**ASHAYAN: Uma análise para o desenvolvido de uma plataforma de conteúdo literário**

Thiago Pereira Cruz – FATEC[[1]](#footnote-1)

Renato Viturino da Silva– FATEC[[2]](#footnote-2)

Sonia Regina Barbosa – FATEC[[3]](#footnote-3)

**RESUMO**

ASHAYAN é um projeto de plataforma de conteúdo literário que tem por objetivo ser uma aplicação web e um aplicativo mobile para pesquisadores, estudantes e leitores com interesse nas culturas periféricas e representatividade negra. Surge com a questão: ‘Como a tecnologia da informação pode promover conectividade entre pessoas por meio de conteúdos literários interativos e dinâmicos?’. A partir desta questão outra se apresentaram, abordando a natureza histórica, pedagógica, social e política sobre o tema, justificando a importância de se estimular o interesse dos usuários digitais pela leitura e consumo de conteúdo literário. Assim sendo, seus objetivos gerais são: propor a unificação das necessidades de conhecimento de forma gamificada e promover a união entre diversos públicos-alvo por meio de assuntos referentes ao universo literário’. O estudo trata de uma pesquisa aplicada, com uma abordagem qualitativa, e enquadra-se como uma pesquisa descritiva. Para o procedimento de coleta de dados utilizou-se a pesquisa bibliográfica. Os resultados mostram que entre as empresas estudadas (Google, Saraiva e Kindle) nenhuma apresentaram com totalidade recursos que as tornassem concorrentes diretos, portanto, recomenda-se o desenvolvimento de uma buscador, analisador de tipos de conteúdo, assistente digital, virtualização de semana temática e feiras literárias, incrementar o leitor de texto e implementar recursos de acessibilidade para promover uma leitura universal.

**Palavras-chave:** Conteúdo Literário. Plataforma Digital. Expressividade Étnico Social. Gamificação.

***ABSTRACT***

*ASHAYAN is a project of a platform of literary content, which aims to be a web application and a mobile app for researchers, students and readers interested in the suburbian culture and black representativity.* *It was conceived with the question: ‘How can information technology promote connectivity among people through dynamic and interactive literary content?’* *From this question, others emerged, about the historical, pedagogical, social and political nature of the subject, justifying the importance of incentivizing digital users' interest in reading and the acquisition of literary content .That said, the general objectives are: propose the unification of the necessities of knowledge in a gamified and promote a link between different target audiences through subjects related to the literary universe.* *The study is about an applicable research, with a qualitative approach and fits as a descriptive research. For the procedure of data collecting a bibliographic research was conducted. The results show that among the studied companies (Google, Saraiva and Kindle), none showed enough resources to prove they are direct competitors. Therefore, we recommend the development of a searching tool, content verifier digital assistant, virtualization of thematic weeks and literary vacations, upgrade the text reader and implement accessibility resources to promote a universal reading.*

***Keywords:*** *Literary Content. Digital Platform. Ethnic Social Expressivity.Gamification.*

# INTRODUÇÃO

Apresenta-se, por meio deste artigo, os aspectos teóricos da pesquisa desenvolvida no âmbito do curso de Sistemas da Fatec Carapicuíba, que tem por objetivo o desenvolvimento de uma plataforma de conteúdo literário, projetada como uma aplicação web e um aplicativo mobile, para pesquisadores, estudantes e leitores das comunidades periféricas e negra de língua portuguesa denominada ASHAYAN[[4]](#footnote-4).

O trabalho propõe um diálogo entre os temas relacionados à expressividade e representatividade das comunidades periféricas e negras e o consumo de conteúdo literário por meio da tecnologia da informação.

Por meio da pesquisa bibliográfica, o foco em se trabalhar com as comunidades periféricas e negra se potencializa por diversos fatores, entre eles a possibilidade generalização conceitual ‘comunidades periféricas e negra’ por meio da intersecção desses grupos que estão relacionados à estereótipos e preconceitos produto do racismo estrutural[[5]](#footnote-5), tema largamente estudado por sociólogos e historiadores e que por conta das limitações do formato deste artigo não será desenvolvido. Uma compreensão acurada sobre estereótipos e preconceitos (frutos do racismo estrutural) pode ser alcançada por meio da obra do grupo Racionais MCs. Recentemente publicado e já inserido na lista de leitura obrigatória para vestibulares da Unicamp, o livro “Sobrevivendo ao Inferno” que leva o mesmo nome do CD lançado em 1997, retrata a condição de vida nas comunidades periféricas, de maioria populacional afro-decente, assim com o peso identitário que uma marginalização de um estereótipo possa causar (OLIVEIRA, SEGRETO e CABRAL, 2013, p. 14 - 25).

