

Jornalismo para Tablets: O Aplicativo da Revista Veja sob a Ótica da Avaliação de Comunicabilidade das Interfaces Humano-Computador¹

Luiz AGNER²

Barbara Jane NECYK³

Alberto SANTÁGUEDA⁴

Natanne VIEGAS⁵

Vitor ZANFAGNINI⁶

Resumo

O acesso a conteúdos jornalísticos a partir de dispositivos móveis cresceu significativamente nos últimos anos. São exemplos os aplicativos nativos desenvolvidos exclusivamente para smartphones e tablets. Nesta pesquisa, concentramo-nos na observação sistemática de processos de recepção e interpretação - a partir de abordagens que integram a Semiótica à Interação Humano-Computador, adequadas para avaliar mensagens de metacomunicação dos artefatos interativos. Nossa atenção se voltou para a avaliação de publicações desenhadas para o jornalismo móvel, ao qual aplicamos o conceito de comunicabilidade. Este conceito relaciona-se à construção de uma linguagem para a interação e descreve a capacidade de um sistema interativo comunicar satisfatoriamente ao usuário a lógica do seu design. Como estudo de caso, avaliamos as interfaces do aplicativo da revista Veja para tablets. Ao constatar sua deficiente comunicabilidade, concluímos que as abordagens metodológicas trazidas por especialistas em UX (normalmente ausentes das rotinas produtivas) podem vir a contribuir com uma visão científicamente informada para o desenvolvimento de discursos interativos mais inovadores no jornalismo móvel.

Palavras-chave: Design, jornalismo, mobilidade, comunicabilidade, semiótica, usabilidade, IHC

¹ Trabalho apresentado no XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Design. Professor do Curso de Comunicação Social da FACHA (Faculdades Integradas Helio Alonso, Rio de Janeiro), blog: www.agner.com.br / email: luizagner@gmail.com

³ Doutora em Design. Professora de Design da PUC-Rio, email: 07barbara@gmail.com

⁴ Pós-graduando em Ergodesign de Interfaces da PUC-Rio, email: albertosantagueda@gmail.com

⁵ Graduando da FACHA (Faculdades Integradas Helio Alonso, Rio de Janeiro), email: natanne.viegas@gmail.com

⁶ Graduando da FACHA (Faculdades Integradas Helio Alonso, Rio de Janeiro), email: vitorzanfagnini@gmail.com

Introdução: jornalismo e a era da mobilidade

Na última década, percebemos que um número cada vez mais significativo de publicações jornalísticas têm surgido ou migrado para a internet, e muito tem se falado sobre as potencialidades não exploradas de produtos e serviços online (CANAVILHAS e SANTANA, 2011). É cada vez mais notório que a digitalização, o crescimento das possibilidades de atuação em rede e a emergência dos dispositivos móveis vêm alterando a maneira pela qual é possível produzir, distribuir e consumir notícias (CANAVILHAS e SATUF, 2013).

Dados coletados em doze países (incluindo o Brasil) pelo *Reuters Institute for the Study of Journalism* demonstram o papel cada vez mais importante das notícias acessadas via dispositivos móveis e redes sociais, além de vídeo online. O movimento para a mídia social, novos formatos visuais e vídeos online acompanha a queda de audiência das mídias tradicionais, tendência esta que se torna mais pronunciada entre os consumidores abaixo dos 35 anos de idade. Nota-se ainda uma crescente irritação do consumidor em relação à publicidade on-line (expressa através da rápida adoção de bloqueadores de anúncios).

O acesso ao conteúdo jornalístico a partir de dispositivos móveis cresceu significativamente ao longo dos últimos doze meses. A utilização média semanal subiu para 46% em todos os países monitorados, segundo Newman (2015).

Embora a quantidade de tempo investido em aplicativos seja grande, os leitores da maioria dos países também acessam notícias usando navegadores móveis. Isto sugere que a notícia pode não ser sempre o destino primário das interações e muitas vezes serão encontradas através de links compartilhados nas mídias sociais ou e-mails. Observa-se ainda a tendência de leitores, em todos os países pesquisados, estarem utilizando dois ou três dispositivos para acessar conteúdos noticiosos.

O Facebook torna-se cada vez mais influente, com 41% dos leitores usando esta rede para encontrar, ler, assistir, compartilhar ou comentar sobre as notícias a cada semana - mais de duas vezes o uso de seu rival mais próximo.

Nesse contexto, com o avanço da convergência tecnológica, dentre os setores que estão em desenvolvimento e acelerada expansão no campo jornalístico, decidimos focar nossa atenção de pesquisa no jornalismo móvel. Esta modalidade de jornalismo tem encontrado nos smartphones e tablets seus principais suportes. Pode-se afirmar que um novo ciclo de inovação vem sendo gerado a partir da utilização dos dispositivos móveis e pela criação e

utilização dos aplicativos jornalísticos.

