



Conectar e Desconectar¹ **Usabilidade e Convergência no portal Globo.com**

Thiago Marinho²
Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

RESUMO

O que a convergência oferece hoje para atender nossos desejos e necessidades? Em sites como globo.com: notícias atualizadas, entretenimento ilimitado para armazenar vídeos, músicas, games, espaços interativos? Se tudo isso já existe e está em marcha na maioria dos sites de empresas de comunicação, a questão não se reduz a quanto se pode agregar por convergência, mas a quanto se pode tirar do site por usabilidade. Esta, ajustada a um projeto de convergência evita a desconexão radical, praticamente inviável e tão angustiante quanto a hiperconexão. É fundamental examinar a usabilidade sem esquecer a qualidade na vida e no trabalho, encontrar caminhos onde se pode dosar labuta e descanso, conexão e desconexão. Ninguém consegue ficar ligado e se sentir bem o tempo todo.

PALAVRAS-CHAVE: usabilidade; convergência; conexão; modos de desconexão.

INTRODUÇÃO

A internet vem modificando a realidade que vivemos desde que começou a ser mais usada pela população. Hoje, com a popularização da internet, podemos viver vários níveis de realidade, a física que já não é mais tão comum devido às tecnologias da informação e as virtuais através da rede mundial de computadores, já com uma grande diversidade de comunidades e redes sociais digitais, que interferem em nossa realidade física. Podemos portanto afirmar que a usabilidade e a convergência fazem parte do processo de digitalização da sociedade, contribuindo substancialmente para chegarmos aos mais altos níveis de interação com os meios tecnológicos e diversificando nossas relações pessoais.

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Multimídia do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de junho de 2011.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), email: tmarinho@gmail.com



Pensados em conjunto ou separadamente, usabilidade e convergência são fatores que estão modificando a forma como lidamos com a internet quando estamos conectados. A facilidade no acesso as informações e a qualidade das ferramentas que proporcionam satisfação aos usuários dos portais representam a evolução tecnológica para os meios digitalizados, proporcionando um fluxo de informação e conhecimento mais rápidos e acessíveis. Além disso, as formas de entretenimento no universo digital foram se diversificando sem precedentes, contribuindo ainda mais para que os “fruidores” da internet ficassem cada vez mais tempo conectados a rede.

A usabilidade não é um assunto novo que surgiu do avanço tecnológico dos computadores e da internet, mas foi a partir de Jakob Nielsen, principal autor do tema, pensando sobre a nossa era digital que fez com que o assunto se tornasse importante para a estruturação dos ambientes virtuais, onde passaram a circular quantidade de informações ilimitadas que precisavam de uma estrutura mínima para alcançar bons resultados.

A convergência é comum na internet que fruimos, mas ela diferente da usabilidade não é pensada especificamente para cada site ou ambiente virtual que a utilize, ela surge e facilita o relacionamento entre site e usuário de forma natural, a partir da interação entre homens e as tecnologias e entre eles mesmos.

Enquanto a usabilidade faz a execução das funções de um site possível, a convergência consegue oferecer um diferencial e atrair público para aquele ambiente.

Questionamos-nos se realmente estamos evoluindo quanto à qualidade de vida que a internet e as novas tecnologias podem nos proporcionar. Uma tarefa árdua, a partir do momento que estamos conectados é conseguir nos desconectar para executar outras atividades que temos em nossa realidade física.

Sabemos que a nossa virtualidade está cada dia se inserindo mais em nossa realidade física, causando estranhamentos em muitos de nós, não apenas por estarmos sempre conectados, mas também por não conseguirmos nos desconectar da qualidade dos recursos que a internet nos propicia, nos deixando ininterruptamente conectados com o nosso paralelo virtual e constantemente desatento com a realidade física que nos cerca.

Conectar já se tornou algo mais do que comum para nós, não precisamos mais nem pensar para isso. Mas desconectar ainda é uma tarefa não tão simples assim, e por mais usabilidade que exista, as empresas de comunicação não têm interesse em permitir que seus “fruidores” desconectem com facilidade. Sem falar no poder atrativo da



convergência, que nos fixa em uma teia de informações e ferramentas, estimulando a constante conexão e sempre adiando a desconexão. Vamos observar o site globo.com, analisando como ocorre a relação entre convergência e usabilidade. Antes iremos apresentar especificamente sobre a usabilidade e a convergência, contextualizando-os a partir do site que vamos estudar.

