

Design de interfaces: uma avaliação comparativa da usabilidade dos sites G1, Folha de São Paulo e Estadão na busca de dados simples¹

Alberto SANTÁGUEDA²

Lisle MENESES³

Luiz AGNER⁴

Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Os portais de notícia pressupõem, em sua natureza, um grande volume de informações. Para que sejam apresentadas ao leitor de forma clara e eficiente, é recomendado empregar técnicas de design e usabilidade, como forma de aprimorar a navegação em cada site. O desafio feito ao webjornalismo é a procura de uma linguagem amigável, adaptada às exigências de um público que exige maior rigor e objetividade. Este trabalho vai apresentar uma avaliação comparativa da usabilidade dos sites jornalísticos G1, Folha de S. Paulo e Estadão, alguns dos principais veículos de notícias do cenário brasileiro. O objetivo é diagnosticar inconsistências do design de interfaces a partir da observação sistemática da interação dos leitores. A metodologia desta pesquisa incluiu a aplicação de uma sequência de testes de usabilidade. O estudo emprega testes de usabilidade de comparação para verificar como ocorre a busca de dados simples nos veículos selecionados. O trabalho contempla a geração de recomendações de design para a correção de problemas encontrados nos três portais avaliados.

Palavras-chave: jornalismo, UX Design, usabilidade, arquitetura da informação, portal.

Introdução

Este trabalho se propõe a estudar a qualidade do fluxo de navegação dos leitores nos websites jornalísticos G1, Folha de S. Paulo e Estadão. Estes veículos foram escolhidos por sua influência, relevância, qualidade, credibilidade de conteúdo além de grande acesso de internautas. O método escolhido foi a avaliação comparativa dos sites, através de testes de usabilidade -- aplicada por ser uma forma assertiva de diagnosticar pontos fortes e fracos de cada website, e propor soluções para a usabilidade e arquitetura de informação desses ambientes. O objetivo do trabalho foi diagnosticar inconsistências existentes nos sites de

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XIV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-Graduando em Ergodesign de Interfaces, Usabilidade e Arquitetura de Informação, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – Puc-Rio. E-mail: <ALBERTOSANTAGUEDA@gmail.com>

³ Pós-Graduanda em Ergodesign de Interfaces, Usabilidade e Arquitetura de Informação, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – Puc-Rio. E-mail: <LISLEMENESES@gmail.com>

⁴ Doutor em Design (Puc-Rio); docente em Comunicação Social da Facha/RJ. Contato: www.agner.com.br.

webjornalismo, a partir da observação sistemática da interação dos leitores durante a busca de dados simples.

Aspectos atuais do jornalismo digital

Segundo Canavilhas (2003, p. 68), “o grande desafio feito ao webjornalismo é a [A1] procura de uma linguagem amiga que imponha a webnotícia, uma notícia mais adaptada às exigências de um público que exige maior rigor e objetividade”. De modo a adaptar a notícia às diferentes necessidades de interação do público da web, entendemos ser necessário compreender como se dá a busca de informações em cada veículo online.

O processo de adaptação da notícia ao público existe no meio impresso, na TV e no rádio, assim como na web, cada um com suas características específicas. É importante ressaltar que nenhuma nova mídia transpõe as anteriores, mas apenas provoca adaptações, sem nunca substituí-las e todas, na verdade, se complementam, como afirma Palácios (2003, p. 80).

A apresentação do conteúdo jornalístico na web se beneficia de uma gama de recursos que se tornam cada vez mais acessíveis, devido ao avanço tecnológico. No entanto, o avanço acontece de maneira gradual, onde o usuário é levado a se adaptar a mudanças em pequenas doses ao mesmo tempo em que aprova ou reprova cada modificação.

Tal como observado no surgimento de novas mídias que não rompem drasticamente com as anteriores, cada nova ferramenta de disposição de conteúdo jornalístico não rompe com o passado -- apenas contribui para a evolução de uma linguagem própria. Segundo Gradim (2003):

(...) a maioria dos sites na web se limitam a uma transposição de conteúdos, sem tirarem ainda total partido do potencial que a interatividade representa, mas verificase em todos um movimento no sentido de aumentar a interatividade nos seus sites, e isso está a reconfigurar a atividade e práticas dos jornalistas, a par com novas formas de apresentarem os seus produtos (GRADIM, 2003, p. 118).