Concentrando-nos nos processos de recepção e de interpretação, aplicamos abordagens que integram a Semiótica à Interação Humano-Computador e que se tornam particularmente interessantes para avaliar mensagens de metacomunicação presentes nas interfaces desses artefatos interativos. Este trabalho se propõe a estudar a recepção da mensagem emitida pelo designer de interfaces ao leitor, desvelada durante o diálogo deste com sistemas interativos nos tablets. Escolhemos como estudo de caso investigar em que medida o aplicativo da revista *Veja* para tablets faz uso eficaz das potencialidades comunicativas do suporte gestual em que está inserido.

Aspectos do jornalismo para tablets: as revistas digitais

Segundo Paulino (2013), as chamadas revistas digitais são publicações jornalísticas para computadores ou tablets, publicadas em sistema operacional Android ou IOS (Apple). O componente fundamental dessas revistas é a possibilidade de interatividade com lexias de comunicação. A interação é proporcionada por uma característica fundamental do meio: a navegação com toque em telas *touch-screen*, através de interfaces gestuais que permitem que o público leitor possa construir uma relação única com os conteúdos. Assim, a revista no tablet proporciona narrativas diferenciadas da publicação tradicional, a partir de uma linguagem que reúne o que ambas as mídias fornecem de melhor: conteúdo segmentado, personalizado, portátil e com recursos interativos, hipertextuais e leitura multimídia (HORIE e PLUVINAGE *apud* PAULINO, 2013). Estas características são mescladas com as do impresso: periodicidade, segmentação, portabilidade, e identidade gráfica.

Para Freire (2015), o jornalismo de revista não está circunscrito ao formato impresso. As revistas se metamorfoseam e se adequam às características de outras mídias. As revistas digitais atendem às seis propriedades fundamentais das revistas impressas e às características do webjornalismo. As seis propriedades fundamentais das revistas são: (i) ter começo, meio e fim; (ii) ser editada; (iii) ter projeto gráfico-editorial; (iv) ter data definida; (v) ser permanente; (vi) ter periodicidade. As características do webjornalismo são: hipertextualidade, personalização, multimidialidade, interatividade e memória. Nos dispositivos móveis, ainda pode haver a exploração de recursos específicos: tela tátil, giroscópio, *touch id*, acelerômetro, barômetro, sensores de localização e de luz ambiente.

A releitura do jornalismo impresso para o tablet representa um exercício complexo de adaptação. Para Gomes e Rodrigues (2013), esta adequação demanda o esforço intelectual

de repensar o espaço gráfico da informação: colunas, imagens, fontes, espaçamentos, botões, sumário e outros elementos de diagramação ganham novas facetas. A experiência do usuário deve ser valorizada pois a proposta é entregar conteúdo diferenciado, onde o leitor-usuário fará suas escolhas de navegação, por isso a preocupação com a usabilidade é essencial.

Outro aspecto a ser destacado na linguagem dos tablets é o da ludicidade, uma característica que ganha força especial na nova mídia, ou seja, conteúdos e formatos devem ser instigantes. A ludicidade atrai leitores para as publicações e pode se valer das propriedades inerentes ao modo de interação gestual, o que proporciona a profissionais de áreas tradicionalmente externas ao jornalismo uma oportunidade ímpar de contribuição. As possibilidades de interação aumentam a complexidade dos projetos fazendo com que desenvolvedores e estudiosos busquem no campo da Interação Humano-Computador recomendações para a criação de interfaces intuitivas e fáceis de usar (BELLO, G. *et al.*, 2013).

Segundo Cordeiro (2014), tradicionalmente o designer atua de diversas formas para organizar as notícias sendo uma delas a diagramação. É função do diagramador conceber páginas e criar uma relação harmoniosa entre as partes e os elementos necessários para elaborar a publicação. A concepção visual auxilia o discurso verbal. Outro elemento importante do trabalho do designer de notícias é a infografia, atuação pertencente ao campo do Design de informação e *locus* de importante movimento de inovação no jornalismo pois os recursos infográficos integram narrativas, animação, programação e mídias sociais. A autora enumera e contextualiza as funções jornalísticas tradicionais com especial interesse para atividades que localizam o trabalho do designer.

Cordeiro (2014) comenta que se, tradicionalmente, o designer se circunscrevia de modo bastante limitado a determinadas atuações, no novo ambiente digital ele participa estrategicamente de tomadas de decisões quanto ao emprego da interatividade, estabelecendo propostas visuais que visam a incorporar recursos e funcionalidades dos dispositivos móveis, reforçando e complementando, de modo inovador, o discurso jornalístico. Dentre as posições tradicionalmente ocupadas por designers ou artistas visuais nas rotinas jornalísticas, encontram-se as atuações do diagramador, infografista, editor de imagem, fotógrafo, ilustrador, cartunista, videografista, entre outras.

