Acessibilidade e atendimento ao consumidor	4	48	100
Consistência geral	1	3	25
Recursos	1	6	25
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>196</b>	<b>900</b>

Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa (2025).

O radar de problemas de usabilidade apurados sobre o total possível, por sua vez, dá uma dimensão do “peso” dos problemas de cada uma dessas áreas para a usabilidade das páginas em que ficam hospedados os livros de acesso aberto (Gráfico 11). Nele fica mais evidente, por exemplo, como a área de “*design*” comparada à de “aquisição” – que têm, cada uma, oito problemas relacionados – acumula problemas mais frequentemente. A área de “segurança e privacidade”, embora possua apenas um problema possível relacionado – falta de explicitação de uma política de segurança e privacidade –, contou com ocorrências constantes, sendo um problema verificado em 76% das editoras analisadas. Por último, destacamos a frequência com que foram constatados problemas relacionados à área de “acessibilidade e atendimento ao consumidor”, com predominância de questões como inexistência de campo para comentários do consumidor e informações de atendimento inadequadas.

<sup>11</sup> Os valores inseridos na coluna “PROBLEMAS POR ÁREA (CONFORME QUADRO 1)” representam a quantidade de problemas elencados no *framework* e relacionados às suas respectivas áreas (Hasan, 2009). Destacamos, ainda, que, do universo de 28 editoras inscritas na feira, não foi possível realizar a análise das páginas que hospedam os livros de três delas, devido ao fato de que os *links* enviados direcionavam os usuários diretamente para a página do PDF. Desse modo, por não podermos analisar as páginas “intermediárias”, dedicadas a mediar o interesse do leitor em potencial pelo conteúdo em questão, as obras dessas editoras foram suprimidas desta etapa da análise.

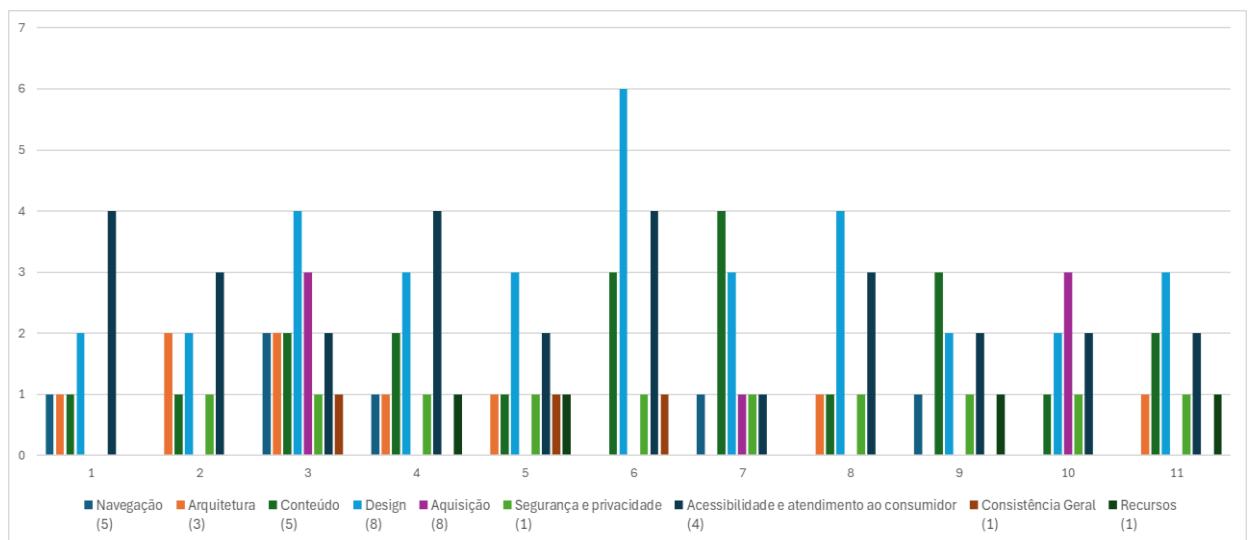
Gráfico 11 - Radar de problemas de usabilidade apurados por área sobre total possível



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados de pesquisa (2025).

