

ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO E PRINCÍPIOS DE USABILIDADE: PROPOSTA DE UM MODELO DE ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO PARA WEBSITES DE TURISMO LGBTQ.

Email:
jjeanfernandes@gmail.com
matiaas97@gmail.com

Jean Fernandes Brito, Márcio Matias

Resumo

A proposta geral dessa pesquisa é propor um modelo de análise e desenvolvimento para websites de turismo LGBTQ com base das abordagens teóricas da Arquitetura da Informação e os princípios de usabilidade. A pesquisa tem como base as abordagens do método quadripolar, interagindo-se com os polos teórico, epistemológico, técnico e morfológico. Para a análise do objeto de estudo e o alcance dos resultados esperados, serão analisados os elementos da Arquitetura da Informação e de usabilidades em sete websites de turismo LGBTQ. Por meio do pré-teste notamos que os websites carecem de um sistema de rotulagem e de navegação capaz de estruturar as mensagens a serem disseminadas, com o uso adequado da convergência de linguagens e da Arquitetura da Informação. Como resultado da análise bibliográfica infere-se que os estudos em Arquitetura da Informação têm indicado que, se o projeto de construção de um ambiente digital é sistematizado a partir dos aparatos teóricos e práticos da Arquitetura da Informação, maiores serão a eficiência e eficácia no uso das informações. Conclui-se que a utilização de ambientes informacionais digitais para a disponibilização de informações turísticas para o público LGBT torna-se relevante, tendo em vista seu caráter informativo e a maior aproximação da instituição com seus usuários a partir desse ambiente colaborativo.

Palavras- chave: Arquitetura da Informação. Usabilidade. Turismo LGBTQ

Abstract

The general proposal of this research propose a model of analysis and development for LGBTQ tourism websites based on the theoretical approaches of Information Architecture and the principles of usability. The research is based on the approaches of the quadripolar method, interacting with the theoretical, epistemological, technical and morphological poles. For the analysis of the object of study and the achievement of the expected results, the elements of the Information Architecture and usability tests will be analyzed in seven LGBTQ tourism websites. Through the pretest we noticed that the LGBT Travel website lacks a labeling system and navigation capable of structuring the messages to be disseminated, with the adequate use of the convergence of languages and Information Architecture. As results of the bibliographic analysis, it is inferred that the studies in Information Architecture have indicated that, if the design of a digital environment is systematized from the theoretical and practical apparatuses of the Information Architecture, the greater the efficiency and effectiveness in the use of information. It is concluded that the use of digital information environments for the provision of tourist information to the LGBT public becomes relevant, due to its informative character and the greater approximation of the institution with its users from this collaborative environment.

Keywords: Information Architecture. Usability. LGBTQ Tourism

INTRODUÇÃO

Essa¹dissertação de mestrado insere-se na linha de pesquisa Informação, Gestão e Tecnologia do grupo de pesquisa Inteligência, Tecnologia e Informação (ITI-RG) do Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação (PGCIN) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e possui como temas gerais a **Arquitetura da Informação e Princípios de Usabilidade** e como tema específico a Arquitetura da Informação e sua aplicação em *websites* de turismo para o público das Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros, *Queer* (LGBTQ).

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) são alvo de estudos de diversas áreas do conhecimento, mas esta pesquisa está sendo desenvolvida no âmbito da Ciência da Informação (CI), e aborda questões que fazem parte de seu escopo, enfocando a pesquisa e identificadas por Saracevic (1997) como: efetividade; comunicação humana; conhecimento; registros do conhecimento; informação; necessidades de informação; usos da informação; contexto social; contexto institucional; contexto individual e tecnologia da informação.

Percebe-se, com o decorrer da história, que o desejo de criar é uma constante à espécie humana, permeando, na atualidade, a passagem dos meios analógicos às TIC, que englobam os meios digitais.

Nessa perspectiva esta pesquisa tomou como base o público LGBTQ, uma população ativa e que se utiliza das tecnologias digitais como forma de ampliar e acessar as suas demandas informacionais, se caracterizando como um movimento aberto que luta por um espaço igualitário na sociedade.