Ao investigar rotinas de produção de conteúdos para aplicativos, com base no estudo de caso do vespertino carioca *O Globo A Mais*, Marques (2015) considera o jornalismo para dispositivos móveis um campo frutífero para o desenvolvimento de pesquisas, onde apresentam-se novos desafios à profissão. O autor observa que um novo ator a participar da definição de pautas é o designer, que passa a ter *status* diferenciado no diálogo:

Em parcerias com os jornalistas, os designers são responsáveis também por pensar possíveis enriquecimentos da matéria. A linguagem jornalística é fluida para esses profissionais, chegando, inclusive, a discutir leads das matérias e podendo, em alguns casos, se opor à aprovação de alguma pauta (MARQUES, 2015).

O autor ressalta que jornalistas trabalham atualmente com arquivos em diversos formatos diferentes do texto, como fotos, vídeos e áudio para ilustrar as matérias. Além disso, os repórteres precisam conhecer o software de paginação *InDesign* para diagramar e inserir conteúdos. O jornalismo para tablets é permeado pela preocupação com a dimensão estética devido, entre outras razões, à acentuada definição visual do suporte tecnológico; portanto os aspectos estéticos têm ganho uma renovada importância. Todos os profissionais envolvidos buscam produzir arquivos contemplando a qualidade visual, o que configura uma ênfase a ser considerada na rotina produtiva do jornalismo.

Comunicabilidade e *affordances* no design da interação

Segundo De Souza (2005), na interação humano-computador, a noção de *comunicabilidade* diz respeito a discursos e se relaciona à construção de uma linguagem para a interação. Ou seja, engloba o sistema de significação com componentes léxicos, sintáticos, semânticos e pragmáticos que descrevem a interação humano-computador.

A *comunicabilidade* representa um dos conceitos que descrevem a qualidade dos sistemas interativos, assim como o fazem também a acessibilidade e a usabilidade. Pode ser entendida como a capacidade da interface de comunicar ao usuário a lógica do design: as intenções do designer e os princípios de interação resultantes do processo de design (BARBOSA e SILVA, 2010, p. 38). O entendimento correto desta lógica contida na interface permite que os usuários tirem o melhor proveito da tecnologia (em nosso caso, da interação com uma publicação jornalística em um dispositivo móvel). A comunicabilidade é, dessa forma, definida tecnicamente como “a capacidade do preposto do designer de alcançar a plena metacomunicação” (DE SOUZA, 2005).

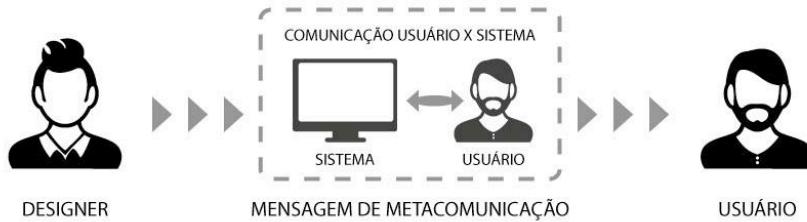


Figura 1 – Mensagem de metacomunicação enviada pelo designer ao usuário de um sistema interativo através da interface (adaptado de BARBOSA e SILVA, 2010).

Um dos métodos elencados na literatura para avaliar a comunicabilidade de um sistema interativo é o chamado “método de avaliação de comunicabilidade” (MAC), que visa a avaliar a *competência discursiva* de uma interface. Nesta pesquisa, avaliaremos as interfaces de um aplicativo jornalístico para tablets, a partir dos conceitos trazidos pela Semiótica e pelo método de avaliação de comunicabilidade. O método prescreve a observação sistemática e o registro da interação dos usuários com o sistema em busca da identificação das “rupturas na comunicação usuário-sistema”. Trata-se de um método qualitativo – que privilegia a análise em profundidade –, onde o número de participantes é geralmente reduzido (cinco a dez).

No MAC, pesquisadores ou especialistas realizam a avaliação das interfaces através de um processo de etiquetagem (onde cada etiqueta sinaliza um tipo de ruptura na comunicação), na medida em que revisam gravações em vídeo e anotações, e identificam as rupturas, de modo a recriar o protocolo verbal do usuário. Mais detalhes sobre o método de avaliação de comunicabilidade serão apresentadas adiante, no tópico sobre o roteiro de pesquisa.

Além da questão da comunicabilidade, faz-se necessário definir um outro conceito essencial para explicar as questões que envolvem a interação humano-computador. O termo *affordance* tem sido largamente citado e explorado em estudos sobre Design de interação.

Norman (*apud* Agner *et al.*, 2015a) ensina-nos que a palavra *affordance* foi cunhada para se referir a propriedades acionáveis do mundo, em sua interação com determinado ator (seja este humano ou animal). Compreender corretamente o significado do conceito é fundamental para ter sucesso no desenho de aplicativos, com adequada usabilidade, sublinha Norman. Segundo o autor, *affordances* especificam a gama de ações e possibilidades existentes em uma interface, mas são de pouca valia se não forem visíveis

para o usuário. Por isso, a arte do designer de interfaces seria garantir que ações desejadas e relevantes sejam prontamente perceptíveis.