De acordo com Agner (2013), novos dispositivos tecnológicos e a internet habilitaram novos modos de leitura que têm colocado em xeque as empresas de comunicação em todo o mundo. “A circulação mundial de jornais impressos tem diminuído, segundo a Associação Mundial de Jornais e Editores de Notícias. Exemplos recentes desta crise podem ser citados como o fim da edição em papel da tradicional revista norte-americana *Newsweek* após 80 anos, além da morte do *Jornal da Tarde*, de São Paulo, após 46 anos de uma marcante trajetória”. Diante dessas mudanças, a indústria da mídia se reconfigura e o jornalismo procura se reinventar.

De todas as mídias em que o jornalismo atua, a online é a que mais tem sofrido adaptações em sua estrutura devido à própria natureza. Este diferencial tem como objetivo aproximar o jornal online do leitor-usuário, na tentativa de fazê-lo acompanhar as notícias diariamente, como acontece com o jornal impresso. Essa tendência à adaptação abrange diversos modelos de jornalismo digital, entre eles, os chamados portais de notícias.

O surgimento dos portais de notícia, a partir de 1996, serviu como uma forma de quebrar os paradigmas estabelecidos até então pelo jornalismo. A possibilidade de uma leitura não-linear e conteúdos próprios inerentes ao universo online, destacaram-se de maneira visível de seus predecessores: as versões online dos jornais impressos de então. Segundo Herscovitz (2009):

Ao invés de fornecer o que alguns especialistas chamam de modelo tradicional, baseado na transposição do conteúdo do meio impresso para o digital como muitos jornais ainda fazem, os portais tentariam focar-se no que eles chamam de “web jornalismo genuíno”, baseado em formato mais interativo e não-linear, melhorado por recursos multimídias e conteúdo atualizado. (HERSCOVITZ, 2009, p. 6).

As possibilidades de exposição dos conteúdos noticiosos na web trouxeram notoriedade aos portais. Com o aumento da interação entre interface e usuário, este passou a decidir o caminho a ser percorrido dentro do jornal. Para Becker (2013, p. 5), “ao permitir que o leitor faça, por si mesmo, a identificação de pontos de interesse e, portanto, a definição do que é mais importante, a matéria jornalística torna-se mais instigante”.

Moherduai (apud Giarrante, 2012) enumera as oito características específicas do jornalismo online. São elas:

- interatividade – é mais simples o leitor-usuário adotar um comportamento ativo;
- interatividade – é mais simples o leitor-usuário adotar um comportamento ativo;
- hipertextualidade - possibilita a interconexão de textos por meio de links;
- personalização – o usuário pode configurar e receber produtos de acordo com seus interesses;
- multimídia/convergência - a circulação da informação em múltiplas plataformas e suportes, numa situação de agregação e complementaridade;
- memória – se relaciona com o poder de armazenamento da web);
- instantaneidade/atualização contínua - na Internet, não há delimitação de
- temporalidade, a notícia é atualizada conforme as informações chegam à redação;
- imersão - sensação de estar envolvido por uma realidade estranha;

- conteúdo dinâmico - produtos interativos, enquetes, fóruns de discussão, blogs, email, games, mapas, comentários em matérias, fotos randômicas, etc. (GIARRANTE, 2012, p. 9-10).

A gama de possibilidades permitidas pelos portais de notícias trouxe também novas dificuldades para a publicação de uma matéria. Com um grande contingente de informações dispostas na tela, tornar uma matéria elegível para leitura aos olhos do usuário se tornou tarefa mais complexa. Com isso, diversos recursos de destaque são amplamente utilizados, tal como a decisão da titulação adequada a cada texto. De acordo com Becker (2013):

O objetivo principal da titulação nos meios digitais é fazer com que o/a usuário/a clique e chegue até o conteúdo. Ou seja, o objetivo é conseguir que ele/a interaja com o conteúdo. Se isso não acontecer, o segundo objetivo é que ele/a, ao ler somente os títulos e ir embora (e isso ocorre com a grande maioria dos usuários da web), pelo menos saia com informações satisfatórias o suficiente para voltar outras vezes (BECKER, 2013, p. 8/9).

O dia a dia da veiculação de notícias pela web, associado às novas possibilidades tecnológicas, direcionam os canais de comunicação a melhor conhecer seus usuários, que trazem novos conceitos sobre o que deve ser notícia. Este ponto se diferencia do passado, onde apenas os jornalistas definiam que fatos se tornariam notícias:

A teoria conhecida como *gatekeeping* (o jornalismo como um guardião dos portões por onde passa a notícia) surgiu há meio século quando David Manning White (1950) aplicou ao jornalismo uma metáfora inicialmente desenvolvida pelo psicólogo Kurt Lewin para explicar a cadeia alimentar. As primeiras observações sobre um editor que selecionava as matérias de um jornal diário de forma subjetiva e a quem White batizou de *Mister Gates* (o guardião dos portões) concentravam-se no poder do jornalista como indivíduo para determinar o que é notícia. (HERSCOVITZ, 2009, p. 1).

