

## PREFÁCIO

Neste número V.4, N.1 (2021) - Jan/Jul, da Revista Ubiquidade, apresentamos artigos com temas relevantes e interessantes para a comunidade científica e acadêmica, focado em áreas relacionadas às TICs - Tecnologias de Informação e Comunicação. Este número traz artigos de pesquisadores importantes, de instituições como Centro Universitário Padre Anchieta (Unianchieta), Universidade Paulista – Unip (Campinas/SP), Universidade de São Paulo / USP-ESALQ, etc.

No artigo "Utilização do Design Thinking em Projeto de Melhoria Tecnológica em Sistema ERP, para Conciliações Tributárias", Pedroni e Peixoto apresentam o relato da experiência da aplicação de Design Thinking no projeto de construção de uma melhoria, voltada para a realização de conciliações tributárias, através de sistema ERP já adquirido e em plena utilização pela corporação. Já no artigo "Alexa: uma Análise de Interface Baseada em Voz", os autores Pereira e Câmara têm como objetivo verificar se a Assistente Virtual Alexa consegue realizar suas atividades requeridas ou ocorrem erros inesperados que possam vir a impedir a eficácia da interação entre homem-máquina, utilizando os conceitos das 10 Heurísticas de Nielsen. No trabalho "Panorama das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e sua Relação com a Área de Comunicação", de Andrade, Miranda e Buoro, as autoras realizam, de modo dialético-histórico-comparativo, imersões em bibliografia pertencente às áreas de T.I. e Comunicação, com foco no desenlace evolutivo dos meios de comunicação, ao longo da história da humanidade, e de criações de técnicas e tecnologias para atender às necessidades do contexto político-sócio-econômico vigente em cada época abordada. No artigo "Processamento de Linguagem Natural na Resolução de Problemas de Classificação", de Vrech, Saito e Câmara, os autores desenvolveram um modelo de *Machine Learning* para resolução de um problema de classificação. O modelo se encontra na área de Processamento de Linguagem Natural (PLN), que classifica um título de notícia em sua respectiva categoria. Finalmente, no artigo "Análise do Impacto de Implementação do Indicador *Ideal Customer Profile* (ICP) no Funil de Marketing", de Vasconcellos e Peixoto, as autoras descrevem o indicador de ICP e ressaltam características de clientes que convergem ou não para conversão de vendas, justificando como diferencial estratégico para a organização.

***Prof. Dr. Juliano Schimiguel***

Coordenador da Revista Ubiquidade