As estratégias de sobrevivência e superação da situação sócio econômica desta comunidade (aqui, dividida em dois grupos: periféricas e negra) podem ser entendidas pelo conceito de Cultura de Massa de Adorno[[6]](#footnote-6) que explica como duas direções se apresentam, um grupo (comunidades periféricas) também chamadas de ‘Nova Classe C’ recria um conceito do início da sociedade onde a burguesia apropriava-se do estilo de vida da nobreza, reproduzindo princípios e valores próprios da classe dominante. (SILVA, 2014, p. 13). O outro grupo, a comunidade negra, desenvolveu soluções de comercialização interno, conceito associado ao *black money*[[7]](#footnote-7) (em português, dinheiro negro). Onde aplicam-se dois dos seus principais conceito, o primeiro sendo, que a comunidade negra daria prioridade de compra à afroempreendedores e o segundo que a comunidade negra só utilizaria seu poder de consumo em empresas que as a represente (LIMA e BENEVIDES, 2017, p. 5 - 9).

A Tecnologia da Informação aqui representada pela plataforma digital de conteúdo literário no âmbito deste trabalho é um modelo de negócio desenvolvido de forma que atenda à diversos focos, tendo como estrutura conceitos de usabilidade e design de interfaces para que transmita facilidade de utilização, rápida memorização de suas funcionalidades e rapidez de execução.

Com a finalidade de encontrar concorrentes diretos e indiretos para esta plataforma foi utilizado o buscador Google, onde obteve-se dez resultados, sendo 4 *links* para serviços denominados por plataformas literárias, porém, caracterizavam-se como comércio eletrônico e os outros 6 tratavam de reportagem dos quatro primeiros itens ou *blogs* dedicados ao objeto livro e não ao conteúdo literário. Após essa descoberta utilizamos os repositórios CAPES (Catálogo de Teses e Dissertações) e o SciELO (catálogo de artigos científicos), onde os resultados em ambos os casos foram nulos. Desta forma, observa-se uma imprecisão terminológica na utilização do conceito plataforma, uma variedade de produtos e serviços.

Com a finalidade de se unificar as comunidades periféricas e negra por meio da utilização das comunidades utilizando-se dos conceitos das redes sociais, todavia, utiliza-se dos relatos dos autores independentes para que as comunidades citadas acima possam se sentir familiarizadas e afáveis para interagir seja com o autor ou agregar suas experiências de vida que tenha haver com o conteúdo, assim sendo, concretiza-se a **questão norteadora da pesquisa:** ‘Como a tecnologia da informação pode promover conectividade entre pessoas por meio de conteúdos literários interativos e dinâmicos?’ A partir desta questão surgem-se outras questões sobre a natureza histórica, pedagógica, social, cultural, econômica e política a respeito da plataforma de conteúdo literário. Para solucionar essas questões tem-se por **objetivos gerais:** unificar as necessidades de conhecimento de forma gamificada, promover a união entre diversos públicos-alvo através de assuntos referentes ao universo literário. Onde os **objetivos específicos** foram: desenvolver um buscador; desenvolver um buscador externo; desenvolver um ‘*listener*’; disponibilizar serviço de customização para perfil do usuário; analisador de texto para conteúdos ofensivos; desenvolver um moderador automatizado; implementar um sistema de votação; desenvolver uma assistente digital; favorecer interação com autores independentes; gerar virtualização de feiras literárias e semanas temáticas; utilizar o conceito de gamificação; desenvolver um leitor de texto e implementar recursos de acessibilidade no projeto

A produção de ASHAYAN se **justifica**, entre outros argumentos, pela sua característica inovadora de promover expressividade e representatividade das comunidades periféricas e negra por conta do caráter independente dos geradores de conteúdo, bem como pela sua atualidade relacionada ao consumo digital na era contemporânea.

O item introdução no qual explica-se a necessidade de se abordar dois temas, senso o primeiro a expressividade e representatividade das comunidades periféricas e negra e o segundo a importância de se utilizar uma plataforma de conteúdo literário para unificar os públicos-alvo. Também foi levantada a possível incompatibilidade com o conceito ‘plataforma literária’, onde foi visto que a maioria dos serviços encontrados por esse nome nos buscadores acabaram se tornando uma livraria digital.

Na sessão referencial teórico são apresentadas as definições dos conceitos de leitura e sistema, onde utilizou-se o sistema *Helios Voting*, como exemplo, também se utiliza de conceitos de redes sociais e gamificação. Em desenvolvimento serão explicitados os procedimentos adotados após a definição das linguagens HTML, CSS, PHP JavaScript e seus *frameworks*. Na parte destinada à apresentação dos Resultados e Discussão é apresentada a interface web e mobile de ASHAYAN, os principais concorrentes indiretos, assim quais são os itens que os concorrentes têm em comum com ASHAYAN. Nas Conclusões são apontadas as possiblidades para a implementação no mercado de realidade virtual, assim como a viabilidade no investimento de publicidades relacionadas aos públicos-alvo.

# FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na sessão fundamentação teórica são apresentadas as definições: leitura segundo que (SIM-SIM, 2007, p. 5), a leitura é a construção do significado de algum material escrito , a definição de sistema segundo (SILVA, PIRES e NETO, 2015, p. 2 - 4),sistema é uma aplicação focada em sanar apenas uma única questão, assim como sua exemplificação, também foram tratados os conceitos de redes sociais e gamificação.