O movimento LGBT transformou-se nos últimos anos, em um dos movimentos sociais mais expressivos do país (VIANA, 2006). Segundo VIANA (2006) alguns traços dessa expressão são desenhados pela presença de suas “rotinas” de ações, de seus interesses, de seus aliados e da sua representação em diversos espaços da sociedade, levando em conta o uso das tecnologias em seus diversos contextos, como Turismo, Relacionamentos e Fóruns de discussão.

Um ponto chave desse projeto de pesquisa é a característica intrínseca do fenômeno do turismo. O Turista LGBTQ deseja conhecer uma realidade, com práticas e dinâmicas próprias, que transmita sensações prazerosas e singulares, que possibilite o contato com distintos contextos culturais e ou alternativos ao seu convívio diário. (TRIGO, 2009).

Estas práticas podem ser observadas nos websites de turismo LGBT, onde propiciam as interações e conexões estabelecidas entre os usuários por processos de apropriação e uso do ambiente digital e também pelas interações através de trocas sociais entre os envolvidos, como afirma Viana (2006). Assim o público LGBT demanda por uma Arquitetura da Informação específica, que atenda as suas necessidades incluindo os seus rótulos e símbolos linguísticos

¹ Projeto de qualificação aprovado no dia 07 de dezembro de 2017 e é realizado pelo Programa de Pós Graduação em Ciência da Informação (PGCIN) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

(citação verbal)² um ambiente de troca de informações turísticas para esse público em questão.

Neste sentido, esta pesquisa tem como objeto de pesquisa os *websites* de turismo LGBTQ e busca entender como a Arquitetura da Informação e a Usabilidade pode contribuir para a melhoria desses websites visando à otimização do acesso as informações turísticas.

Oliveira e Vidotti (2016) apresentam a ideia de Arquitetura da Informação como uma forma de enxergar e analisar os sites da web e as intranets como sendo ‘um todo’. Trata-se de um ambiente de informação digital que justapõe, articula e integra as partes de organização, de rotulagem, de busca, de navegação e de representação da informação, produzindo um ambiente em que o usuário possa acessar e apropriar de informações de natureza digital.

Podemos considerar como problema desta pesquisa os aspectos que permeiam a ansiedade informacional, resultado da interação entre usuários e ambientes informacionais digitais que apresentam conteúdos informacionais com estruturas e linguagens a uma comunidade específica, no caso a comunidade LGBTQ, considerando a disposição das informações, vocabulário utilizado e qualidade do conteúdo podem influenciar na satisfação do usuário quando este interage nos websites.

Após as considerações apresentadas, indagamos: Como um website de turismo LGBTQ pode ser construído e planejado sob a ótica da Arquitetura da Informação e usabilidade?

Assim o objetivo geral dessa pesquisa se constitui em Propor um modelo de análise e desenvolvimento para websites de turismo LGBTQ baseado em princípios da Arquitetura da Informação e Usabilidade.

2 ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO E PRINCÍPIOS DE USABILIDADE

A preocupação sobre como lidar com a quantidade de informações às quais devemos ter acesso de verdade, apresentada por Brown e Duguid (2001), somada à grande dificuldade de encontrar informação relevante, apresentada por Marcondes e Sayão (2002) promove uma ansiedade de informação e assim surge a necessidade de repensar as formas de disponibilizar informação em ambiente Web.

A ansiedade de informação, segundo Wurman (2003, p. 38), “[...] é o resultado da distância cada vez maior entre o que compreendemos e o que achamos que deveríamos compreender”. É o buraco negro que existe entre dados e conhecimento, e ocorre quando a informação não nos diz o que queremos ou precisamos saber.

Com o surgimento de novas mídias e dispositivos digitais de comunicação, surgiram também novos desafios e tentativas de solucioná-los. Neste sentido, princípios da ergonomia e usabilidade que eram aplicados a produtos físicos e interfaces de equipamentos mecânicos, analógicos ou mesmo digitais com baixo nível de complexidade, foram adaptados contexto emergente da época, sendo complementados por novos conceitos.