Na medida em que as *affordances* de uma interface precisam ser claramente percebidas por seus usuários, podemos apontar aí uma questão fundamental de metacomunicação: os designers devem comunicar claramente aos usuários a existência de *affordances* no ambiente de interação, além de sugerir a forma mais apropriada de acioná-las (AGNER *et al.*, 2015b).

Na visão de Palácios, Barbosa, Silva e Cunha (2015), a produção de narrativas inovadoras para o ambiente móvel requer um trabalho cada vez mais interdisciplinar entre jornalistas, designers e programadores, dentro da noção de “computação-jornalismo” – um trabalho que inclui manejá de modo criativo as múltiplas possibilidades de construção de *affordances*. Assim sendo, a exploração eficaz das funcionalidades presentes nos dispositivos móveis (tactilidade, nívelabilidade, opticabilidade e localibilidade) vai depender da capacidade de mobilização e percepção de *affordances* e de sua apropriação inovadora junto às narrativas jornalísticas.

Estudo de caso: a revista Veja para tablets

Nosso estudo de caso foi selecionado por diversas razões. Veja é a revista semanal de informação de maior circulação no Brasil. Além disso, Veja foi a primeira revista brasileira a adaptar a versão impressa para a leitura em tablets. Lançada em 11 de setembro de 1968, a revista Veja, editada pelo Grupo Abril, foi fundada pelos jornalistas Roberto Civita e Mino Carta como um semanário ilustrado de informações que teve forte inspiração em revistas internacionais, como a americana *Time*. A revista aborda temas do cotidiano brasileiro como economia, política, cultura, religião, ecologia e tecnologia, entre outros.

Além da versão impressa, o Grupo Abril disponibiliza o conteúdo de Veja através do seu website e outras mídias. O conceito do aplicativo está baseado na oferta de conteúdos extras em relação ao conteúdo da revista impressa, através dos recursos multimídia. O diferencial da edição para tablets está em: vídeos incorporados dentro das matérias; animações e infográficos com interação gestual; galeria de fotos navegável dentro das matérias; links para o conteúdo de Veja.com; e anúncios interativos e com vídeos.

A concepção do Grupo Abril em relação à revista Veja é criar um composto jornalístico no qual cada um dos formatos (versão impressa, versão do website e versão para tablets e smartphones) tenha uma finalidade em si mesmo, assim como ganhe força e sinergia na

complementaridade com os outros formatos, atingindo diversos públicos. Em 2014, a Abril disponibilizou a assinatura de todas as suas publicações digitais através do aplicativo Banca da Apple (um gerenciador da compra de jornais e revistas). Além disso, as publicações do grupo, como *Veja*, também podem ser obtidas na loja Google Play (para os dispositivos móveis que rodam o sistema operacional Android, da Google). Cada nova edição digital é disponibilizada para download aos sábados, às 9h (Google Play, 2015). Nossa estudo de caso utilizou a versão para Android da revista *Veja*.

O método desta pesquisa

Conforme mencionado, este trabalho emprega o método de avaliação de comunicabilidade, que tem como objetivo observar a recepção da metamensagem do designer para os usuários, apreciando a qualidade desta comunicação (PRATES *et al.*, 2000; DE SOUZA, 2005).

Com este método, representantes dos usuários-leitores foram convidados a realizar tarefas utilizando o sistema interativo proposto pelo Grupo Abril para *Veja*. Estas experiências de uso foram observadas e registradas em vídeos, de modo bastante semelhante a um teste de usabilidade. A diferença é que os registros foram analisados pelos pesquisadores em busca de possíveis *rupturas de comunicação no diálogo designer-usuário*. Na atividade de interpretação, os pesquisadores realizaram a etiquetagem dos vídeos, sendo cada ruptura associada a uma das treze etiquetas a seguir: *Cadê?; E agora?; O que é isto?; Epa!; Onde estou?; Ué, o que houve?; Por que não funciona?; Assim não dá; Vai de outro jeito; Não, obrigado!; Pra mim está bom; Socorro! e Desisto.*

Nosso ensaio de interações empregou um dispositivo Samsung Galaxy Tab 4 Wi-fi, com sistema operacional Android, carregado com a edição 2419, ano 48, n.13 de *Veja*, e outras edições antigas. Foi realizado um teste-piloto com um Ipad da Apple, com o objetivo de ajustar previamente cenário e tarefas. Empregamos o seguinte roteiro para guiar as nossas observações empíricas de interação com o aplicativo *Veja* (tabela 1).

Cenário	Você é um profissional atarefado que busca se manter informado lendo os principais jornais e revistas que retratam o cenário social, político, cultural e econômico do país. Neste momento, você irá fazer a leitura de uma edição de <i>Veja</i> , em um tablet que um amigo lhe emprestou.
Tarefa 1	A partir do índice, abra a matéria de capa, e acesse o infográfico que mostra o acidente do avião da Germanwings.