Leitura compreendida como uma criação do significado que a pessoa que está lendo tem ao ler algo material escrito. De acordo com o Programa Internacional de Avaliação de Estudante (PISA)[[8]](#footnote-8) de 2015, cerca de 50,99% dos estudantes ficaram abaixo do nível 2 em proficiência em leitura, o que reflete as dificuldades sofrida pelos professores em relação ao conhecimento literário, onde um dos maiores motivos para o índice tão baixo esteja na falta de interesse do aluno perante a leitura (BISPO, 2017).

Um fator que poderia auxiliar a incentivar o consumo literário entre os estudantes seria o sistema de votação sobre melhores autores, obras ou assunto. O protagonismo dos leitores se daria de duas maneiras, a primeira na seleção e escolha das obras a serem lidas e a segunda utilização dos resultados gerados pela interação dos usuários onde possivelmente haveria um incentivo dos próprios alunos para que suas publicações fossem vistas. O fator apresentado acima, insere-se naquilo que se concebe como ‘era digital’, onde se vê que a interação entre os usuários é importante como forma de resultados qualitativos, conforme pode ser observado na sessão 3. Para o mercado, o interesse de investir altas quantias para atrair mais clientes e convertê-los em ‘famílias’, fazendo-se uma Gestão de Mídias Sociais, mais especificamente, a utilização de redes sociais compreendidas como um local de trocas de informações e experiências em primeira pessoa (MADEIRA e GALLUCCI, 2009, p. 5 - 12).

A concepção de (RIBEIRO, 2010, p. 21) sobre rede social refere-se à situação em que duas ou mais pessoas mantem uma interação por meio de dispositivos conectados pela internet. Está situação tornou-se mais corriqueiro à medida que as pessoas começaram a utilizar cada vez mais serviços digitais, um estudo recente publicado pelo serviço Nielsen Online[[9]](#footnote-9) aponta que a cada 4 minutos dedicados na internet, 1 minuto vai para as mídias sociais (sites, redes sociais, blogs, etc.). Como exemplo das tendências da Gestão de Mídias Sociais e a interação dos usuários, para a votação de melhores autores ou conteúdos apresenta-se o *Helios Voting*[[10]](#footnote-10). Este sistema enaltece as entre as diferenças de sistemas e plataformas, o fato do sistema conter um único foco de ação mercadológica, ou seja, suas ações são específicas para um determinado segmento, assim como o *Helios Votting.*

Voltando ao tema do desinteresse dos alunos em relação à leitura uma solução que poderia contribuir aumentar esse interesse pode ser o emprego da gamificação onde seria aplicado no ambiente escolar. Entre os diferentes tipos de jogos, os elementos que podem ser utilizados à ASHAYAN é o RPG. Esse estilo de jogo quando aplicados ao conceito do mito do herói[[11]](#footnote-11), gera ao aluno uma identificação com o autor ou a obra. Pode-se ressaltar, que por meio das histórias a interatividade é favorecida de forma que a participação do jogador por onda das experiências obtidas por meios de jogos de estilos como o RPG, geram uma independência, ASHAYAN gera aos usuários possibilidade de interagir com diferentes situações e com isso personalizar sua experiência.

No ambiente físicos , projetos voltados para o conteúdo literário são mais escassos, entretanto, é possível citar a Feira Literária “Acesse Emoções”, onde no dia 17 de Novembro de 2017, a equipe de gestores e professores da EMEF Pedro Falcão Lopes promoveu o evento “Acesse Emoções”, do qual foi palco para que conteúdos literários fossem tratados de forma lúdica e interativa (músicas, filmes e atividades recreativas), além do incentivo à escrita (PLANT, 2017).

# Procedimentos metodológicos

A sessão apresenta as características da pesquisa de modo a classificá-la quanto à sua natureza, à abordagem do problema, ao objetivo geral bem como os procedimentos técnicos; na sequência são apresentas as etapas do desenvolvimento da pesquisa e as fontes utilizadas.

## 3.1 Classificação da pesquisa

A pesquisa classificou-se como aplicada em relação a sua natureza pois, consiste na realização de trabalho cuja sua finalidade são novos conhecimentos e dirigida para um fim prático (BENTO, 2004, p. 197); qualitativa em relação ao seu dinamismo entre os resultados apresentados sobre os públicos-alvo e sua aplicabilidade em uma plataforma de conteúdo literário, logo, a entende-se por pesquisa qualitativa a atribuição de fenômenos e significados, onde não requer métodos ou análise estatística; descritiva quanto ao seu objetivo geral que são ‘unificar as necessidades de conhecimento de forma gamificada, promover a união entre diversos públicos-alvo através de assuntos referentes ao universo literário’, definida como a forma de descrever as características de determinada população ou fenômeno e estabelece relações entre as variáveis apresentadas, este estilo de pesquisa é utilizado para aumentar os conhecimentos sobre as caraterísticas de um problema; por fim a pesquisa bibliográfica foi utilizada nos procedimentos técnicos, já que foi elaborada a partir de fontes secundárias. (RODRIGUES, 2005, p. 37 - 38).