PRINCIPAIS REQUISITOS DA USABILIDADE UTILIZADOS PELA CONVERGÊNCIA

Nesta parte do texto iremos nos dedicar a falar sobre usabilidade a partir de um dos mais importantes teóricos do assunto, Jakob Nielsen. Ele foi o primeiro autor a caracterizar a usabilidade de espaços digitais a partir de diversos aspectos, e isso aconteceu em 1993, quando lançou o livro *Usability Engineering*. Mesmo com toda evolução que ocorreu até o momento, os aspectos citados por Nielsen no início dos estudos sobre usabilidade nos meios digitais, ainda são aplicados na estruturação de sites e portais de comunicação.

A caracterização da usabilidade é fundamental para a digitalização dos meios de comunicação, como continua ocorrendo. Por isso é fundamental que não apenas os técnicos que constroem a forma como vamos visualizar e navegar por aqueles sites, mas também os produtores das informações dos sites e seus usuários e consumidores possam compreender que a forma como se constrói um site tem uma razão específica para um fim previamente estudado e planejado. Para estabelecer a compreensão da usabilidade vamos a definir ela na seqüência:

A usabilidade é um atributo de qualidade relacionado à facilidade do uso de algo. Mais especificamente, refere-se à rapidez com que os usuários podem aprender a usar alguma coisa, a eficiência deles ao usá-la, o quanto gostam de utilizá-la. Se as pessoas não puderem ou não utilizar um recurso, ele pode muito bem não existir. (NIELSEN e LORANGER; 2007, p.xvi)

Jakob Nielsen intitulou as características da usabilidade com a nomenclatura de “heurística da usabilidade”. Esta é apresentada em 10 principais características ou princípios, os quais vamos acompanhar na seqüência, possíveis de serem aplicados em qualquer interface gráfica de um ambiente digitalizado.



1. Diálogo simples e natural

Que uma interface gráfica deve ser simples já sabemos, isto é obvio, até porque caso visualmente observarmos algum nível de complexidade, automaticamente será criada um nível de resistência por parte do usuário, fazendo até com que essa primeira impressão se torne ponto de fuga para um outro site. Quanto mais informação tiver na tela, mais teremos que aprender, aumentando a possibilidade de não entender algo, tornando complexo o que poderia ser simples, por excesso de informações muitas vezes desnecessárias.

Nielsen (1993, p.117) afirma que um bom design gráfico é importante para dar clareza, simplicidade e naturalidade ao site, sejam lá quais forem os assuntos que ele trate. A estrutura gráfica de uma interface deve ser preparada para ajudar o usuário a entendê-la e a interagir, percorrendo os caminhos desejados, evitando erros de percurso e focando a atenção apenas nos elementos necessários.

A cor “elemento fundamental em qualquer processo de comunicação, interfere nos sentidos, nas emoções e no intelecto da pessoa” (MARCUS, 1987 apud LEAL FERREIRA e NUNES, 2008, p. 27), deve sempre manter um padrão, sem exageros, buscando a simplicidade visual, mas chamando atenção para alguns destaques importantes. Nunca exagerar ou deixar as cores simples em demasiado, é importante que a interface consiga ter seus diferentes itens com cores distintas, mas usando o bom senso.

Uma interface sobrecarregada de informações é inviável de ser explorada, pois ela contribui com possíveis erros, além de inibir a circulação dos usuários daquele ambiente, causando transtornos que a usabilidade tanto luta para evitar, como afirma Nielsen (1993, p. 120). Portanto o ideal é ser simples e objetivo colocando em uma interface exatamente o necessário, atraindo assim usuários que se sentirão bem ao navegar por um ambiente limpo, atraente e estruturado.

2. Falando a língua do usuário

Este princípio se concentra em tratar sobre a importância do tipo de linguagem utilizada na interface de um sistema digital. A linguagem de um portal deve ser simples de ser compreendida, independente do tema relacionado a ele. No caso de sites sobre temas técnicos, certamente alguns termos específicos precisam ser utilizados, mas a linguagem tem que ser compreensiva para que um leigo que tenha interesse sobre o



tema, afinal por mais incomum que seja o tema, ele está disponível em um ambiente de livre acesso aos curiosos e interessados que passarem por ali.