Observa-se que o surgimento dos dispositivos móveis, como *tablets* e *smartphones*, contribuiu para aumentar o interesse e participação do usuário nos ambientes online, entre eles os sites de notícias. Esse novo propicia que as próprias técnicas de jornalismo se desenvolvam, junto à tecnologia, desenvolvendo um produto final melhor.

As resultantes dessas variáveis modificam o comportamento da sociedade e impulsionam o jornalismo a evoluir seus processos e técnicas em função de atender a uma nova expectativa do usuário/ consumidor de informações jornalísticas. Esse ‘novo estágio’, atualmente, pode ser percebido pelas demandas por um conteúdo atualizado em ‘tempo real’, com definição visual melhor, personalizado e inserido em dispositivos móveis conectados (LIMA Jr., 2009, p. 205).

A evolução do jornalismo online e os sites de notícia caminham juntos com o interesse do usuário em acessar os sites. Para que essa aproximação aconteça, as equipes de produção envolvidas buscam elaborar um projeto de site bem realizado. Isto envolve o uso design de interfaces como instrumento de valorização de cada tela, tornando mais agradável a navegação, e mais próximo o relacionamento do usuário com o jornal online.

O design como facilitador da navegação no webjornal

Sabe-se que uma alteração em uma interface de cada tela pode propiciar o aumento ou a queda da quantidade de visitantes online diários. O bom design de interfaces não envolve apenas beleza, mas também técnicas que irão promover a eficiência do uso da tela, tornando claro e prazeroso o relacionamento entre o leitor e o site do webjornal. Facilitar a navegação em um site é torná-lo mais utilizável.

Soluções criadas para o aprimoramento do uso de uma interface web pressupõem técnicas de usabilidade. Este conceito busca facilitar que todas as ações planejadas pelo site sejam de fato plenamente realizadas pelo usuário, nos mais diversos níveis. Em 1998, a ISO 9241-11 apresentou a definição oficial deste termo: “Usabilidade é a medida em que um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos com efetividade, eficiência e satisfação em um contexto específico de uso”.

Muitos sites de notícias, atualmente, não se utilizam das técnicas da usabilidade para diminuir ou eliminar dificuldades que seus usuários encontram durante a navegação. É comum não se entender os reais motivos das baixas ou decrescentes quantidades de acessos aos sites. Investir em usabilidade para a solução desses problemas não é algo unânime.

O surgimento dos dispositivos móveis abriu novos caminhos à usabilidade, que passou a atender a esses sistemas. A integração dos sites em suas versões para *desktop* e *mobile* tornou o uso de uma identidade visual para a comunicação com o usuário ainda mais importante. Para Cooper, Reimann e Cronin (2007), “a existência de vários tipos e modelos de dispositivos móveis torna importante a existência de cuidados acrescidos no momento do planejamento da interface, tornando-se uma prioridade garantir que a experiência visual seja a mais adequada em qualquer tipo de dispositivo”.

Nesse contexto, torna-se fundamental que se conheça o comportamento do usuário e que se entenda suas necessidades de navegação para a aplicação de um design que promova a navegação fluída. As definições de parâmetros a ser alterados, em cada estrutura de site, podem ser investigadas a partir de técnicas de pesquisa: entre elas, os testes de usabilidade.

Aplicação de testes comparativos de usabilidade

Esta pesquisa observou a eficácia, eficiência e satisfação na procura de informações específicas pelo leitor no webjornalismo, particularmente na busca de dados simples: previsão do tempo e cotação do dólar. Observou-se que os veículos noticiosos online não costumam seguir o mesmo padrão de design de interfaces na apresentação dessas informações, o que acaba por confundir os leitores, que não podem empregar o seu conhecimento de navegação já adquirido.

Acreditamos que para encontrar uma linguagem amigável (Canavilhas, 2003), e aprimorar a comunicação do sistema com o leitor, é necessário que se reestude o ambiente do webjornalismo, propondo soluções mais integradas de interação, cuja necessidade pode ser evidenciada a partir de testes de usabilidade. Segundo Rubin e Chisnell (2008, p. 21):

Teste de usabilidade é um processo que emprega pessoas representantes do público-alvo como participantes de testes para avaliar o grau em que um produto atende a critérios de usabilidade específicos. A inclusão de participantes representativos diferencia os testes de usabilidade das técnicas de perícia, pois estas não necessitam de utilizadores representativos como parte do processo” (RUBIN e CHISNELL, 2008, tradução livre).