## 3.2 Etapas do desenvolvimento da pesquisa

Etapa 1 - Definição do tema, elaboração do problema de pesquisa e dos objetivos.

Etapa 2 - Realização da revisão bibliográfica sistematizada : Retomada do tema, conceitos centrais, explicitação do objeto e problema da pesquisa; Retomada do tema, conceitos centrais, explicitação do objeto e problema da pesquisa; Escolha das expressões ou palavras chaves; Identificação dos filtros e dos operadores lógicos de cada local de pesquisa; Registro de busca contendo palavras chaves, ocorrências utilizadas e descartadas; Análise dos trabalhos selecionados para integrarem a pesquisa; Os trabalhos selecionados são agrupados por afinidade de tema; Identificação das categorias que emergiram do levantamento; Descrição de cada uma das categorias e Quantificação e apresentação gráfica dos resultados da pesquisa.

Etapa 3 - Análise de benchmarking para identificação dos concorrentes diretos e indiretos

Etapa 4 - Estudo do recorte imagético para a criação da comunicação visual

Etapa 5 - Definição das linguagens e ferramentas tecnológica com base no projeto pedagógico do curso

Etapa 6 - Redação do trabalho de graduação posteriormente colocado na forma de artigo científico.

As fontes utilizadas foram artigos científicos, teses e dissertações, reportagens e matérias de jornais e livros.

# DESENVOLVIMENTO

Nesta sessão pode ser visto a escolha das linguagens e banco de dados para uma produção da plataforma literária, possíveis mudanças seguindo as tendências tecnológicas, forma de interação, forma de preservação do usuário perante agressões virtuais. Com as linguagens HTML, CSS, PHP JavaScript e seus frameworks como base do desenvolvimento, a decisão do banco de dados ASHYAN para armazenamento das informações, após algumas pesquisas, preferiu-se trabalhar com o MySQL. A justificativa para essa escolha está no fato de ser uma linguagem gratuita e que aplicações SQL[[12]](#footnote-12) ainda têm um grande peso no mercado de TI, entretanto, nota-se indícios de uma possível mudança de paradigmas onde o NoSQL lidere as opções das maiores produtoras de serviços e produtos digitais.

Nesta versão da plataforma de conteúdo literário não contará com uma inteligência artificial, entretanto, a intenção de trabalhar com os assuntos referentes à gestão de redes sociais com técnicas de utilização em bancos de dados para conseguir estruturar uma estratégia de transmissão da experiência de individualidade e customização ao usuário.

Com as informações apresentadas até o momento, a ambientação a respeito de como a estrutura codificada e a estrutura lógica foram planejadas, porém, ainda há a necessidade de se estudar de forma mais aprofundada estruturas encontradas comumente em jogos para garantir a manutenção dos aspectos da ludicidade como estratégia do desenvolvimento do conhecimento, para que a plataforma tenha traços de interatividade e dinamismo o uso de gamificação no conteúdo literário pode se ser usado. Desta forma, além de uma experiência individualizada, o consumidor terá a possibilidade de interagir de uma forma personalizada nesta plataforma, assim, com o tempo e mais habilidoso, o utilizador da plataforma conseguiria tomar decisões de acordo com suas ações dentro da plataforma, também sendo guias dentro de suas comunidades preferidas.

Entende-se que a liberdade de expressão do indivíduo seja no mundo físico ou digital algumas vezes acaba sendo mal interpretada, por esta razão, faz-se necessária a criação de uma maneira de vasculhar os conteúdos e comentários, para que possamos identificar qualquer conteúdo ofensivo ou algum surgimento de comunidade *hater*.

Por fim a pesquisa que deu origem à esta plataforma de conteúdo literário nota a necessidade em se trabalhar com mecanismos para que viabilizem a leitura de forma que a informação transmitida assim como a experiência projetada possa ser aproveitada sem maiores restrições, como por exemplo, questões ligadas à acessibilidade na leitura.

# RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta sessão revelam-se a logo de ASHAYAN, assim como seus layouts para aplicação web (incluindo o modo daltônico), aplicativo mobile. Ao longo da pesquisa também são tratados os aspectos das empresas Google, Amazon e Facebook como concorrentes indiretos, além do levantamento dos principais itens do objetivo específicos em relação à sua concorrência com os serviços de leitura das empresas Google, Kindle e Saraiva.

ASHYAN se visa o mercado de marketing, como uma construção de branding, ou seja, considera-se necessária a criação de formas de fidelização dos clientes neste trabalho. (PAIVA, 2005, p. 9 - 11). Assim é necessário pensar em aspectos que envolvem uma marca como seu nome, diferenciação, assim como formas de fixação da mensagem por meio subliminar, como por exemplo Gestalt ou teoria das cores (RIBEIRO, 2005, p. 15 - 27).