De acordo com Nielsen (1993, p.126) o mapeamento de um sistema digital pode ser fundamental para a estrutura organizacional dele, ou seja, mapeando quais suas intenções, os assuntos que vão ser tratados e especificando o público destinado, haverá uma importante contribuição para evitar erros e problemas futuros.

Metáforas de interface de usuário é um caminho possível para alcançar um mapeamento entre o sistema de computador e uma referência conhecida pelo usuário em seu cotidiano, como por exemplo, os sites de lojas virtuais que utilizam em alguns casos o símbolo de um carrinho de compras para referenciar os itens que estão sendo adquiridos pelo cliente. Segundo Royo (2008, p. 113), “é importante escolher metáforas que ofereçam ao usuário uma visualização instantânea do sistema, inclusive seus detalhes”.

3. Minimizar a carga de memória do usuário

Uma boa interface gráfica deve evitar fazer com que o usuário pense demasiado para executar alguma função, ela deve ser sempre objetiva buscando a eficiência e rapidez para o usuário. “No desenho de interfaces, deve-se procurar reduzir ao mínimo o esforço exigido do usuário para memorizar suas características” (LEAL FERREIRA e NUNES, 2008, p. 27)

De acordo com Nielsen (1993, p.131), para minimizar a carga de memória do usuário, um ambiente digital deve se basear em um número pequeno de regras universais para aplicar a interface. São necessárias muitas regras para determinar o comportamento de um sistema, então o usuário teria que aprender e lembrar todas essas regras, sobrecarregando-o. Por outro lado, a ausência de regras tornaria um portal imprevisível e a cada nova visita diferenças seriam identificadas, dificultando a relação entre usuário e site.

O uso de regras genéricas pode ser eficiente para fazer com que poucas regras governem sistemas complexos. Comandos genéricos fazem situações semelhantes acontecerem em diferentes circunstâncias, algo importante em um portal que, por exemplo, possui muitas páginas sobre vários temas, mas que conseguem manter um padrão estrutural e estético.



4. Consistência

É um dos mais básicos princípios da usabilidade. No caso de usuários saberem que a mesma ação ou comando em um sistema obterá sempre o mesmo resultado, independente da página que esteja, irá gerar confiança para que tudo seja explorado, com isso até aprendendo estratégias, pois eles já compreenderão boa parte de como o sistema opera. Para Royo (2008, p. 110), a consistência é conseguida quando permitimos que os conhecimentos adquiridos pelo usuário na utilização de certas ferramentas possam ser aplicados em outro programa, sem nenhum problema.

De acordo com Leal Ferreira e Nunes (2008, p. 23), a consistência reduz a frustração provocada por comportamentos inesperados e logicamente incompreensíveis do sistema, além de permitir que a pessoa generalize o conhecimento de uma aspecto do sistema para outro. Os menus, as exibições de informação e as funções precisam ter a mesma apresentação visual e comportamentos idênticos no decorrer de toda a interface.

É importante que também se compreenda que consistência não diz respeito apenas a questões de layout e aparência de um site, mas também é necessário considerar que se tratam das tarefas e funcionalidades estruturais do sistema.

5. Feedback

O sistema deve informar constantemente o usuário sobre as ações que estão sendo executadas, através de avisos simples ou sinalizações. Esse diálogo com o usuário por parte do sistema é para prevenir problemas que venham a acontecer na comunicação entre eles. Para Leal Ferreira e Nunes (2008, p. 34) o feedback é necessário em todo tipo de comunicação.

De acordo com Royo (2008, p. 112), quando o usuário inicia uma ação indicada por um signo visual ou auditivo, ele deve saber, mesmo que superficialmente, o que está acontecendo, assim como o tempo que falta para a conclusão.

6. Saídas claramente marcadas

Todos os sistemas devem dar opções aos usuários de retornar de onde veio ou sair da ação que estão executando. Para Royo (2008, p. 112), oferecer reversibilidade é dar capacidade de retroceder no tempo as ações, permitindo erros e a possibilidade de corrigir nossos problemas. Opções de saída, de retorno ou cancelamento devem estar sempre claras e as vistas de todos que se dispuser a usar a interface gráfica de qualquer



sistema digitalizado, principalmente em sites onde os usuários são bem exigentes, e caso não consigam ficar satisfeitos, buscam outra solução rapidamente.

7. Atalhos

É um princípio que auxilia os usuários mais experientes ou aqueles que já estão mais acostumados com o sistema, ajudando a executarem aquilo que desejam de forma mais rápida e eficiente. Normalmente são links que pulam diretamente para um local desejado, sem que seja necessário executar uma séria de ações através do menu para chegar onde queria.