Analisando as questões de usabilidade nas 11 editoras que mais problemas acumularam, confirmamos como são frágeis os aspectos relacionados a “design”, “acessibilidade e atendimento ao consumidor” e “conteúdo” (Gráfico 12).

Gráfico 12 - Problemas de usabilidade por área e por editora<sup>12</sup>



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados de pesquisa (2025).

<sup>12</sup> Considerando as 11 editoras que tiveram nove ou mais problemas de usabilidade identificados nas páginas de seus livros digitais.

Na área de “*design*”, além de serem comuns problemas como imagens de baixa qualidade e estética ruim do *design*, destacaram-se questões relacionadas à falta de textos alternativos às imagens e títulos de páginas inapropriados – que são fatores de ranqueamento de páginas na internet em mecanismos de pesquisa como o Google. Na área de “aquisição” o problema mais comum foi o processo de aquisição demorado, que, por vezes, exige que o usuário execute várias ações até conseguir acessar o conteúdo desejado, como cliques em diferentes campos até poder fazer a leitura direta no navegador ou o *download* do livro no formato escolhido. Na área de “segurança e privacidade” o problema se concentra na não explicitação de qual é a política de segurança e privacidade aplicada aos usuários. Já na área de “acessibilidade e atendimento ao consumidor” destacaram-se os problemas relacionados à inexistência de campo para comentários do consumidor e a informações de atendimento inadequadas, que se manifesta na inexistência ou falta de clareza a respeito das informações para contato com a editora.

Em suma, alguns dos problemas detectados com maior frequência na análise afetam de forma direta a facilidade com que os usuários conseguem identificar e acessar os conteúdos que procuram, além de influenciar no ranqueamento dessas páginas quando os usuários fazem buscas em mecanismos de pesquisa amplamente utilizados por pessoas que não necessariamente utilizam repositórios acadêmicos e outros bancos de conteúdos acadêmico-científicos.

## **8 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao analisar o percurso de atuação das editoras universitárias brasileiras, associando-o ao surgimento do movimento pelo *open access* – com destaque ao papel desempenhado pelas TDICs – à atuação da Editora Uemg e à realização da 1ª Feira do livro de acesso aberto e seus resultados, fica evidente a centralidade do acesso aberto para essas editoras, ajudando-as a superar barreiras históricas para a distribuição e reconhecimento dos títulos publicados, bem como para favorecer um de seus pressupostos; qual seja: a circulação do conhecimento e o desenvolvimento para o progresso científico, além da aproximação entre academia e sociedade.

Por outro lado – embora historicamente as editoras universitárias, além de restrições orçamentárias, não tenham como “vocação” o desenvolvimento de sistemas para disponibilização das obras –, atualizar práticas e métodos visando facilitar que os livros de acesso aberto sejam encontrados pelos usuários é fundamental para que o trabalho das editoras universitárias seja mais amplamente reconhecido pela sociedade.

Contudo, pela análise da caracterização das editoras mapeadas, de seus sites e das páginas em que disponibilizam seus catálogos e livros de acesso aberto, fica evidente que ainda há muito espaço para aprimoramento da usabilidade e para facilitar que mais pesquisadores e leitores em potencial acessem os materiais de acesso aberto.

Nesse sentido, principalmente as áreas de “*design*”, “conteúdo” e “acessibilidade e atendimento ao consumidor” concentram problemas de usabilidade que podem criar barreiras entre usuários e os títulos de acesso aberto. Muitos desses problemas poderiam ser solucionados com ações relativamente simples, de mudança e aprimoramento das páginas e sites nos quais as obras são hospedadas. Melhorias básicas no layout dos sites, na nomenclatura e disposição dos itens dos menus de navegação e dos *links* para os títulos, além da inserção de imagens de boa qualidade e de informações atualizadas e funcionais de atendimento, por exemplo, seriam importantes para impactar positivamente a usabilidade, resultando em maior facilidade para que os usuários consigam encontrar as obras. Outros aprimoramentos, como inclusão de texto alternativo às imagens e edição dos títulos das páginas *web* para que reflitam e se associem explicitamente aos produtos ofertados, podem ser determinantes para que as páginas alcancem um melhor desempenho e apareçam entre os primeiros resultados em plataformas de pesquisa como o Google.