Tarefa 2	Assista ao vídeo de <i>Black-Ish</i> na matéria sobre seriados de TV.
Tarefa 3	Na matéria sobre adaptações de contos de fadas para o cinema, compare cenas do desenho <i>A Bela e a Fera</i> da Disney com a sua versão mais recente. Em seguida, envie a sua opinião sobre a matéria para a redação de <i>Veja</i> .
Tarefa 4a	Navegue um pouco mais na <i>Veja</i> . Escolha uma matéria qualquer (não se preocupe se ela é boa ou ruim) e compartilhe-a com seus amigos em uma rede social.
Tarefa 4b	Siga para a matéria “Especial - Da taipa ao touch-screen” e tente compartilhá-la por email, Facebook, Twitter ou Google+ (Observação: a tarefa 4b é acionada apenas quando o usuário não consegue encontrar uma matéria compartilhável para cumprir a tarefa 4a).

Tabela 1 - Roteiro de cenário e tarefas para guiar as observações de interação com o aplicativo *Veja* para tablets (gerado pelos autores).

Resultados parciais da pesquisa

Após a revisão dos registros gravados, a tabulação dos dados e a análise dos resultados do método de avaliação do aplicativo de *Veja*, pudemos relatar a ocorrência de um total de 135 rupturas de comunicação, classificadas em todas as categorias de problemas descritas pela Engenharia Semiótica. Por uma questão de espaço, neste artigo, vamos apresentar a título de exemplo somente as três categorias com maior frequência (tabela 2):

Usuário	Etiqueta	Ocorrência	Comentário
01	Cadê?	O usuário teve dificuldade em encontrar a matéria de capa dentro do Índice da <i>Veja</i> .	
06	Cadê?	O ícone para o índice estrutural sumiu da barra superior do aplicativo. após o envio de um formulário.	
03	E agora?	Após entrar na página da mensagem para <i>Veja</i> , o usuário tenta voltar para a revista mas fica preso.	
05	E agora?	Usuário não percebe que há vídeos extras a serem descontinuados com <i>scroll</i> vertical.	No box de vídeos, a <i>affordance</i> do scroll não é bem comunicada.
01	Por que não funciona?	O usuário tenta tocar nos ícones indicativos de <i>scroll</i> , mas sem resposta do sistema.	Deveria tocar e arrastar os dedos. Problema de comunicabilidade de <i>affordances</i> .
05	Por que não funciona?	Usuário toca duas vezes sobre a frase “Toque nos textos para ler mais”. O sistema não responde.	Frase atua como uma falsa <i>affordance</i> . É um signo metalinguístico que gera uma interpretação errônea.

Tabela 2 – Exemplos de rupturas de comunicação registradas durante a aplicação do método MAC.

Sublinha-se que a tabela 2 apresenta apenas uma pequena lista de ocorrências a título de exemplo. A partir da quantificação do número total de rupturas de comunicação identificadas durante a leitura de *Veja*, chegamos a uma média de 19,3 problemas de metacomunicação para cada usuário participante de nossas observações de uso, assim distribuídos (fig. 2):

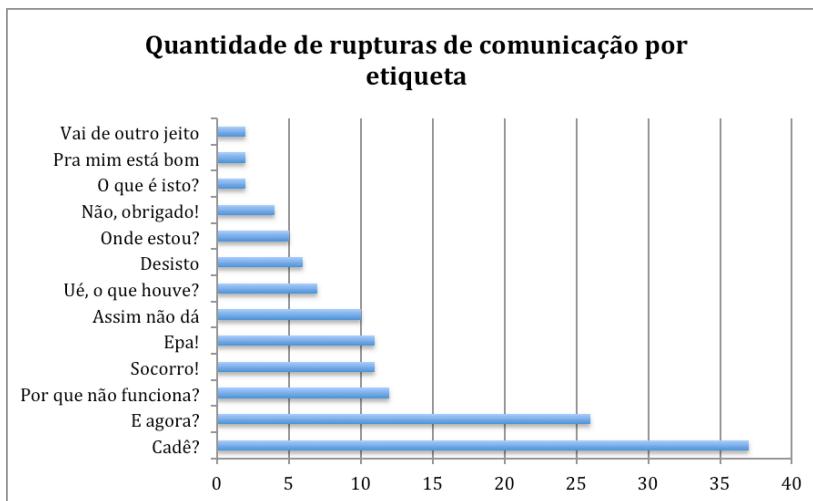


Figura 2 – Total de ocorrências de rupturas na metacomunicação, observadas durante a aplicação do método de avaliação de comunicabilidade em *Veja* para tablet (por etiqueta).