Figura 1 - Símbolo e Nome da plataforma de conteúdo literário

Uma imagem contendo sinal, ao ar livre, céu, parar

Descrição gerada automaticamente

Fonte: Imagem elaborada pelos autores

Tendo em vista que a comunicação visual embasa-se em símbolos da estética africana, a consolidação da estrutura da aplicação web embasa-se em uma atmosfera onde o leitor consiga ler, assim sendo, a razão para se pensar na interface do qual o usuário acessará é um trabalho de múltiplas divisões e métricas, uma delas por exemplo, a norma ISO (*International Standards Organisation* ou Organização Internacional de Padrões) 9241 define uma interface como uma medida qualitativa onde um produto é utilizado por diferentes usuários e seus objetivos são alcançados com eficácia (MOREIRA, BOTELHO e FERNANDES, 2016, p. 1 - 3).

Figura 2 - Interface Web de ASHAYAN



Fonte: Imagem elaborada pelos autores

Nota-se que as interface projetada para pessoas com baixa visão ou daltônicos ainda são raras (principalmente se tratando de daltonismo), gerando assim uma carência de produtos ou serviços que não sejam adaptados, ou seja, que não sejam feitos como forma de uma versão especial, mas sim produtos de qualidade que mesmo em sua forma acessível ainda mantém as mesmas caraterísticas e qualidades (SANTANA, 2017). Desta forma ASHYAN possui um modo daltônico, onde toda a interface se adapta tanto para os níveis de daltonismo quanto para outras variedades de deficiências visuais.

Figura 3 - Interface Web de ASHAYAN em modo de acessibilidade

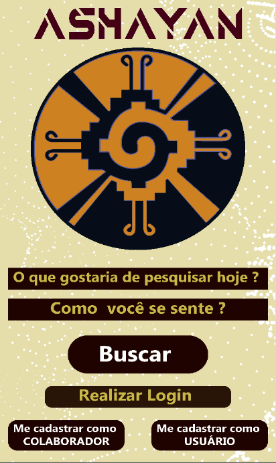
Uma imagem contendo livro, texto, comida

Descrição gerada automaticamente

Fonte: Imagem elaborada pelos autores

Além das aplicações web, a usabilidade pode ser utilizada em diferentes meios digitais, no caso do mobile por exemplo. Entretanto, talvez faz-se necessário aplicar dez princípios ao plano de estratégia no momento de se pensar em projetar interfaces para dispositivos móveis, esses princípios são: coerência (DALFOVO, 2018, p. 36 - 37). Essas métricas são aplicadas em ASHAYAN de forma que a intenção da interface é a representação da facilidade de utilização, como para utilização das funcionalidades, pois considera-se que a fluidez de utilização em uma plataforma de conteúdo literário possa contribuir para aceitabilidade do produto.

Figura 4 - Layout do aplicativo ASHAYAN



Fonte: Imagem elaborada pelos autores

Conforme já visto a competitividade empresarial é uma das ferramentas mais eficientes e fundamentais para a produtividade de um projeto, desta forma o *benchmarking*  [[13]](#footnote-13)acaba sendo a técnica mais indicada para essa questão. Onde entende-se que concorrente direto seja a empresa que disponibilize o mesmo produto ou serviço para o mesmo público-alvo, pode-se incluir a mesma faixa de preço, por exemplo. Ao se avaliar o Google, a Amazon e o Facebook, sendo esses os principais concorrentes indiretos de ASHYAN, onde o Google também oferece um buscador, a Amazon uma assistente virtual e o Facebook grupos de debate vê-se que esta plataforma tem 50 % de chances de se tornar uma concorrente direta da Amazon.

Figura 5 - Porcentagem da probabilidade em relação à concorrentes diretos

Fonte: Gráfico elaborado pelos autores

Ao se embasar na pesquisa da Retratos da Leitura no Brasil de 2016, aumentou-se o número de leitores, onde estima-se cerca de 104,7 milhões de brasileiros (56% da população acima dos 5 anos de idade) leram ao menos trechos de livros nos últimos meses. Quando se compara com o ano de 2011 onde o incide era de 50%, logo, no ano de 2016 cada brasileira leu em média 4, 96 livros, onde mais ampliou-se o consumo por literatura foram as regiões Sul, Sudeste, Centro Oeste e Norte, no Nordeste a população leitora se manteve a mesma de 2011 e consumo per capita caiu de 4,3 para 3,93 livros (LEONARDO NETO, 2016). Entretanto o Lev Saraiva Online possui 7 das funcionalidades, totalizando 58,3% e o Kindle Online Reader possui 8 das funcionalidades, totalizando assim aproximadamente 66,7%. Esses dados mostram que ao analisar ASHAYAN apenas como uma plataforma de consumo literário há o risco de se tornar um concorrente indireto da Kindle.