Naturalmente, há o entendimento de que os recursos para promover melhorias nos sites e repositórios institucionais são escassos. Contudo, essas ações, de baixo custo, podem fazer uma grande diferença para o reconhecimento das editoras universitárias, especialmente para as que têm os sites e/ou repositórios como principais canais, ou mesmo meios exclusivos, de distribuição das obras. Assim, com este trabalho, procuramos contribuir para que profissionais de editoras universitárias, especialmente as que têm se dedicado ao acesso aberto, entendam a importância de se apropriarem das TDICs e consigam se orientar sobre

possíveis aprimoramentos em seus sites e páginas, buscando facilitar o caminho entre pesquisadores e leitores em geral e os livros gratuitos.

Por fim, destacamos a relevante contribuição da Feira do livro de acesso aberto para o atual cenário das editoras que dedicam parte ou a integralidade de seus catálogos ao *open access*. O evento, além de fomentar a discussão sobre o tema – por meio da divulgação de diversos conteúdos informativos –, efetivamente promoveu as editoras universitárias brasileiras que trabalham com esse segmento de publicações, bem como os seus títulos, levando-os ao conhecimento de milhares de pessoas ao direcionar os participantes da feira diretamente aos livros e aos catálogos das editoras. Desse modo, consideramos que o evento foi bem-sucedido em seu propósito de se valer das TDICs para aumentar a “encontrabilidade” dos livros de acesso aberto, uma vez que não basta que as publicações estejam *on-line*; tão importante quanto estar *on-line* é que elas possam ser encontradas e acessadas sem maiores dificuldades (Schultz *et al.*, 2019).

Atuando, portanto, como um mediador infocomunicacional, a Editora Uemg, através da Feira do livro de acesso aberto, facilitou a “encontrabilidade” dos títulos inscritos no evento ao “ampliar as possibilidades dos sujeitos em encontrar a informação por meio de diferentes ambientes e dispositivos” (Vechiato; Vidotti, 2014, p. 53).

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Roberia de Lourdes de Vasconcelos; ARAÚJO, Wagner Junqueira de. Livro digital nas editoras universitárias. **Revista Ibero-Americana de Ciência da Informação**, Brasília, v. 14, n. 13, p. 945-967, set./dez. 2021. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/37531>. Acesso em: 23 ago. 2024.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDITORAS UNIVERSITÁRIAS (Abeu). **Pesquisa Abeu 2021**. [São Paulo]: Abeu, 2021. Disponível em: [https://abeu.org.br/documents/7/Pesquisa\\_ABEU\\_2021.pdf](https://abeu.org.br/documents/7/Pesquisa_ABEU_2021.pdf). Acesso em: 28 jan. 2025.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **NBR ISO 9241-11**: requisitos ergonômicos para o trabalho com dispositivos de interação visual parte 11: orientações sobre usabilidade. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

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

CAJUEIRO, Roberta Liana Pimentel. **Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos: guia prático do estudante**. 1. ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 2013.

CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO (CBL). **Panorama do consumo de livros**: um estudo sobre o perfil e hábitos de compradores de livros no Brasil. [São Paulo]: Nielsen BookData, 2023. Disponível em: [https://cbl.org.br/wp-content/uploads/2024/02/1701890856753Pesquisa20Panorama20do20Consumo20de20Livros\\_para20publicaC3A7C3A3o\\_V1.pdf](https://cbl.org.br/wp-content/uploads/2024/02/1701890856753Pesquisa20Panorama20do20Consumo20de20Livros_para20publicaC3A7C3A3o_V1.pdf). Acesso em: 22 dez. 2024.