Cabe ressaltar que o aplicativo da revista *Veja* foi desenhado originalmente para apresentação em um iPad, da Apple, o mais conhecido tablet do mercado (com resolução de tela de 2048 x 1536 pixels). No entanto, para a apresentação em tablets de outros fabricantes (como o Samsung Galaxy Tab4 que utilizamos), o design de telas de *Veja* não demonstrou estar totalmente adaptado. Neste dispositivo (com resolução de tela de 1280 x 800 pixels), as páginas se apresentam centralizadas verticalmente, de modo que ocorre a sobra de área superior e outra inferior em cada uma das páginas da revista.

Isto se deve a diferenças observadas nas proporções de tela (o tablet da Samsung tem proporção mais verticalizada que o tablet da Apple). As áreas extras são preenchidas com uma barra de cor branca ou preta no aparelho da Samsung (figura 3). Esta decisão de projeto, em verdade, acaba por confundir os usuários, que interpretam as faixas superiores e inferiores como *affordances* escondidas (ou seja, possibilidades de interação não sinalizadas). Em alguns casos, os usuários tocaram repetidas vezes sobre estas áreas na esperança de encontrar um link para o Índice. Essas margens acabam por desempenhar o papel, portanto, de falsas *affordances*.



Figura 3 – Comparação das proporções da tela de Veja para Ipad (esquerda) com a sua versão para Android no Samsung Galaxy (direita): verticalidade acentuada gera falsas *affordances*.

Conclusões parciais e provisórias

Esta pesquisa se inspirou numa técnica de observação proposta pela chamada Engenharia Semiótica (uma vertente dos estudos em Interação Humano-Computador): o método de avaliação de comunicabilidade (MAC), com o objetivo de avaliar a recepção da metamensagem designer-usuários, apreciando a qualidade desta comunicação. Com este método, representantes dos usuários foram convidados a realizar leituras e interações utilizando o aplicativo Veja e registrados em vídeos - de modo semelhante a um teste de usabilidade - na busca das *rupturas de comunicação* no diálogo designer-usuário. Durante a análise dos registros, ocorreu a etiquetagem, o que implicou “colocar as palavras na boca do usuário” enquanto observamos suas ações num experimento controlado. As etiquetas sintetizaram a reação do usuário quando ocorreram rupturas. Desse modo, foi possível observar que determinados momentos de interação propostos ao leitor-usuário do aplicativo da revista Veja não foram percebidos de maneira clara, deixando óbvio que não há plena metacomunicação da lógica do design de interfaces.

Algumas *affordances* propostas por Veja foram comunicadas com baixa eficácia aos leitores, causando problemas na metacomunicação, com destaque para as rupturas no âmbito das etiquetas *Cadê?*, *E agora?*, e *Por que não funciona?*

A ampla predominância de problemas com a etiqueta *Cadê?* revela que o leitor não consegue expressar suas intenções de comunicação pois não encontra como acioná-las na interface. Esta etiqueta demonstra que o leitor do aplicativo Veja pode ter dificuldades em encontrar recursos e conteúdos extras de informação. Multimídias embutidas nas matérias

(como vídeos, animações, áudios) correm o risco de tornarem-se ocultas. Podemos questionar até que ponto uma característica essencial do jornalismo digital, a multimidialidade, está sendo explorada com sucesso por esta publicação. As reportagens mostraram-se difíceis de serem encontradas a partir do Índice de *Veja*. Questiona-se a eficácia (comunicabilidade) do Índice que, no formato atual, apresenta conteúdos a partir de modelo muito próximo ao da versão impressa.

O índice (figura 4) - transplantado mecanicamente do impresso para o tablet - revelou ser inadequado pois leitores clamaram por uma barra de menus superiores capazes de prover acesso imediato à totalidade do seu conteúdo (numa solução de arquitetura de informação próxima aos websites e portais). Cabe sublinhar que usuários participantes tiveram dificuldades de localizar a matéria de capa.

Desse modo, a solução encontrada para o design do índice revelou-se merecedora de um estudo mais aprofundado quanto à viabilidade de sua reconfiguração para o suporte gestual. O índice foi desenhado com forte influência da página impressa, constituindo uma solução de menor comunicabilidade que a alternativa padrão do *app* (lista vertical de páginas, gerada automaticamente), como pode ser visto na figura 4.

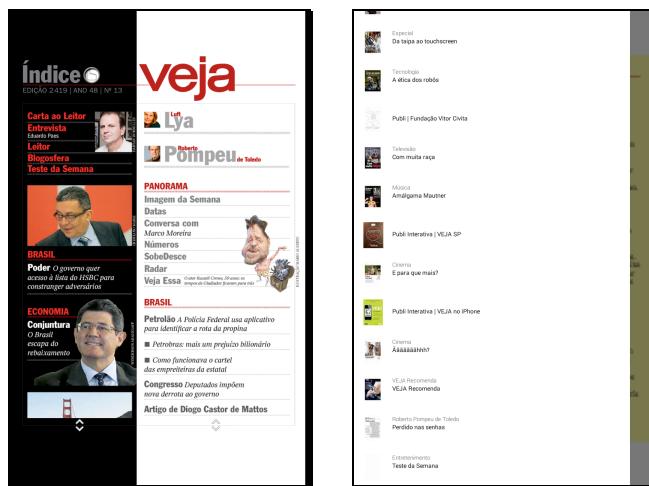


Figura 4 – Comparação dos dois índices presentes em *Veja* para tablets: o índice de conteúdo editorial (baseado na versão impressa) é menos eficaz do que a tabela de conteúdos padrão gerada pela ferramenta (à direita).