8. Boas mensagens de erro

As mensagens de erro são críticas para a usabilidade por dois fatores: o primeiro por representar uma situação a qual o usuário está com algum tipo de problema diante do sistema, e a segunda por ser uma boa oportunidade de o usuário conhecer melhor o sistema com o qual ele está lidando.

De acordo com Nielsen (1993, p.142) as mensagens de erro devem seguir quatro regras básicas. Os erros devem ser expressos através de linguagem clara, evitando códigos incompreensíveis. As mensagens devem ser precisas e nunca vagas ou genéricas. As mensagens de erro devem construtivamente ajudar o usuário a resolver o problema. E finalmente, cada mensagem deve ser direcionada ao usuário, educadamente, nunca tentando intimidá-lo ou fazê-lo pensar que é culpado pelo problema.

9. Prevenção de erros

Esse é o tipo de princípio da usabilidade que trata os erros de uma forma mais específica do que através de uma boa mensagem. Para Leal Ferreira e Nunes (2008, p. 51), uma dos objetivos da interface é evitar que seus usuários cometam erros. A prevenção de erros buscar evitar que problemas ocorram antes mesmo de algum usuário tentar interagir com o sistema, ou seja, ela vai influenciar e até em alguns casos modificar a estrutura e o design para chegar ao resultado desejado, objetivando a satisfação do usuário ou fruidor, como acontece na grande quantidade dos sistemas que nos deparamos hoje.



10. Ajuda e documentação

Para Nielsen (1993, p.148), melhor seria o sistema ser tão fácil de ser utilizado que não precisasse de qualquer ajuda ou recorrer a documentações para que o usuário consiga interagir. Mas é importante que exista o suporte da ajuda e documentação, não apenas no caso da incapacidade de utilização de um portal na internet, que possui muitas informações, onde algumas ajudas dadas pelo sistema podem contribuir com o usuário, mas principalmente no caso de alguns usuários quererem atingir níveis mais altos de utilização e interação com um site.

A CONVERGÊNCIA OTIMIZADA PELA USABILIDADE

A convergência faz parte da nova realidade que estamos vivenciando nos meios de comunicação, influenciando a internet, em sites e portais, modificando a realidade e a relação entre usuários e seus meios. Toda essa mudança precisa de uma base estrutural bem elaborada para que as idéias e pretensões dos sites façam sentido. Por isso é importante a utilização dos princípios da usabilidade na construção de um portal como o globo.com, que possui grande quantidade de conteúdo e caso as estruturas de organização e busca não forem bem feitas, causarão insatisfação dos usuários e o site não conseguirá obter sucesso.

Falar sobre a convergência em um site como globo.com pode parecer óbvio, mas através da análise que iremos apresentar poderemos compreender mais profundamente que a convergência representa uma transformação cultural dos meios e não especificamente um simples processo tecnológico que une múltiplas funções dentro do mesmo equipamento. Jenkins (2009, p.30) afirma que a convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser, ela ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Assim podemos compreender a convergência a partir da seguinte definição:

... fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão e quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam está falando. (JENKINS, 2009, p. 29)



Desenvolvendo as idéias diante do que estamos descrevendo e compreendendo, entende-se que a convergência das mídias é mais do que uma simples mudança tecnológica. Ela tem alterado as relações entre as tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos como afirma Jenkins (2009, p.43). A convergência faz com que a indústria midiática opere através de uma lógica alterada, conseqüentemente alterando a forma como os consumidores enxergam notícias e entretenimento. Jenkins acredita que a convergência se refere a um processo e não a algo com fim estabelecido, que não é algo que vai acontecer um dia, mas sim uma realidade que estamos vivenciando numa cultura da convergência.

Hoje o público consumidor de mídia e entretenimento não é mais estático, já interagem diretamente com as mais diversas formas de mídia, passando de uma posição de simples receptor para uma relação de fruitor, interferindo no encaminhamento que as mídias dão as notícias e formas de entretenimento. Não é por menos que Jenkins (2009, p.45) diz que a convergência também ocorre quando as pessoas assumem o controle das mídias, que o entretenimento não é a única coisa que flui pelas múltiplas plataformas de mídia e que nossa vida, relacionamentos, memórias, fantasias e desejos também fluem através dos canais de mídia.