A Usabilidade, no contexto deste trabalho, refere-se à qualidade de interação entre os usuários e os ambientes informacionais digitais no momento do uso. Partindo dessa premissa, podemos sugerir que este estudo está intimamente relacionado à IHC (Interação Humano Computador) e Arquitetura da Informação (VECHIATO, 2010).

² Fala do professor Henry Poncio Cruz Oliveira no XVIII ENANCIB – Unesp Marília, 2017.

Sob essa perspectiva vale destacar a importância de estudar a Arquitetura da Informação no contexto da *World Wide Web*

Os estudos relacionados à Arquitetura da Informação (AI) permitem compreender a estruturação e a organização da informação disponibilizada em ambientes informacionais digitais, bem como sua facilidade de acesso e uso, ou seja, sua acessibilidade e usabilidade, respectivamente. (VECHIATO, 2010, p.14)

Revisitando o contexto histórico da Arquitetura da informação, vale destacar que a expressão **Arquitetura da Informação** foi popularizada na década de 1970 por Richard Saul Wurman, um estudioso formado em Arquitetura, que passou a aplicar os fundamentos da disciplina na organização da informação. Na época, o autor definiu a expressão como sendo “uma estrutura ou *mapa de informação*, permitindo as pessoas/usuários encontrar os seus caminhos para a construção em ambientes informacionais” CAMARGO, 2010, p. (38, grifo nosso).

Nas últimas décadas, houve um crescimento nas publicações sobre o tema Arquitetura da Informação, o que ficou evidenciado por um número importante de livros publicados, nos quais autores como, Wodtke (2003) e (2009), Brown (2003), Van Dijck (2003), McCool (2007), Batley (2007), Rosenfeld e Morville (2006), Vidotti, Cusin e Corradi (2008), Camargo e Vidotti (2011), Vechiato e Vidotti (2015), Rosenfeld, Morville e Arango, (2015); Oliveira, Vidotti e Bentes (2015), assim como muitos outros, trataram de apresentar as suas definições sobre o termo “Arquitetura da Informação”, mas, sua maior contribuição foi na apresentação de soluções práticas da arquitetura da informação e na construção e criação de ambientes de informação digitais (ALVAREZ, 2017).

Os autores consideram que um projeto de Arquitetura da Informação deve compreender e atender as três variáveis: **o contexto, o conteúdo e os usuários**, sendo que a intersecção destas três variáveis resulta no desenvolvimento de estruturas de informação que facilitem e agilizem o acesso à informação, integrando as necessidades e expectativas dos desenvolvedores e do público-alvo do ambiente projetado.

O estabelecimento de uma interligação entre contexto, conteúdo e usuário é parte essencial para a o desenvolvimento de todo o projeto de Arquitetura da Informação, elemento também destacado por Vidotti, Cusin e Corradi (2008, p.182) quando discorrem que a:

Arquitetura da Informação enfoca a organização de conteúdos informacionais e as formas de armazenamento e preservação (sistemas de organização), representação, descrição e classificação (sistema de rotulagem, metadados, tesouro e vocabulário controlado), recuperação (sistema de busca), objetivando a criação de um sistema de interação (sistema de navegação) no qual o usuário deve interagir facilmente (usabilidade) com autonomia no acesso e uso do conteúdo (acessibilidade) no ambiente hipermídia informacional digital.

Deste modo essas variáveis, bem como as suas interdependências, “[...] são únicas para cada *web site*. O papel da Arquitetura da Informação é conseguir balanceá-la para que a

informação certa seja acessada pela pessoa certa no momento certo”. (SILVA e DIAS 2008, p.5; INAFUKO 2013, p.37).

Assim, concatenando o objeto da pesquisa com a tríade Conteúdo, Contexto e Usuário, elaboramos a seguinte figura



Figura 3: Tríade no contexto da pesquisa

Fonte: Elaborada pelo autor, 2017.

O **conteúdo** dos *websites* são informações turísticas, no **contexto** do público LGBT e para a os **usuários** comunidade LGBT e os Simpatizantes.