Segundo os autores, pode haver diferentes modelos de teste de usabilidade, com diferentes intervenções do moderador e diversas formas de avaliação das interfaces pesquisadas. Os sistemas avaliados podem ser quaisquer sistemas eletrônicos ou web, como as páginas de webjornalismo por exemplo.

O teste de usabilidade é uma ferramenta de pesquisa que tem raízes na metodologia experimental clássica. A gama de testes diferenciados que se pode realizar é considerável. Desde verdadeiros experimentos clássicos com tamanhos consideráveis de amostra, até testes complexos de design para estudos qualitativos informais, com apenas um participante. Cada abordagem do teste tem diferentes objetivos, tempo e necessidades de recursos (RUBIN e CHISNELL, 2008, p. 21, tradução livre).

O teste de usabilidade pode servir a diferentes propósitos que envolvem diferentes tipos de tarefas, medidas de performance e disposição de escalas, entrevistas ou inspeções a serem aplicadas. Assim, existem testes de exploração, testes de avaliação, ou testes de validação, conforme aplicados, respectivamente, em etapas iniciais, intermediárias ou finais do ciclo de desenvolvimento de produtos. É possível avaliar um único ambiente por vez, ou diversos ambientes simultâneos (o que é chamado de teste de usabilidade de comparação).

O teste de comparação não é associado a nenhum ponto específico do ciclo de desenvolvimento de um produto. Nos primeiros estágios, pode ser usado para comparar diferenças entre estilos de interfaces através do teste de exploração; nos ciclos intermediários, pode ser usado para medir a efetividade de um elemento

integrante da interface; no final do ciclo, um teste de comparação pode ser usado para ver como a liberação de um produto atinge um produto concorrente. O teste de comparação pode ser usado como uma junção dos demais testes sendo que seu objetivo é realização de comparações em todos os níveis (FERREIRA, 2002, p. 12).

Em nosso estudo, realizamos uma sequência de testes de usabilidade de comparação com o objetivo de observar a facilidade de busca de dados simples nos três veículos selecionados. Os testes de usabilidade contribuem para que o design de interfaces possa alcançar resultados eficazes, com interfaces de uso mais fácil, aprimorando os projetos, reduzindo ou evitando possíveis erros que possam gerar custos.

Do ponto de vista de algumas empresas, os testes de usabilidade são parte de um esforço maior para melhorar a rentabilidade dos produtos. Há muitas razões para fazê-lo, o que no final também beneficia os usuários: as decisões de design são baseadas em dados coletados a partir de usuários representativos para expor os problemas de design de modo a que possam ser corrigidos, minimizando ou eliminando a sua frustração (RUBIN, CHISNELL, 2008, p. 21, tradução livre).

Para o webjornalismo, avaliar e adaptar as interfaces às necessidades dos seus leitores configuram um processo onde se podem encaixar os testes de usabilidade. Este estudo se dá em um contexto em que se deve compreender que os modelos de webjornalismo existentes não alcançaram a maturidade desejada. De acordo com Palácios (2003, p. 76) ainda não foram estabelecidos formatos-padrão para o jornalismo online: “é importante que se ressalte que não acreditamos existir um formato canônico, nem tampouco ‘mais avançado’ ou ‘mais apropriado’ no jornalismo que hoje se pratica na web”. Ou seja, muitos estudos ainda devem ser realizados para tornar o uso das interfaces do webjornalismo mais intuitivo, o que representa uma necessidade indispensável.

O roteiro desta pesquisa

Nosso processo de pesquisa se deu em três etapas: além da observação sistemática da interação dos leitores com as interfaces selecionadas, foram aplicados questionários nos momentos de pré e pós-teste. O primeiro questionário mapeou informações demográficas dos participantes e o segundo coletou impressões a respeito da navegação em cada site de notícias.

Para guiar o estudo, foram consideradas as seguintes hipóteses de trabalho: (a) não existe convenção no posicionamento dos componentes de cotação de moedas estrangeiras e de previsão do tempo nos jornais online; (b) a excessiva aglutinação de informações nas páginas iniciais torna confusa a busca por informações; e (c) a escolha de tipografias

serifadas, remetendo ao universo do jornal impresso, pode se tornar inadequada para leitura em telas digitais. O objetivo deste trabalho buscou mensurar a usabilidade destes componentes e identificar se é eficaz a tradução de padrões de diagramação utilizados nos jornais impressos para a mídia digital.