A convergência exige que as empresas de mídia repensem antigas suposições sobre o que significa consumir mídias, suposições que moldam tanto decisões de programação quanto marketing. Se os antigos consumidores eram tidos como passivos, os novos consumidores são ativos. Se os antigos consumidores eram previsíveis e ficavam onde mandavam que ficassem, os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou meios de comunicação. Se os antigos consumidores eram indivíduos isolados, os novos consumidores são mais conectados socialmente. Se o trabalho de consumidores de mídia já foi silencioso e invisível, os novos consumidores são agora barulhentos e públicos. (JENKINS, 2009, p.47)

Com todas as mudanças de relacionamento que aconteceram entre o público e as mídias, os méritos não podem ser creditados apenas a idéia da convergência e a evolução tecnológica dos computadores em conjunto com a internet. Existe algo que é básico, fundamental para a realidade virtual, são as estruturas digitalizadas, que devem ser muito bem preparadas e organizadas, até pela quantidade informações e caminhos possíveis de serem percorridos, a montagem das estruturas devem ser muito bem pensadas e distribuídas. Em suma, todo ambiente digital deve ser preparado para ser usável, atraente e isso se conquista através da implantação da usabilidade ainda na fase



de projeto, buscando corresponder às expectativas criadas e realizar os objetivos pré-definidos.

A usabilidade consegue dar subsídios para que a convergência se concretize na relação existente entre os públicos e as mídias, a capacidade tecnológica das mídias que vivenciamos é pensada, montada e estruturada a partir de requisitos ou princípios que formam o conjunto de características que dão sentido a usabilidade. Não significa que qualquer portal de comunicação irá usar todos os requisitos da usabilidade para ser perfeito, talvez isso não seja possível pelo nível de complexidade, mas nunca deve se ultrapassar os limites necessários para facilitar o uso das ferramentas de cada site.

A usabilidade proporciona que as mais diversas formas de mídia consigam partilhar do mesmo ambiente digitalizado, organizando, estruturando e formatando com características necessárias, mas também visuais, o conjunto de informações que estará diante da tela de qualquer “fruidor”, buscando isso sempre com muita clareza, para que os objetivos sempre sejam alcançados com rapidez e eficiência. A convergência surge após toda a estrutura de um portal de comunicação pronta, ela nasce da interação e relação dos usuários entre eles mesmos a partir do conteúdo ou com as próprias ferramentas dos portais que usam diversas formas de mídia.

Pela complementação entre usabilidade e convergência, a internet e as mídias digitais alcançaram um alto nível de interação com seus públicos, de diversas formas, atraindo ainda mais público pela diversidade e inter-relação entre tipos de informações disponíveis, conseguindo fazer com que os “fruidores” se sentissem mais motivados e interessados naquele ambiente digital específico. Isso justifica um questionamento desse trabalho, que é de buscar entender melhor como sair de um ambiente virtual que em predominância contribui para a permanência nele.

Como desconectar de estruturas tão bem montadas e atrativas como as do site globo.com, que são muito bem pensadas a partir da usabilidade que organiza e faz possível uma série de ferramentas serem utilizadas e que através de uma estrutura otimizada conseguem utilizar, oferecer e atrair informações e entretenimento através da convergência. É um conjunto de ações e idéias midiáticas que geram uma atração e motivam a permanência constante do público, mas como desconectar do portal globo.com, é o que vamos tentar descobrir na seqüência.



A FACILIDADE DE PERMANECER CONECTADO E O DESAFIO DA DESCONEXÃO

O portal *globo.com* possui os mais diversos tipos de informação, espalhadas por uma diversidade de páginas. Três grandes temas são apresentados diretamente ao público que entra no portal: *notícias* que são apresentadas na cor vermelha, *esportes* que são apresentados na cor verde e *entretenimento* que são apresentados na cor laranja. Existem ainda dois temas em destaque no menu principal que fica na parte superior do portal, que são *tecnologia* e *vídeos*, que também estão subdivididos em notícias esportes e entretenimento.

O *globo.com* propicia de fato que os usuários permaneçam no portal durante um longo período de tempo, navegando por seus interesses, sendo estimulados e atraídos até outras páginas por links que utilizam processos de usabilidade e em algumas situações são convergentes, fazendo com que a navegação naquele espaço se torne a mais longa possível, mantendo a atenção constante do “fruidor”.