CENTRO REGIONAL PARA EL FOMENTO DEL LIBRO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (Cerlalc). **El sector editorial iberoamericano y la emergencia del COVID-19**: aproximación al impacto sobre el conjunto del sector y recomendaciones para su recuperación. Bogotá: Cerlalc-Unesco, 2020.

DIEGO GONZÁLEZ, José; WISCHENBART, Rudiger. **El espacio iberoamericano del libro 2018**. Bogotá: Cerlalc, 2019.

ENDO, Whaner. A pandemia da COVID-19 e o seu impacto na indústria do livro no Brasil. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 19, n. 43, p. 229-246, jul./dez., 2021. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/19734/209209215898>. Acesso em: 12 dez. 2024.

FAR, Alessandra El. **O livro e a leitura no Brasil**. São Paulo: Jorge Zahar Editor, 2006.

FRANCHETTI, Paulo. Editoras universitárias, até quando? **Revista USP**, São Paulo, n. 117, especial, [abr./maio/jun. 2018]. Disponível em: <https://jornal.usp.br/especial/revista-usp-117-editoras-universitarias-ate-quando>. Acesso em: 17 mar. 2024.

GÃAL, Lígia Parreira Muniz; MARTINS, Márcio Souza. Acesso aberto no contexto da pesquisa em Ciência da Informação. **TransInformação**, Campinas, v. 34, e220016, 2022. DOI: 10.1590/2318-0889202234e220016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tinf/a/s9z43WHqpXbncwvzrgmDKFj/?lang=pt>. Acesso em: 12 dez. 2024.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HALLEWELL, Laurence. **O livro no Brasil: sua história**. 3. ed. Tradução: Lólio Lourenço de Oliveira; Geraldo Gérson de Souza; Maria da Penha Villalobos. São Paulo: Edusp, 2012.

HASAN, Layla. **Usability evaluation framework for e-commerce websites in developing countries**. 2009. Tese (Doutorado em Filosofia) – Loughborough University, Loughborough, 2009. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/48353688\\_Usability\\_evaluation\\_framework\\_for\\_e-commerce\\_websites\\_in\\_developing\\_countries](https://www.researchgate.net/publication/48353688_Usability_evaluation_framework_for_e-commerce_websites_in_developing_countries). Acesso em: 10 dez. 2024.

INSTITUTO PRÓ-LIVRO (IPL). **Retratos da leitura no Brasil**. 6. ed. [São Paulo: IPL], 2024.

Disponível em: [https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%CC%A7a%CC%83o\\_Retratos\\_da\\_Leitura\\_2024\\_13-11\\_SITE.pdf](https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%CC%A7a%CC%83o_Retratos_da_Leitura_2024_13-11_SITE.pdf). Acesso em: 29 jan. 2025.

JEFFRIES, Robin *et al.* User interface evaluation in the real world: a comparison of four techniques. *In*: CHI91: CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, 1991, New Orleans. **Proceedings** [...]. New York: Association for Computing Machinery, 1991. p. 119-124. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/108844.108862>. Acesso em: 16 abr. 2024.

MARQUES NETO, José Castilho. A editora universitária, os livros do século XXI e seus leitores.

**Interface**: Comunicação, Saúde, Educação, Botucatu, n. 4, v. 7, ago. 2000. DOI:

10.1590/S1414-32832000000200025. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/icse/a/QTFVfRtwdNBKMG4XzdVnKSj/?lang=pt>. Acesso em: 10 dez. 2024.

MARQUES NETO, José Castilho; ROSA, Flávia Garcia. Editoras universitárias: academia ou mercado? Reflexões sobre um falso problema. *In*: BRAGANÇA, Aníbal; ABREU, Márcia (org.).

**Impresso no Brasil**: dois séculos de livros brasileiros. São Paulo: Editora Unesp, 2010. p. 331-347.

NIELSEN, Jakob. Finding usability problems through heuristic evaluation. *In*: CHI92:

CONFERENCE ON HUMAN FACTORS IN COMPUTING SYSTEMS, 1992, Monterey. **Proceedings** [...]. New York: Association for Computing Machinery, 1992. p. 373-380. Disponível em:

<https://course.ccs.neu.edu/is4300sp13/ssl/articles/p373-nielsen.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2024.