Para analisar os três sites escolhidos foi selecionada uma amostra intencional com seis usuários-leitores, sendo que 50% na faixa de idade de 25 a 24 anos, e 50% entre 25 a 39 anos. Os participantes têm familiaridade na leitura de jornais online há pelo menos cinco anos. Acessam jornais online no trabalho ou em casa, e 66% costumam ler também jornais em papel. Da amostra de participantes dos testes de usabilidade, 67% possuem ensino superior completo e 33% possuem ensino médio. 100% dos participantes já conheciam os websites a serem testados. Desses, 17% navegam de 1 a 3 horas por dia na internet; 50% navegam de 3 a 8 horas e 33% navegam mais de 8 horas diárias. Utilizam basicamente a internet para ler notícias, mandar e-mails, interagir em redes sociais e realizar compras em comércio eletrônico.

Partindo do princípio de que a sequência de apresentação dos portais aos participantes poderia influenciar o resultado, fez-se uma análise combinatória para determinar que cada participante os avaliasse numa sequência diferente. A pesquisa se baseou na área de serviços dos websites, por isso foram escolhidas as seções de indicadores econômicos e de previsão do tempo para os testes de usabilidade. Os cenários de uso para aplicação dos testes de usabilidade são apontados nas tabelas 1 e 2 a seguir.

Tabela 1 - Roteiro para aplicação do cenário de uso 1

Tarefa 1	Encontrar a cotação do dólar nos seguintes sites: Estadão, Folha de São Paulo e G1.
Estado de início	Home page dos três sites de notícias.
Objetivo	Observar e analisar a eficácia da navegação e da leitura dentro de cada site acima com foco na busca de dados simples.
Previsão	2 minutos
Cenário 1	Você pretende tirar férias e viajar para os Estados Unidos. Navegando num site de notícias, você descobre que houve aumento nos impostos para o uso de cartões de débito e pré-pagos no exterior, então você decide comprar e levar dólares em espécie.

Tabela 2 - Roteiro para aplicação do cenário de uso 2

Tarefa 2	Procurar a previsão do tempo do Rio de Janeiro nos seguintes sites: Estadão, Folha de São Paulo e G1.
Estado de início	Home page dos três sites de notícias.
Objetivo	Observar e analisar a eficácia da navegação e da leitura dentro de cada site acima com foco na busca de dados simples.
Previsão	3 minutos
Cenário 2	Você decide ir à praia amanhã e resolve verificar a temperatura do Rio de Janeiro em sites de notícia.

Os testes de usabilidade de comparação foram realizados em notebooks com câmeras embutidas e programas de gravação simultânea de vídeo e áudio da tela [A2] e do usuário, como o software *TechSmith Camtasia*. Foram feitas anotações em blocos de nota durante a realização das tarefas e o *Google Drive* foi utilizado como ferramenta de criação dos questionários online, respondidos pelos participantes em notebooks e cujas respostas foram computadas automaticamente.

Observamos métricas e parâmetros quantitativos e qualitativos como por exemplo: a quantidade de usuários que conseguiram concluir a tarefa; o tempo levado para a sua realização e o elenco de problemas de navegação desvelados pelos usuários durante a busca de informações em cada sistema de webjornalismo.

Apresentação dos resultados

A maioria dos usuários participantes realizou as tarefas propostas para o teste em mais tempo do que o previsto. A tarefa 1, para todos os sites de notícias, foi realizada em média em seis minutos. Já a tarefa 2, prevista em três minutos, foi feita em média em cinco minutos. Observou-se que, em alguns casos, até 90% do tempo total correspondeu apenas à busca pela localização das seções, sendo que somente os 10% restantes corresponderam à encontrar o dado em si, o que demonstra dificuldade dos leitores com a arquitetura de informação nos sites de webjornalismo.

Na tarefa 1, o G1 obteve o melhor desempenho médio, 25 segundos abaixo do esperado. O Estadão manteve o tempo médio previsto e a Folha de S. Paulo ultrapassou em 45 segundos o tempo esperado. Nota-se ainda que, em todos, os leitores navegaram duas a quatro vezes mais páginas do que o necessário, e deram de três a cinco vezes mais cliques do que o necessário, em média. Percebemos ainda que na Folha e no G1 a informação da

cotação do dólar estava na página inicial (home), sendo necessário apenas o uso do *scroll* para achar a informação.

Tabela 3 – Desempenho dos jornais online nos testes de usabilidade.