A estrutura de interface e de conteúdo de um website de turismo LGBT difere de um website de turismo convencional, na medida em que apresenta uma linguagem textual e imagética específica para esse público

3 *TURISMO LGBTQ*

O segmento LGBTQ, “seja no lazer, turismo, moda, artes ou entretenimento, surge no

contexto maior dos avanços de cidadania, liberdade individual e pluralismo democrático que caracterizaram o final do século XX.” (TRIGO, 2009, p. 144). Conforme apontou, em reportagem, Sousa (2012), segundo pesquisa da *inSearch* Tendências e Estudos de Mercado, estima-se que a população LGBT no Brasil é de 18 milhões de pessoas, das quais 78% possui cartão de crédito e gastam até 30% mais em consumo do que os heterossexuais. Entretanto, esse nicho ainda não é explorado como deveria.

A atividade turística vem ganhando grande importância econômica e social no Brasil e no mundo, gerando emprego, renda e proporcionando uma grande troca de experiências e culturas.

O conceito de turismo pode ser estudado de diversas perspectivas e disciplinas, há que se destacar a definição que foi adotada pela OMT (Organização Mundial do Turismo):

“O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”.

Para melhor planejamento e operacionalização do Turismo, ele foi dividido em segmentações que ajudam a melhor satisfazer os desejos e as necessidades da demanda específica. Elas derivam nas mais diferentes opções, como por exemplo, cultural, gastronômico, religioso, de eventos, de negócios, ecoturismo, LGBT entre outros. Ou seja, cada grupo, tem necessidades e desejos diferentes, e essa divisão é necessária para que haja melhor aproveitamento durante a atividade turística.

Para essa classificação e divisão em segmentos de consumidores de produtos turísticos podem-se encontrar classificações diferentes entre os autores conforme Horner e Swarbrooke (2002), Kuazaqui (2001), Ignarra (2003) e Montejano (2001) explicam que, para estabelecer um segmento, uma empresa ou instituição precisa analisar vários critérios. Além disso, a classificação feita pode apresentar eficácia em diferentes níveis para as empresas.

Essa segmentação é a base necessária segundo Trevisan (2006) para que a população LGBT seja abordado em sua profundidade, pois sua própria vivência possibilita infinitas experiências individuais e coletivas: o contato com culturas diversas, paisagens naturais, equipamentos turísticos e de lazer, entre outros. O homossexual não está excluído dessas possibilidades, pelo contrário, este estudo demonstra que o turismo voltado aos homossexuais é um mercado potencial em todo o mundo, e para entendê-lo é necessária a quebra de paradigmas encontrados com certa frequência no turismo denominado tradicional.

O Turismo LGBT muitas vezes gera uma grande fonte de conhecimento, pois nos possibilita rever conceitos morais, sociais, etc. A falta de conhecimento, é sem dúvida a principal responsável pela formação de opiniões distorcidas a respeito da homossexualidade, levando muitas vezes às associações errôneas entre Turismo LGBT e Turismo Sexual.

Ainda, observa-se que as identidades sexuais trazidas pelo movimento LGBT abriram caminhos para a tendência de consumo, traduzindo em produtos e serviços os desejos desses grupos, que são evidenciadas nos websites.

Os turistas LGBT, em sua maioria, conforme apontam pesquisas anteriores (OLIVEIRA, L. 2002; REINAUDO; BACELLAR 2008), possuem alto nível de escolaridade e remuneração elevada, quando comparado com a média das outras pessoas. Consomem bastante, são exigentes,

bem informados e, na maioria das vezes, não tem filhos, fazendo com que a renda do casal homossexual seja dobrada em relação aos casais convencionais.

Ainda de acordo com a pesquisa acima referenciada, esse público geralmente não possui filhos e a renda de um casal homoafetivo é dobrada, considerando que não têm gastos idênticos ao de uma família tradicional. Viajam a lazer em média três vezes por ano, em qualquer período, para dentro e fora do país. Segundo afirma Trigo:

Viajar é um dos prazeres mais intensos do ser humano. O outro é o sexo. [...] Estar com a pessoa desejada em um lugar idealizado desfrutando das amplas possibilidades sensoriais de tempo, espaço e estilo são o que origina esses raros momentos de perfeição existencial que ficam na memória até a eternidade. (TRIGO, 2009, p. 141).