NIELSEN, Jakob. F. **Usability 101**: introduction to usability. [S. l.: s. n.], 2012. Disponível em:

<http://www.useit.com/alertbox/20030825.html>. Acesso em: 14 abr. 2024.

PINTO, Gabriella Nair Figueiredo Noronha; KYRILLOS NETO, Fuad. A Editora Uemg e sua

contribuição para a difusão do conhecimento. *In*: CHAMON, Magda Lúcia; PINHEIRO JÚNIOR, Fernando A. F. Sette; PINTO, Gabriella Nair Figueiredo Noronha (org.). **Coleção 30 anos**

**Uemg**: história da universidade. 1. ed. Belo Horizonte: Editora Uemg, 2019.

ROSA, Samuel Santos da; SILVA, Fabiano Couto Corrêa; PAVÃO, Caterina Marta Groposo.

Iniciativas de acesso aberto no combate à pandemia: dados abertos e propriedade intelectual na disseminação da informação e conhecimento. **Revista Digital de**

**Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, v. 19, n. 0, p. e021025, 2021.

DOI: 10.20396/rdbci.v19i00.8666880. Disponível em:

<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rdbci/article/view/8666880>. Acesso em: 8 nov. 2024.

SCHULTZ, Teresa Auch *et al.* Assessing the effectiveness of open access finding tools. **Information Technology and Libraries**, [Ann Arbor], v. 38, n. 3, p. 82-90, 2019. DOI: 10.6017/ital.v38i3.11109. Disponível em: <https://ital.corejournals.org/index.php/ital/article/view/11009/9699>. Acesso em: 11 fev. 2025.

SHNEIDERMAN, Ben; PLAISANT, Catherine. **Designing the user interface, strategies for effective human computer interaction**. 3. ed. Massachusetts: Addison Wesley, 1998.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. A pesquisa científica. *In*: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo (org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 31-42.

TEIXEIRA, Lilian Aguiar *et al.* Análise do panorama das editoras universitárias brasileiras referente a política de acesso aberto. **Páginas A&B: Arquivos e Bibliotecas**, Porto, série 3, n. especial Confoa, p. 176-179, 2021. DOI 0.21747/21836671/pagnesppk23. Disponível em: <https://ojs.letras.up.pt/index.php/paginasueb/article/view/10139/9658>. Acesso em: 3 abr. 2026.

THOMPSON, John B. **As guerras do livro: a revolução digital no mundo editorial**. 1. ed. São Paulo: Unesp, 2021.

TOMITCH, Lêda Maria Braga; TUMOLO, Celso Henrique Soufen. **Pesquisa em letras estrangeiras**. Florianópolis: LLE; CCE; UFSC, 2013.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS. **Política editorial: 2022-2026**. Belo Horizonte: Editora Uemg, [2022?]. Disponível em: <https://editora.uemg.br/quem-somos/documentos/category/10-politica-editorial>. Acesso em: 17 mar. 2024.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS. **Quem somos**. Belo Horizonte: Editora Uemg, [2026]. Disponível em: <https://editora.uemg.br/quem-somos>. Acesso em: 1º mar. 2024.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MINAS GERAIS. **Os números da 1ª Feira do livro de acesso aberto**. Belo Horizonte: Editora Uemg, 2023. Disponível em: <https://editora.uemg.br/quem-somos/blog/204-os-numeros-da-1-feira-do-livro-de-acesso-aberto>. Acesso em: 1º mar. 2024.

VECHIATO, Fernando Luiz; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio. Encontrabilidade da Informação: atributos e recomendações para ambientes informacionais digitais. **Informação & Tecnologia (ITEC)**, Marília, João Pessoa, v. 1, n. 2, p. 42-58, jul./dez. 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/itec/article/view/22099/12435>. Acesso em: 11 fev. 2025.

#### **Histórico do artigo:**

Submetido: 10 nov. 2025 | Aceito: 10 mar. 2026 | Publicado: 08 maio 2026.