Ao entrar no *globo.com* o usuário se depara com tanta convergência, informações, prazeres e possíveis acessos irrestritos, que num primeiro momento, permite uma navegação travestida de euforia: sensação de onipotência e onipresença diante do poder de estar conectado a diversas possibilidades e desejos de informação e entretenimento.

Através da análise do portal *globo.com* conseguimos identificar que a usabilidade é bem aplicada quanto aos requisitos que estudamos neste trabalho, cumprindo bem os objetivos de informar e entreter o público que utiliza o portal, isso faz com que a convergência do site funcione com naturalidade, propiciando ao público sentir prazer e confiança na suas ações e relações com o site, além da credibilidade que o usuário vai sentir em relação ao portal.

A usabilidade cumpre bem seu papel no *globo.com*, não apenas no sentido se proporcionar condições para que a convergência cumpra o seu papel, mas no sentido mais básico a que ela se propõe, que é de dar condições aos usuários de navegar e atingir seus objetivos com qualidade e eficiência. Os principais requisitos da usabilidade citados neste trabalho são bem utilizados na proporção dos interesses do site, para que consigamos comprovar isso, basta visitar o portal que vamos perceber que tudo nele é bem pensado, projetado, organizado e atraente.



O espaço do portal nos dá uma impressão de uma distribuição natural do conteúdo, onde dificilmente ocorrem estranhamentos diante da forma como as informações estão espalhadas no site, as cores cumprem um papel importante, associando as informações aos seus temas de maneira clara e auto-explicativa, em conjunto com algumas sessões bem distribuídas que aparecem quando “rolamos” o site para baixo, nos dando uma sensação de segurança e confiança para percorrer todas aquelas informações.

Já na página principal podemos encontrar situações convergentes, associando leitura a vídeos, mas quando entramos em algumas notícias é que podemos perceber o real potencial convergente do portal, que nos apresenta a notícia escrita de forma objetiva, apontando os principais fatos e usando quando possível vídeos curtos que explicam aquilo que está escrito. Outras vezes também encontramos notícias recheadas de links diretos a assuntos relacionados com a notícia, além de links de outras notícias distribuídas em ordem temporal do lado direito, sempre relacionadas ao assunto da matéria ou ao tema principal associado ao portal. Além disso, também encontramos situações convergentes ligadas a sites de relacionamento ou comunidades virtuais, onde basta clicarmos no link do site que queremos, de acordo com o símbolo oficial de cada site e compartilharmos aquela página que desejamos. Por fim conseguimos observar inúmeras publicidades do próprio grupo detentor do portal ou de outros anunciantes, sempre na tentativa de “linkar” a publicidade ao assunto que se trata em cada página.

Contudo ainda continuamos nos questionando como o portal pode nos ajudar na medida certa de parar, seja lá o que estivermos fazendo dentro do site e seguir com nossas vidas no âmbito físico. Não apenas pelas formas de convergência proporcionadas pelos mais diversos aparelhos, com mobilidade e capacidades incríveis, mas pela própria falta de saída dos ambientes virtuais. É cada vez mais difícil nos desconectarmos da internet, mesmo quando não estamos em frente a um computador ou aparelho com conexão a internet, permanecemos conectados em nossas casas, quando deixamos nossos computadores conectados em nossas redes sociais, programas de conversas on-line, fazendo downloads, ou simplesmente ligados e conectados por anseio de saber das notícias e informações mais recentes no momento em as mídias tomam conhecimento.

Uma das principais falhas de usabilidade que podemos citar em relação ao portal globo.com é a falta de saídas claramente marcadas, que inclusive justifica a dificuldade de desconectarmos do site, contribuindo não apenas para uma situação de passar mais



tempo conectados do que precisamos, mas gerando também uma sensação de estarmos navegando por labirintos “hipermidiáticos”, como propõe Lúcia Leão (2005), já que não encontramos uma saída fácil, mas sim atrativos e motivações para continuarmos circulando pelo ciberespaço.

Inclusive, se pensarmos bem, temos até a impressão de que a falta de saída dentro do globo.com, assim como acontece na maioria dos portais, parece ser proposital, defendendo seus objetivos de atrair um público ainda maior, mas também gerando uma reação em cadeia no sentido que quanto maior o público e o tempo que cada um passa no site, maior a quantidade de investidores e o preço por espaços de publicidade, isso é uma conta lógica e que funciona muito bem para os grande portais de comunicação.