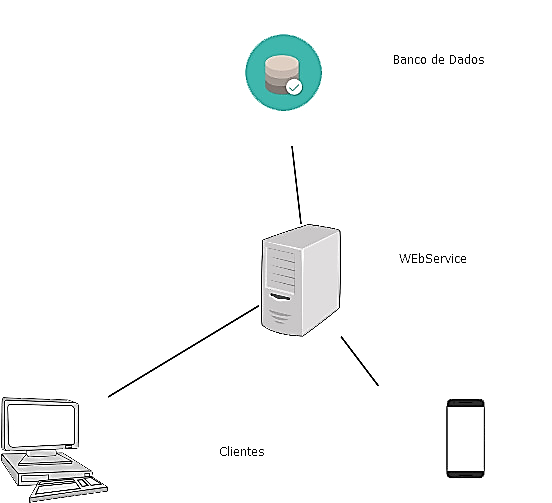
Tabela 1 - Principais Leitores de conteúdo literário

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Funcionalidades de um leitor de livro** | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
|  | **Google livros** |  | **Lev Saraiva online** |  | **Kindle online Reader** |
|  |  |  |  |  |  |
| **Funcionalidades** | **Análise** |  | **Análise** |  | **Análise** |
| Tipos De Visualização | Possui |  | Possui |  | Possui |
| Tipo De Fonte | Possui |  | Não possui |  | Não possui |
| Tipo De Fonte Estilizada | Possui |  | Possui |  | Possui |
| Tipo De Tamanho De Fonte | Possui |  | Possui |  | Possui |
| Tipo De Alinhamento | Não possui |  | Não possui |  | Possui |
| Pesquisa | Possui |  | Possui |  | Possui |
| Nota | Não possui |  | Possui |  | Possui |
| Marcador De Texto | Possui |  | Possui |  | Possui |
| Modo Daltônico (Troca Fundo) | Não possui |  | Não possui |  | Possui |
| Auto Publicação | Não possui |  | Possui |  | Não possui |
| Leitor Por Voz | Não possui |  | Não possui |  | Não possui |

Fonte: Elaborada pelos autores

Por fim, é valido ressaltar que as regras de ASHAYAN é estruturada por uma arquitetura de *web services,* onde uma das principais vantagens está em sua flexibilidade, ou seja, se várias empresas ou funcionalidades utilizam linguagens diferentes para executar um projeto uma possível solução seria a arquitetura orientada a serviços SOA, pois assim a comunicação tecnológica poderia ser mais harmônica (TREINA WEB, 2017).

Figura 6 - Arquitetura De ASHAYAN



Fonte: Imagem elaborada pelos autores

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve por objetivo apresentar os aspectos teóricos de dimensões socioculturais, tecnológicos e mercadológicos de uma plataforma de conteúdo literário. Foi fato o da importância de se oferecer continuidade de solução em um trabalho posterior desenvolvendo um sistema para aprimorar os aspectos da pesquisa qualitativa, desta forma seria possível compreender de forma mais ampla as necessidades dos públicos-alvo. Assim como a utilização das possiblidades vindas da união dos meios digitais e virtuais poderiam favorecer ao ensino, onde o professor poderia utilizar da ludicidade para desenvolver suas aulas, ampliando o conceito de imersão ao conteúdo literário. Outra possibilidade está na oferecer recursos de personalização ao conteúdo literário, principalmente ao utilizar obras literárias livres de direitos autorais.

Dois aspectos que ainda estão na fase de pesquisa é a assistente virtual que estará em ASHYAN, pelo fato dessa assistente ser projetada para representar a cultura afro-brasileira de forma que não fique caricato ainda carece de maiores estudos assim com manter uma cultura ‘da convergência entre as diferentes plataformas. Finalmente concluí-se que a plataforma ASHAYAN é uma proposta viável, atendendo aos anseios de alunos, professores, pesquisadores e público com relação as práticas de ensino literário sobre culturas periféricas e representatividade negra. Sugere-se, portanto, a continuidade do projeto.

# Referências

BENTO, C. A. A Escrita E O Sujeito: Uma Leitura À Luz De Lacan. **SciELO**, 2004. Disponivel em: <http://www.scielo.br/pdf/pusp/v15n1-2/a20v1512.pdf>. Acesso em: 25 Novembro 2018.

BISPO, D. S. Semana Literária Na Escola: Uma Proposta De Incentivo À Leitura. **SET**, 2017. ISSN: 2179-0663. Disponivel em: <https://eventos.set.edu.br/index.php/enfope/article/view/5344>. Acesso em: 6 Novembro 2018.

CLIMACO, F. Linguagem SQL: Extraindo informação de qualidade com SQL. **DEVMEDIA**, 2014. Disponivel em: <https://www.devmedia.com.br/linguagem-sql-extraindo-informacao-de-qualidade-com-sql/31396>. Acesso em: 03 Novembro 2018.

CRUZ, A. Jornal USP. **USP implanta sistema inédito de votação eletrônica**, 2017. Disponivel em: <https://jornal.usp.br/institucional/usp-implanta-sistema-inedito-de-votacao-eletronica/>. Acesso em: 5 Novembro 2018.