Tarefa 1	Tempo estimado	Tempo gasto	Páginas navegadas	Cliques
Estadão	2'00"	2'05"	3,7	4
Folha de S. Paulo	2'00"	2'45"	4,2	5,5
G1.com	2'00"	1'35"	3,2	3
Tarefa 2	Tempo estimado	Tempo gasto	Páginas navegadas	Cliques
Estadão	3'00"	2'55"	5	8,3
Folha de S. Paulo	3'00"	1'15"	3	9,2
G1.com	3'00"	1'45"	3,8	5,7

Para a Tarefa 2, a Folha de S. Paulo obteve melhor desempenho em eficiência, com menos da metade do tempo previsto, sendo ultrapassada 30 segundos pelo site G1. O jornal online Estadão manteve o tempo previsto. Verificou-se que o site Estadão (que tem o dado acessível no topo da página inicial) teve média de navegação de cinco páginas a mais que o necessário, o G1 foi o mais próximo, e Estadão, o mais distante (tabela 3).

Análise e recomendações de design

A partir da nossa observação sistemática, pudemos gerar algumas recomendações de design de interface para solucionar os problemas de interação detectados nos três sites analisados durante os testes de usabilidade. Cada ponto específico foi classificado em níveis de curto, médio e longo prazo, indicando o que precisa ser modificado de modo mais urgente para facilitar a navegação dos leitores.

As recomendações de curto prazo relacionam-se aos problemas mais graves que podem limitar bastante a navegação do leitor, as de médio prazo se relacionam a problemas que devem ser corrigidos a fim de não prejudicar a conclusão eficaz das tarefas, e as de longo prazo impactam positivamente a satisfação dos usuários.

Recomendações de curto prazo

- **Baixa eficiência dos resultados da busca por palavras-chave:** A busca por palavras-chave nos sites de webjornalismo leva somente ao conteúdo das notícias, mas não às páginas das seções específicas, como era esperado pelos usuários participantes, contrastando com suas expectativas e o modelo mental de uso do sistema.

- **Poucas opções de localização e ausência de geolocalização:** Nos testes realizados fora do Rio de Janeiro, todos os usuários comentaram sobre a falta da sua cidade na listagem principal, relatando frustração com este fato. Além disso, os usuários demoraram a achar a sua localização. Os sites falham em mostrar a cidade do usuário na previsão do tempo, não fazendo uso de *cookies* ou *scripts* de localização (figura 1).



Figura 1 – Na home page do Estadão há poucas opções de localização, o que gera frustração.

Recomendações de médio prazo

- **Banners intrusivos dificultam a conclusão de tarefas:** Deve-se evitar utilizar elementos publicitários intrusivos que cubram as informações, especialmente em dispositivos móveis sem suporte ao Flash, pois pode ocorrer de o botão de “Fechar” não aparecer na tela (figura 2).



Figura 2 – Exemplo de *banner* intrusivo no site G1 (maio de 2014).

- **Diagramação: blocos de texto excessivamente aglutinados:** Algumas práticas de diagramação do jornal impresso (que pode ser dobrado e aproximado para que se foque em parte do conteúdo) podem não funcionar bem na diagramação para a tela. Deve-se avaliar a quantidade de informação e manter a respiração nas colunas de texto e fim de permitir a boa leitura das telas nos sites do webjornalismo e evitar a poluição visual.

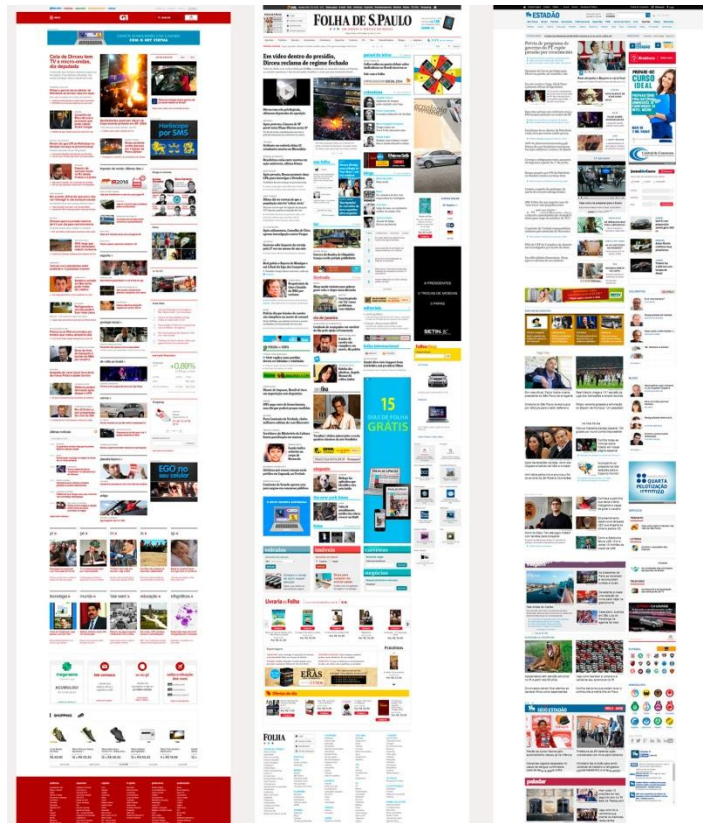


Figura 3 – O excesso de informação na *home page* e a verticalização excessiva do *layout* das páginas do G1, Folha e Estadão podem desestimular o leitor.