Nesse contexto, percebe-se que o segmento homossexual, abonado, é um dos que mais usufrui dessa prerrogativa, viajar utilizando-se de roteiros turísticos que atendam sua demanda, com destinos onde possa ser bem acolhido, inserido na sociedade local, sem formar guetos. Ainda conforme Trigo (2009, p. 149) “A conquista dos espaços gays na sociedade passou pelo mercado, sendo o setor que mais cresce em todo mundo”.

Um ponto forte das relações do público LGBT é a Parada do Orgulho Gay. Segundo Guzzo (2013, p. 2) “é uma manifestação social, que possui como objetivo principal a garantia dos direitos civis da população de lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais”, sendo a principal reivindicação contida no evento o combate à homofobia, lesbofobia e transfobia.

Guzzo (2013) destaca que a história da Parada Gay inicia-se no dia 28 de junho de 1969. Neste dia homossexuais presentes em um bar de Nova York, chamado Stonewall Inn, conhecido por ser frequentado pela comunidade LGBT, se revoltaram violentamente com o apoio de dois mil civis contra uma batida policial, na época, corriqueira, que tinha a intenção de prender sem motivo legal os frequentadores do bar que estivessem travestidos. Porém desta vez, houve uma reação popular em massa inesperada. Esta data se tornou então, o Dia Internacional do Orgulho LGBT.

Figura 13: Parada do Orgulho LGBTQ em São Paulo, 2017.



Fonte: Parada Gay, 2017.

Segundo a Associação da Parada do Orgulho LGBT de São Paulo (APOLGBT SP) a festa esse ano (2017) reuniu mais de três milhões de pessoas e movimentou cerca de 45 milhões de reais.

Por fim, destacamos que o turismo LGBT tem se constituído de grande importância no cenário comercial e de entretenimento na área de consumo de lazer e serviços, e tem uma característica fundamental que é fomentar a visibilidade e luta contra a homofobia que ainda é muito intenso em algumas partes do mundo.

4 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa está sustentada com respaldo do método quadripolar devido à sua dinâmica e flexibilidade, e possibilidade de integração entre os polos. Segundo Vechiato (2013, p. 122) esse método:

foi proposto por Paul De Bruyne, Jacques Herman e Marc De Schoutheete¹³, da Universidade de Louvain, Bélgica, em 1974, com vistas a se constituir como instrumento de investigação de um novo paradigma para as Ciências Humanas e Sociais, sendo em 2002 sugerido por Silva e Ribeiro (2002) como dispositivo metodológico global para a Ciência da Informação.

Nesse contexto Vechiato (2014) considera que a aplicação do Método Quadripolar na CI surgiu também da necessidade de se compreender o aspecto humano e social no contexto do Ciclo da Informação. Ao pensar no público LGBTQ como foga essa pesquisa, resgatamos essa ideia, amalgamando a Arquitetura da Informação e princípios de usabilidade;

Como foi apresentada anteriormente, a dinâmica investigativa do método quadripolar resulta em quatro polos que interagem entre si, quais sejam: polo epistemológico, o polo teórico, o polo técnico e o polo morfológico (SILVA, 2006).

Quadro 1: Definições do Método Quadripolar

Polos	Definição
Polo Epistemológico	Apresenta construção do objeto científico e definição dos limites da problemática de investigação, dando-se uma constante reformulação dos parâmetros discursivos dos paradigmas e dos critérios de cientificidade que orientam todo o processo de investigação.
Polo Teórico	Apresenta a centralidade da racionalidade do sujeito que conhece e aborda o objeto, bem como a postulação das leis, a formulação, de hipóteses, teorias e conceitos operatórios e consequente confirmação do contexto teórico.
Polo Técnico	Apresenta-se por via instrumental, o contato com a realidade objetivada aferindo-se a capacidade de validação do dispositivo

	metodológico, sendo que se desenvolvem operações cruciais como a observação de casos de variáveis e avaliação retrospectiva e prospectiva, sempre tendo em vista a confirmação ou refutação das leis postuladas, das teorias elaboradas e dos conceitos operatórios formulados.
Polo Morfológico	Apresenta a formalização dos resultados da investigação, através da representação do objeto em estudo e da exposição de todo o processo de pesquisa e análise que permitiu a construção científica em torno dele.