DALFOVO, K. R. Projeto De Interface Gráfica Para Aplicativo Mobile De Gestão Informatizada E Controle De Produção De Ostras. **UFSC**, 2018. Disponivel em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/187589/Relat%C3%B3rio\_PCC\_2\_-\_Kayan\_Dalfovo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 16 Novembro 2018.

DINO. Dia da Consciência Negra: Movimento *Black Money* já é realidade no mercado brasileiro. **Exame Abril**, 2017. Disponivel em: <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/dia-da-consciencia-negra-movimento-black-money-ja-e-realidade-no-mercado-brasileiro/>. Acesso em: 12 Novembro 2018.

ENSAIOS E NOTAS. Campbell: O herói de mil faces. **Ensaios e Notas**, 2018. Disponivel em: <https://ensaiosenotas.com/2018/09/19/campbell-o-heroi-das-mil-faces/>. Acesso em: 15 Novembro 2018.

FERNANDES, F. F. *et al.* Diferenciando Concorrentes Diretos E Indiretos: Como Realizar O *Benchmarking.* **UNISEPE**, 2014. Disponivel em: <http://portal.unisepe.com.br/asmec/wp-content/uploads/sites/10006/2018/10/PROCESSOS-GERENCIAIS-11.pdf>. Acesso em: 16 Novembro 2018.

FLECK, A. Afinal De Contas, O Que É Teoria Crítica? **Princípios**, Natal, v. 24, n. 44, p. 97-127, Maio - Agosto 2017.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, v. 5, 2015.

LEONARDO NETO. 'Retratos da Leitura' mostra melhoria no perfil do leitor brasileiro. **PUBLISHNEWS**, 2016. Disponivel em: <https://www.publishnews.com.br/materias/2016/05/19/retratos-da-leitura-mostra-melhoria-no-perfil-do-leitor-brasileiro>. Acesso em: 16 Novembro 2018.

LIMA, A. K. D. S.; BENEVIDES, T. M. Economia Colaborativa E Afroempreendedorismo: Uma Análise Sobre Articulação Desses Dois Conceitos No Ujamaa *Coworking*. **ENANGRAD**, 28 Agosto 2017. Disponivel em: <http://www.enangrad.org.br/2017/pdf/2017\_ENANGRAD415.pdf>. Acesso em: 27 Outubro 2018.

MADEIRA, C. G.; GALLUCCI, L. Mídias Sociais, Redes Sociais e sua Importância para as Empresas no Início do Século XXI. **INTERCOM**, 2009. Disponivel em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1163-1.pdf>. Acesso em: 5 Novembro 2018.

MOREIRA, E. L.; BOTELHO, P. R. D.; FERNANDES, J. Utilizando Ergonomia, Interface E Design Para Melhorar A Interação E A Usabilidade Do Ambiente Web. **MULTIVIX**, 2016. Disponivel em: <https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2018/04/revista-ambiente-academico-edicao-4-artigo-7.pdf>. Acesso em: 16 Novembro 2018.

OLIVEIRA, L. S. D.; SEGRETO, M.; CABRAL, N. L. S. C. Vozes periféricas expansão, imersão e diálogo na obra dos Racionais MC’s. **SciELO**, 2013. Disponivel em: <http://www.scielo.br/pdf/rieb/n56/05.pdf>. Acesso em: 14 Novembro 2018.

PAIVA, T. L. A importância da marca A Nike como caso de estudo. **UniCEUB**, 2005. Disponivel em: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1464/2/20167770.pdf;A>. Acesso em: 16 Novembro 2018.

PLANT, R. Feira Literária “Acesse Emoções” reúne mídias sociais e literatura. **Meionorte**, 2017. Disponivel em: <https://www.meionorte.com/blogs/blogdoplant/feira-literaria-acesse-emocoes-reune-midias-sociais-e-literatura-325974>. Acesso em: 6 Novembrro 2018.

RIBEIRO, F. A. Logomarca: A Comunicação Do Símbolo O Símbolo Como Elemento Representante Da Marca. **UniCEUB**, 2005. Disponivel em: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1372/2/20167493.pdf>. Acesso em: 16 Novembro 2018.

RIBEIRO, J. F. Redes Sociais Nas Empresas. **Repositório UNICEUB**, 2010. Disponivel em: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1118/2/20700578.pdf>. Acesso em: 4 Novembro 2018.

RODRIGUES, M. D. G. V. **Metodolodia De Pesquisa:** Elaboração De Projetos, Trabalhos Acadêmicos E Dissertações Em Ciências Militares. 2. ed. Rio de Janeiro: Escola de Aperfeiçoamento de Oficiais, v. II, 2005.

SANTANA, F. Daltonismo e UX: a experiência para todos. **Coletivo UX**, 2017. Disponivel em: <https://coletivoux.com/dalt%C3%B4nicos-tamb%C3%A9m-s%C3%A3o-usu%C3%A1rios-4f03ca40c30d>. Acesso em: 16 Novembro 2018.

SILVA, I. T. S. Cultura Do Consumo E Cidadania Nas Periferias Da Grande São Paulo: O Caso Do Instituto Akatu. **USP**, 2014. Disponivel em: <https://paineira.usp.br/celacc/sites/default/files/media/tcc/arquivo\_1.pdf>. Acesso em: 27 Outubro 2018.