Participantes utilizaram o aplicativo com base em uma metáfora muito próxima do folhear de uma revista impressa e, por conta desta comparação, se sentiram insatisfeitos com o sistema. Apesar das nossas observações terem demonstrado um baixo nível de comunicabilidade em *Veja* para tablets, não podemos afirmar que este mesmo grau de

interação será vivido por todos os seus leitores. Pensamos, contudo, que a observação inspirada pelo método de avaliação de comunicabilidade pode trazer indícios que auxiliem os designers a projetar sistemas similares ao aplicativo avaliado.

A metáfora da revista impressa, sempre presente e muito forte, é passível de questionamentos. Se, por um lado, os leitores-usuários se movem com certa familiaridade, por outro, prendem-se a características não existentes no mundo digital ou subutilizam seus recursos. Esta situação configura risco de desorientação do usuário no interior desses sistemas e ocultamento parcial dos conteúdos multimídia propostos à leitura (como o caso dos vídeos). Um dos participantes sugeriu “deixar a estética de revista impressa e transformá-la em um aplicativo de verdade”. Ou seja, a simples transposição direta de um discurso gráfico-visual inspirado na mídia impressa para a mídia móvel e gestual não engendra o engajamento satisfatório do leitor.

Em *Veja*, a etiqueta *Cadê?* também está relacionada a uma presença rarefeita de *affordances* para compartilhamento de matérias em redes sociais. Um maior empoderamento do leitor na coleta e compartilhamento de conteúdos faz-se necessário. Cabe lembrar que ele se insere, na atualidade, em uma perspectiva de ser consumidor, produtor e curador de conteúdos: o compartilhamento em mídias sociais é de extrema importância na dinâmica de consumo de informação deste novo leitor que não pode mais rasgar a página de um jornal e guardá-la na gaveta.

Além disso, as revistas no formato tablet tendem a ser invisíveis aos fluxos de informação que governam a internet. Quando a publicação jornalística é organizada como aplicativo, seus artigos não podem ser indexados pelos mecanismos de busca. A dificuldade de compartilhamento do jornalismo para tablets gera consequente diminuição da sua relevância em comparação a outros meios. Os usuários sabem que as reportagens e temas que estão no aplicativo podem estar publicados em outros veículos online: ao perceber que não era possível compartilhar matérias livremente, um usuário afirmou que iria fazê-lo utilizando o portal de uma empresa concorrente.

Ainda comentando os resultados da figura 2, percebemos que a frequente incidência da etiqueta *E agora?* vem a evidenciar que, em muitos momentos, o leitor fica sem saber o que fazer. Nestes casos, conclui-se que os signos da interface não contribuem para os seus objetivos. Além disso, a numerosa incidência da etiqueta *Por que não funciona?* vem a nos revelar que o usuário pode perceber e compreender as respostas do sistema, mas nem

sempre se conforma com os seus resultados. Isto pode ser o sinal de um distanciamento entre o modelo mental do projeto da interação e o modelo mental do usuário, acarretando perdas de fluidez no processo de leitura.

Por fim, a consulta a estudos recentes que observaram rotinas industriais de produção do jornalismo para tablets (MARQUES, 2015; CORDEIRO, 2014) nos reforçou a certeza de que o campo do Design - particularmente o Design de interação e de experiência – pode contribuir de múltiplas maneiras na construção de experiências satisfatórias de leitura para a imersão do novo leitor. O processo de mutação dos diferentes papéis profissionais e das rotinas de trabalho do fazer jornalístico (impostos pela convergência tecnológica) clama por espaços para a inserção de uma especialidade além daquelas tradicionais nos órgãos da mídia impressa: a do profissional de experiência do usuário (UX), que pode contribuir muito para a busca da satisfação do leitor-navegador, através de metodologias de trabalho oriundas dos estudos em Interação Humano-Computador.

Ao considerarmos o universo das interfaces gestuais propostas pelo “jornalismo-computação” (PALÁCIOS *et al.*, 2015), podemos considerar que as abordagens metodológicas trazidas pelos especialistas em UX (hoje normalmente ausentes das rotinas produtivas) podem agregar uma visão científicamente informada para o desenvolvimento de discursos interativos inovadores.