Fonte: (SILVA, 2006, p.154-155, grifos do autor, tradução nossa).

A pesquisa se caracteriza como aplicada. E será realizada análise em ambientes informacionais digitais para o público LGBTQ bem como a consolidação das bases teóricas para a construção do modelo.

As etapas da para o desenvolvimento da pesquisa se apresentam da seguinte maneira:

- Base teóricas para elaboração da pesquisa ;
- Websites de turismo LGBTQ para análise dos elementos da Arquitetura da Informação e princípios de usabilidade;
- Identificação dos termos utilizados pela comunidade LGBTQ nos websites selecionados para a pesquisa
- Identificação os problemas de Arquitetura da Informação e Usabilidade;
- Proposição do modelo teórico de análise e desenvolvimento para websites de turismo LGBTQ com base nos elementos da Arquitetura da Informação e Usabilidade.

5 RESULTADOS E CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Por meio do pré-teste notamos que os websites analisados carecem de um sistema de rotulagem e de navegação capaz de estruturar as mensagens a serem disseminadas, com o uso adequado da convergência de linguagens e da Arquitetura da Informação, voltados à comunidade LGBTQ.

Além disso, observou-se o crescimento do acesso aos websites por públicos diferenciados, o que corrobora para a inserção da comunidade LGBTQ nas atividades mostrando as dimensões abrangentes que esse público atingiu nos últimos anos

Como resultado da análise bibliográfica infere-se que os estudos em Arquitetura da Informação têm indicado que, se o projeto de construção de um ambiente digital é sistematizado a partir dos aparatos teóricos e práticos da Arquitetura da Informação, maiores serão a eficiência e eficácia no uso das informações, considerando o público alvo a ser atingido.

Conclui-se que a utilização de ambientes informacionais digitais para a disponibilização de informações turísticas para o público LGBTQ torna-se relevante, tendo em vista seu caráter informativo e a maior aproximação da instituição com seus usuários a partir desse ambiente colaborativo.

REFERÊNCIAS

ALVAREZ, E. B. **Sistemas de Recomendação para bibliotecas universitárias**: um aporte teórica da Arquitetura da Informação. 2017. 181. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2017.

CAMARGO, L. S. A. de. **Metodologia de desenvolvimento de ambientes informacionais digitais a partir dos princípios da arquitetura da informação**. 2010. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista. 2010.

HORNER, S.; SWARBROOKE, J. O comportamento do consumidor no turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. Introdução ao Turismo. São Paulo: Ed. Roca, 2009

OLIVEIRA, Luciano Amaral. Turismo para gays e lésbicas: uma viagem reflexiva. São Paulo: Roca, 2002.

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

SILVA, A. M. da. RIBEIRO, F. Das documentais à Ciência da Informação: ensaio epistemológico para um novo modelo curricular. Porto: Ed. Afrontamento, 2002.

SILVA, A. M. da. A informação: da compreensão do fenómeno e construção do objecto científico. Porto: Ed. Afrontamento, 2006.

TRIGO, Luiz. Ascensão do prazer na sociedade atual: turismo GLS. In: ANSARAH, Marília Gomes; NETTO, Alexandre. Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas. Barueru: Manoele, 2009

VECHIATO, Fernando Luiz. **Encontrabilidade da informação**: contributo para uma conceituação no campo da Ciência da Informação. 2013. 206f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação)- Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2013.

VIANA, M. R. Lutas sociais e redes de movimentos no final do século XX. **Revista Serviço Social e Sociedade**, n. 64. São Paulo: Cortez, 2000.

VIDOTTI, S. A. B. G; CUSIN, C. A.; CORRADI, J. A. M. Acessibilidade digital sob o prisma da Arquitetura da Informação. In: GUIMARÃES, J. A. C.; FUJITA, M. S. L. **Ensino e pesquisa em Biblioteconomia no Brasil**: a emergência de um novo olhar. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2008.