Recomendações de longo prazo

- **Excesso de verticalização desestimula a navegação:** A maioria dos leitores prefere explorar a home antes de procurar outros recursos. Como os sites de notícia são demasiadamente verticalizados (figura 3), os leitores precisam rolar muito a página inicial e podem desistir de continuar navegando. Por vezes, a informação buscada estava presente na *home page* mas nenhum usuário conseguiu encontrá-la na página inicial.

Uma solução possível para amenizar os efeitos da excessiva verticalização seria o desenvolvimento de um link de “voltar ao topo” no momento em que o menu principal não estiver visível com o uso da rolagem da tela. Outra forma de resolver essa questão seria criar o menu principal fixo no topo da tela.

Algumas conclusões possíveis

Podemos concordar com Canavilhas (2003), quando o autor propõe que o grande desafio do webjornalismo é a busca de uma linguagem amiga, onde a informação seja adaptada às exigências de um público que exige cada vez mais. Acrescente-se aí a necessidade de desenvolver um design que garanta a usabilidade das interfaces, no sentido

de contribuir para o estabelecimento desta linguagem amiga. Em nossa pesquisa, pudemos endossar também as críticas de Gradim (2003), autora atenta às transformações da mídia, para a qual a maioria dos websites de jornais se limita ao arremedo de conteúdos impressos, sem aproveitar completamente o potencial de interatividade das novas linguagens.

De acordo com a verificação da interação de leitores feita durante os nossos testes de usabilidade, concluímos que a melhor forma de apresentar os serviços em sites de notícias seria através de uma combinação dos melhores pontos dos três objetos do estudo. Além disso, como apontado por nossas observações, as páginas iniciais não foram percorridas em sua totalidade por todos os leitores, devido provavelmente à excessiva quantidade de informação e acentuada verticalização, problema presente em grande parte dos sites de webjornalismo. Alguns usuários pontuaram que a diagramação e a escolha da tipografia no webjornalismo lembravam muito o jornal impresso: esta analogia não foi, entretanto, considerada um fator positivo, pois a tela do computador distorce muito as fontes serifadas empregadas nos títulos.

Este estudo formulou e apresentou algumas recomendações para as áreas de serviços em sites de notícias, com destaque para a necessidade de buscas capazes de filtrar o conteúdo textual das notícias ao mesmo tempo que outros conteúdos informacionais relevantes para o leitor-usuário. É importante ainda mostrar um adequado contraste entre plano de fundo e cor do texto, e hierarquizar de modo eficiente o conteúdo nos sites.

Como lições aprendidas da aplicação do método de pesquisa, sublinhamos que o uso do protocolo de pensamento em voz alta pelos usuários durante os testes de usabilidade foi particularmente importante, pois atribuiu valor às informações, contextualizando as descobertas, o que foi essencial na análise dos achados. Além disso, empregar o programa *Camtasia* forneceu detalhes indispensáveis: com ele foi possível capturar em vídeo, junto às telas, as expressões de frustração ou de contentamento dos usuários-leitores.

Como desdobramentos futuros desta pesquisa com testes de usabilidade comparativos, aplicados ao webjornalismo brasileiro, verificamos que o uso de um equipamento de *eye-tracking* (rastreamento do olhar) poderá nos trazer novos e importantes *insights*, a fim de radiografar o fluxo de visão dos leitores nos sistemas de comunicação estudados.

Um outro ponto importante a ser destacado é a atual convergência para a mobilidade digital, onde as interfaces para *desktop* e *mobile* (*smartphones* e *tablets*) terão maior comunhão de seus designs. Após o término da produção deste trabalho, algumas

modificações nos sites estudados ocorreram. O site G1 adotou, em sua interface para *desktop*, um ícone de menu comum às interações *touch-screen* (por toques), facilitando a compreensão das funções nos celulares e *tablets*. O portal Estadão reformulou toda a sua interface, tornando-se menos poluído visualmente, e mais rico em exposição de imagens e vídeos. A largura de seu site agora é mais estreita, facilitando a leitura em dispositivos móveis. As notícias estão contidas em boxes maiores, o que as tornou mais atrativas, e a navegação é menos cansativa e mais agradável.