SILVA, L. L. B. D.; PIRES, D. F.; NETO, S. C. Desenvolvimento de Aplicações para Dispositivos Móveis: Tipos e Exemplo de Aplicação na plataforma iOS. **UFMG**, 2015. Disponivel em: <http://www.lbd.dcc.ufmg.br/colecoes/wicsi/2015/004.pdf>. Acesso em: 29 Outubro 2018.

SIM-SIM, I. O Ensino da Leitura: A Compreensão de Textos. **Ministério da Educação de Portugal**, 2007. Disponivel em: <http://area.dge.mec.pt/gramatica/ensino\_leitura\_compreensao\_textos.pdf>. Acesso em: 24 Novembro 2018.

TREINA WEB. Você sabe o que é Arquitetura Orientada a Serviços (SOA)? **Treina Web**, 2017. Disponivel em: <https://www.treinaweb.com.br/blog/voce-sabe-o-que-e-arquitetura-orientada-a-servicos-soa/>. Acesso em: 17 Novembro 2018.

1. Graduando em Sistemas Para Internet – e-mail: thiago.cruz9@fatec.sp.gov.br [↑](#footnote-ref-1)
2. Graduando em Sistemas Para Internet – e-mail: renato.silva90@fatec.sp.gov.br [↑](#footnote-ref-2)
3. Especialista e-mail: sonia.barbosa@fatec.sp.gov.br [↑](#footnote-ref-3)
4. Retirado do idioma Iorubá, conforme pesquisado no Google, aṣayan pode ser traduzido como opção. [↑](#footnote-ref-4)
5. Para saber mais sobre racismo estrutural ver: “RACISMO EM TRÊS DIMENSÕES Uma abordagem realista-crítica”. [↑](#footnote-ref-5)
6. Concebida no âmbito da Teoria Crítica Sociedade. Essa expressão “Teoria Crítica” foi desenvolvida em *Institut für Sozialforschung* (Instituto de Pesquisas Sociais), depois tendo sendo nome alterado para “Teoria tradicional e teoria crítica”, onde foi escrita por conhecido escrito de Horkheimer intitulado publicado pela revista do Instituto em 1937. A Teoria Critica pode ser vinculada como um recepção heterodoxa da crítica de Karl Marx em O Capital, onde discute uma possível incapacidade das pessoas conseguirem se separar das situações os tornavam oprimidos e os caracterizaram (FLECK, 2017). [↑](#footnote-ref-6)
7. Expressão criada nos Estados Unidos, tem sua maior representatividade através do *One United Bank* onde a maioria dos negros mais famosos dos EUA são correntistas (DINO, 2017). [↑](#footnote-ref-7)
8. *Programme for International Student Assessment* é um programa desenvolvido para a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) onde mede o desempenho dos estudantes. [↑](#footnote-ref-8)
9. Nielsen Online é um serviço do conglomerado *The Nielsen Company*, que prevê a medição e análise de audiências online, publicidade, vídeo, mídia gerada pelo consumidor, de boca em boca, o comércio e o comportamento do consumidor. [↑](#footnote-ref-9)
10. Sistema de votação desenvolvido pelo grupo de pesquisa, criptografia e segurança da informação do Instituto de Tecnologia Massachusetts, adotado pela USP em 30 de Outubro de 2017 para a eleição de reitor e vice-reitor, onde 93,1% das pessoas votaram demonstrando que as opções disponibilizadas como: personalizações, eleições verificáveis online, privacidade, rastreabilidade e comprovação tiveram um índice considerável de aceitabilidade dos usuários (CRUZ, 2017). [↑](#footnote-ref-10)
11. Conceito criado em Joseph Campbell em 1949 no livro O Herói Das Mil Faces, onde o autor afirma que a maioria assim, como por exemplo, Osíris, Édipo, Prometeu, Teseu, Ulisses, Buda, Moisés ou Jesus tem momentos em comum em suas histórias, onde é possível gerar grupos de atividades (o chamado da aventura, a recusa do chamado, o auxilio sobrenatural, o primeiro desafio, a primeira provação, a saída do mundo conhecido, as provações, a ajuda divina, a tentação, a sintonia com o pai, o clímax, a conquista do objetivo, o retorno ) necessárias para que aconteça a construção do monomito (ENSAIOS E NOTAS, 2018). [↑](#footnote-ref-11)
12. O SQL surgiu de forma para unificar o modelo banco de dados relacional, sendo sua estrutura baseada em teorias matemáticas, essa linguagem foi desenvolvida na década de 70 pela IBM (CLIMACO, 2014). [↑](#footnote-ref-12)
13. Pode-se entender o benchmarking como o conhecimento dos pontos fortes e fracos dos concorrentes, assim como a ciência sobre suas estratégias, planos de interação com o público-alvo (FERNANDES, MORAES, *et al.*, 2014, p. 1). [↑](#footnote-ref-13)