Referências bibliográficas

- AGNER, Luiz *et al.* Evaluating interaction design in Brazilian tablet journalism: gestural interfaces and affordance communicability. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON HUMAN-COMPUTER INTERACTION, 17., 2015, Los Angeles. **Proceedings...** Los Angeles: Springer International Publishing Switzerland, 2015a. p. 1 - 10. CD-ROM.
- AGNER, Luiz *et al.* Jornalismo para plataformas móveis: avaliação interdisciplinar de comunicabilidade de interfaces gestuais. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE DESIGN DE INFORMAÇÃO/CIDI, 7., 2015, Brasília. **Anais...** Brasília: Sociedade Brasileira de Design da Informação, 2015b. CD-ROM.
- BARBOSA, Simone; SILVA, Bruno. **Interação Humano-Computador**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. 390p.
- BELLO, G. *et al.* Exposição Ticuna em dois tempos: experimentando no formato tablet. In: PAULINO, R; RODRIGUES, V. (Org.). **Jornalismo para tablets: pesquisa e prática**. Florianópolis: Insular, 2013. 176p.
- CANAVILHAS, João.; SATUF, Ivan. Jornalismo em transição: do papel para o tablet... ao final da tarde. In: FIDALGO, A; CANAVILHAS, J. (Org.). **Comunicação Digital: 10 anos de investigação**. Coimbra: Minerva, 2013. p.35-60.
- CANAVILHAS, J; SANTANA, D. C. Jornalismo para plataformas móveis de 2008 a 2011: da autonomia à emancipação. **Líbero**, 2011. v.14, n.28, p. 53-66.

- CORDEIRO, Raquel. **O design de notícias para tablet e o novo papel do designer**. 2014. 99 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Design, Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.
- DE SOUZA, Clarisse S. **The Semiotic Engineering of Human-Computer Interaction**. Cambridge: MIT Press, 2005. 312p.
- FREIRE, Marcelo. Revistas digitais: um produto entre inovações e adaptações. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para Dispositivos móveis**: produção, distribuição e consumo. Covilhã: Universidade da Beira Interior - Labcom, 2015. p. 403-422.
- GOMES, Juliana. ; RODRIGUES, Vivian. Zero Interativo I: uma releitura exclusiva para tablets do jornal laboratório Zero. In: PAULINO, R; RODRIGUES, V. (Org.). **Jornalismo para tablets**: pesquisa e prática. Florianópolis: Insular, 2013. 176p.
- GOOGLE (Califórnia) (Ed.). **Revista Veja**. 2015. Aplicativo da Revista Veja na Loja Google Play. Disponível em: <<https://play.google.com/store/apps>>. Acesso em: 29 mar. 2015.
- GRUPO ABRIL. **Editora Abril lança publicações na banca da App Store para iPhone, iPad e iPod touch no Brasil**. Disponível em: <<http://grupoabril.com.br/pt/imprensa/releases/editora-abril-lanca-publicacoes-na-banca-da-app-store-para-iphone-ipad-e-ipod-touch-no-brasil>>. Acesso em 17 mar. 2015.
- MARQUES, Alberto. Rotinas jornalísticas no Globo A Mais: um olhar sobre a coleta e edição de conteúdos. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para Dispositivos móveis**: produção, distribuição e consumo. Covilhã: Universidade da Beira Interior - Labcom, 2015. p. 221-240.
- NEWMAN, Nic; LEVY, David A. L.; NIELSEN, Rasmus Kleis. **Reuters Institute Digital News Report 2015**: Tracking The Future Of News. Oxford: Universidade de Oxford, 2015. 109 p. Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org>>. Acesso em: 15 jun. 2015.
- PALACIOS, Marcos; BARBOSA, Suzana; SILVA, Fernando F.; CUNHA, Rodrigo. Jornalismo móvel e inovações induzidas por *affordances* em narrativas para aplicativos em tablets e smartphones. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para Dispositivos móveis**: produção, distribuição e consumo. Covilhã: Universidade da Beira Interior - Labcom, 2015. p. 7-42.
- PALACIOS, M. S.; CUNHA, R. do E. S. da. A tactilidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. In: **Contemporânea**, v. 10, n. 3, set/dez. 2012. p. 668-685.
- PAULINO, Rita. Conteúdo digital interativo para tablets-iPad: uma forma híbrida de conteúdo digital. In: PAULINO, R; RODRIGUES, V. (Org.). **Jornalismo para tablets**: pesquisa e prática. Florianópolis: Insular, 2013. 176p.
- PRATES, R; de SOUZA, C. S.; BARBOSA, S. A Method for Evaluating the Communicability of User Interfaces. **ACM Interactions** 7(1), New York, NY: ACM Press, pp. 31-38, 2000.

NOTAS

Os autores agradecem o apoio da FAPERJ - Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro (APQ1/2014).

Os autores agradecem ao Programa de Iniciação Científica da FACHA – Faculdades Integradas Helio Alonso, Rio de Janeiro. Projeto: “Comunicação Digital, Usabilidade e Arquitetura de Informação”.