As recentes alterações dos sites G1 e Estadão (figura 4) sanaram alguns problemas previamente descobertos por este trabalho. A página inicial do Estadão não conta mais com o aparecimento de *banners* intrusivos inesperados. Sua diagramação melhorou consideravelmente, com boxes de notícias com melhor respiro e maior possibilidade de leitura. O conteúdo total da tela ocupa menos espaço, dando uma sensação de verticalização bem menor.



Figura 4 – Alterações nos sites G1 e Estadão: maior convergência com dispositivos móveis.

As hipóteses apontadas por este trabalho foram validadas. De fato, após a avaliação dos resultados, percebemos que não existe uma convenção na posição dos componentes de cotação de moedas estrangeiras e de previsão do tempo nos jornais online pesquisados. A excessiva aglutinação de informações nas páginas iniciais realmente tornou confusa a busca por informações, com ressalva ao Estadão que, após a reformulação em sua interface, melhorou muito nesse quesito, tornando-se muito mais agradável de navegar. Por último, a escolha de tipografias serifadas, remetendo ao universo do jornal impresso, de fato se tornou inadequada para leitura em telas digitais. Novamente, cabe aqui referir o Estadão, que não abandonou a fonte serifada, mas a tem utilizado de maneira inteligente, em maior tamanho e em boxes maiores, com maior respiração, conseguindo manter a tradição e a relação com o impresso, sem deixar de se posicionar adequadamente no ambiente web - de forma limpa e clara, com um tom equilibrado entre o moderno e o tradicional.

É importante sublinhar que, assim como Palácios, não acreditamos existir um formato canônico para o webjornalismo. Muitos estudos ainda devem ser realizados para tornar as interfaces do webjornalismo mais intuitivas, uma necessidade hoje indispensável.

Referências

- AGNER, L. Jornalismo digital nos tablets e a interação gestual. In: BARBOSA, A; RANGEL, M.; RAPOSO, M. (orgs.). **Ergonomia design usabilidade interação**. Juiz de Fora: MAMM/Museu de Arte Murilo Mendes. UFJF/Universidade Federal de Juiz de Fora, 2013. 184p.
- BECKER, M.L. Contribuições para um novo programa de redação jornalística. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo - REBEJ**, v. 3, n. 12. Brasília, Brasil. jan.-jun. 2013. p24-43.
- CANAVILHAS, J. Webjornalismo: Considerações Gerais sobre Jornalismo na Web. In: FIDALGO, A; SERRA, P. (orgs). **Jornalismo Online** (Informação e Comunicação Online, v.1). Universidade da Beira Interior. Covilhã, Portugal, 2003. p 63-74.
- COOPER, A.; REIMANN, R.; CRONIN, D. **About Face 3**. Wiley Publishing. 2007.
- FERREIRA, K. G. **Teste de Usabilidade**. Monografia de Final de Curso em Especialização em Informática. Departamento de Ciência da Computação. Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG. Belo Horizonte, 2002. 60p.
- GIARRANTE, A. C. As revistas na sociedade digital. **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom. Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo. Fortaleza, Ceará, Brasil. 3 a 7/9/2012. 15p.
- GRADIM, A. O jornalista multimídia do século XXI. In: FIDALGO, A; SERRA, P. (orgs). **Jornalismo Online** (Informação e Comunicação Online, v.1). Universidade da Beira Interior. Covilhã, Portugal, 2003. p117-134.
- HERSCOVITZ, H. G. Características dos portais brasileiros de notícias. **Revista Brazilian Journalism Research –BJR.**, v.5, n.1. Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo – SBP JOR. Brasília, Brasil. Jan.-abr. 2009. 24p.
Disponível em: <<http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/197/196>> Acesso em 13 Jul. 2014.
- LIMA JR, W. T. Tecnologias emergentes desafiam o jornalismo a encontrar novos formatos de conteúdo. **Comunicação & Sociedade**, Ano 30, n. 51, p. 201-225, jan./jun. 2009.
- PALÁCIOS, M. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. In: FIDALGO, A; SERRA, P. (orgs). **Jornalismo Online** (Informação e Comunicação, v.1). Universidade da Beira Interior. Covilhã, Portugal, 2003. p70-90.
- RUBIN, J.; CHISNELL, D. **Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design and Conduct Effective Tests**. Wiley Publishing, Inc, 2008. 386p.

NOTAS – Esta pesquisa foi realizada no âmbito da disciplina de Teste Formal de Usabilidade do curso de Pós-graduação em Ergodesign de Interfaces, Usabilidade e Arquitetura de Informação da PUC-Rio (2014). Os autores agradecem à participação dos colegas Leonardo Favre e Mariana Costa.