A falta de saídas claras e até a capacidade de retornar a pontos específicos de nossa navegação não são nada fácil no globo.com, como falamos anteriormente temos incentivos e somos motivados a sempre seguir em frente, mas no momento em que precisamos de uma saída ou volta claras, precisamos recorrer aos recursos do programa de navegação que utilizamos para que possamos finalizar as nossas navegações ou voltar a algum ponto específico de onde viemos navegando. O portal sempre mantém no topo das páginas, links diretos dos temas principais do site ou da página principal, esse sendo uma falsa saída do labirinto, onde na verdade acaba estimulando outro ciclo de navegação pelas novidades que vão surgindo quase que instantaneamente.

A instantaneidade e diversidade de conteúdos aliados ao poder da convergência e estrutura da usabilidade conseguem formar uma teia gosmenta que prende a atenção do usuário por mais tempo do que ele precisa, chegando até a desrespeitá-lo, por não proporcionar uma saída tão fácil e possível quanto à permanência. Conseqüentemente muitas vezes ocorrem situações de saturação e fadiga do usuário que já não consegue permanecer naquele ambiente e sente a necessidade de cortar drasticamente a interação, fechando o navegador.

CONCLUSÃO

A internet é uma ferramenta que todos precisamos saber lidar da melhor forma possível, para que os nossos interesses e benefícios sejam alcançados sem problemas ou conseqüências ruins. Mesmo parecendo uma terra virtual sem dono e sem lei, precisamos aprender a lidar e conviver como os nossos espaços, que mesmo tendo restrições são infinitos.



A liberdade que devemos sentir na rede mundial de computadores deve ser tão semelhante quanto a que encontramos em nossa realidade física, não apenas pelo sentido de respeitar o certo, o errado e as leis, mas principalmente os nossos próprios limites, para que a realidade virtual não se torne mais importante do que a física, para nos conectarmos com prazer e nos beneficiarmos de informações, serviços, necessidades, trabalhos e também de lazer e entretenimento, mas que consigamos desconectar sem ansiedades e nos sentindo mais completos e satisfeitos pelas possibilidades que a web nos proporciona, vivendo a realidade de nossa família e amigos, sabendo que aquilo que encontramos na internet contribui para as nossas vidas de forma positiva: com qualidade, rapidez e eficiência.

Proposital ou não, o poder atrativo da internet, subsidiado pela usabilidade e pela convergência vai sempre buscar nos manter conectados por mais tempo e abertos aos novos caminhos que serão propostos a nós. A web é um mercado emergente e poderoso que busca conquistas tão rápidas quanto sua evolução, a concorrência entre os grandes grupos midiáticos vão sempre favorecer que os “fruidores” permaneçam mais e mais tempo conectados, sem muita preocupação com as saídas e sempre buscando formas mais eficientes de entreter e prender seu público.

Infelizmente só cabe a nós conhecermos nossos limites e dosarmos com responsabilidade o tempo que passamos conectados, sejam quais forem os motivos, tentando colocar na balança nosso trabalho, entretenimento e a vida real, com o cuidado também de estarmos atualizados e conscientes diante da nossa realidade virtual.

REFERÊNCIAS

AGNER, Luiz. **Ergodesign e arquitetura de informação**: trabalhando com o usuário. Rio de Janeiro: Quartet, 2006.

CYBIS, Walter; BETIOL, Adriana Holtz; FAUST, Richard. **Ergonomia e usabilidade**: conhecimentos, métodos e aplicações. São Paulo, Novatec Editora, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2ª Ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar**: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web. 2ª ed.- Rio de Janeiro: Alac Books, 2008.

LEAL FERREIRA, Simone Bacellar; NUNES, Ricardo Rodrigues. **E-Usabilidade**. Rio de Janeiro: Ed. LTC, 2008.

LEÃO, Lúcia. **O labirinto da hipermídia**: arquitetura e navegação no ciberespaço. 3ª ed.- São Paulo: Iluminuras, 2005.



LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 2ª ed. São Paulo: Ed. 34, 2000.

NIELSEN, Jakob. **Usability Engineering**. São Francisco, California, EUA: Morgan Kaufmann, 1993.

NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa. **Usabilidade na web: projetando websites com qualidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ROYO, Javier. **Design Digital**. São Paulo. Edições Rosari, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. 2. ed. São Paulo: Paulus, 2007.