

DOI: 10.22478/ancora.v4n2p93-114

AVALIAÇÃO DE COMUNICABILIDADE EM PUBLICAÇÕES DIGITAIS MULTIPLATAFORMAS: caso "Cascaes no MARquE" ¹

EVALUATING THE COMMUNICABILITY IN MULTI-PLATFORM DIGITAL PUBLICATIONS: case study "Cascaes no MARquE"

Rita de Cássia Romeiro PAULINO²

Marina Lisboa EMPINOTTI³

Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil

Resumo

Este artigo analisa a comunicabilidade em publicações digitais multiplataformas através do estudo do caso "Cascaes no MarquE", que conecta histórias de Franklin Cascaes com trabalhos do folclorista no Museu de Arqueologia e Etnologia da UFSC. Para se verificar a efetividade do processo interativo foi aplicado o método de avaliação de comunicabilidade em 26 alunos do ensino fundamental. Os resultados identificaram 13 pontos de ruptura, isto é, dificuldades na compreensão ou execução das tarefas. A taxa de êxito, no entanto, foi de 75,62% do total, sugerindo facilidade de interação do público selecionado com o formato proposto, o que os fortalece enquanto possibilidades aplicadas à Educação.

Palavras-chave

Jornalismo móvel; Interatividade; Publicação digital; Convergência; Design.

Abstract

This article analyzes the communicability in multiplatform digital publications through the study of the "Cascaes no MarquE" case, produced by the authors to tell stories of the folklorist Franklin Cascaes and connect them with works of the researcher currently in the Museum of Archeology and Ethnology (MarquE), Federal University of Santa Catarina. In order to verify the effectiveness of the interactive processes, an evaluability assessment of communicability was conducted, applied to 26 students of an elementary school in Florianópolis to evaluate the user experience while browsing the digital publication. The results identified 13 disruptions, that is, difficulties in understanding or performing the six tasks proposed for the analysis. The success rate, however, was 75.62% of the total, suggesting ease of interaction between the selected audience and Interactive Digital Publications, which can strengthen it as a format applied to Education.

Keywords

Mobile journalism; Interactivity; Digital publishing; Convergence; Design.

RECEBIDO EM 02 DE OUTUBRO DE 2017
ACEITO EM 25 DE OUTUBRO DE 2017

¹ Agradecimentos: Esta pesquisa foi realizada no âmbito do projeto de pesquisa PIBIC (CNPq) Novos formatos interativos e imersivos multitelas para conteúdos jornalístico e educacional, 2016-2017, com os bolsistas Janine Silva e Daniel Bonfim.

² Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (2011) e Mestre em Engenharia de Produção pela UFSC (1999). Organizou livros como: "Jornalismo para Tablets, pesquisa e prática" (2013) e "Ensaio sobre Televisão e Telejornalismo" (2013). Contato: rcpauli@gmail.com

³ Doutoranda em Estudos da Comunicação pela Universidade da Beira Interior (UBI), em Portugal. Mestre em Tecnologia e Inovação em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC (2015). Graduada em Jornalismo pela UFSC com intercâmbio na Universidad de Sevilla (US). Contato: marinaempinotti@gmail.com

Introdução

Nos primeiros anos da Internet, ainda na década de 1990, as revistas digitais eram distribuídas em CD-ROM, e, em geral, eram reproduções exatas das versões em papel. HOELTZ (online) se refere à revista NEO Interativa como “a primeira revista interativa brasileira”, lançada no outono de 1994. “À venda apenas em lojas especializadas em artigos para informática, certamente era dirigida a um público bastante específico. A necessidade de computador multimídia para acessar o conteúdo da revista restringia ainda mais, naquela época, o grupo de possíveis leitores” (HOELTZ, online, p. 1).

Um segundo formato que sucedeu os CDs foi o PDF, geralmente como uma conversão do material impresso para o arquivo digital com algum nível de interação, como a inserção de links para websites. No início dos anos 2000, surgiu a tecnologia *flip page*, criada com a linguagem Flash e inserida nas revistas em PDF para simular o folhear das páginas, aproximando assim o leitor da experiência real, proporcionada pelo papel (NATANSOHN; SILVA; BARROS, 2009). À medida que as conexões à web se tornaram mais ágeis, foi possível incluir nas revistas digitais vídeos, áudios, animações e outros tipos de linguagens não comuns ao jornalismo impresso, possibilidade que Salaverría define como:

(...) um desafio colossal – e uma oportunidade – para os comunicadores: a exigência de idealizar novos modos de expressão sincrética recorrendo a todos os tipos imagináveis de linguagem. Os novos criadores de conteúdos viram-se, efetivamente, perante o desafio de combinar distintos modos de expressão. Atualmente, quem desejar explorar ao máximo o potencial comunicativo da internet necessita contar com excelentes dotes de escritor e com grandes aptidões para a narrativa gráfica e audiovisual. (SALAVERRÍA, 2014, p.33)

A popularização do *tablet*, principalmente a partir de 2010 com o lançamento do *iPad* pela *Apple* (EMPINOTTI, 2015), permitiu a ativação de um outro sentido além de visão e audição para o consumo de publicações digitais: o tato. A partir de recursos *touchscreen*, o leitor é capaz de acessar

interatividades em publicações digitais multiplataformas através do toque do dedo sobre a tela, sem os anteriores mediadores de interação como mouse, teclado ou *touch pen*. Paulino (2013) define algumas das características de uma publicação digital: leitura multimídia, interatividade, hipertexto e composição que permita a leitura não linear.

Este tipo de leitura exige do jornalista a habilidade de organizar elementos de forma complementar, compatível e não redundante (SALAVERRÍA, 2014). Por outro lado, exige do leitor um percurso por diversas camadas de acesso para que a leitura possa ser realizada (GRUSZYNSKI, 2015): a primeira é o uso de um *hardware* (*e-reader, tablet, smartphone...*); a segunda são os sistemas operacionais (*Windows, Android, iOS...*), que atuam como intermediários entre o componente físico e o programa que permite acessar a publicação; este programa é a terceira camada, e decodifica o tipo de arquivo escolhido para a leitura, como o PDF ou o EPUB; por fim, a quarta camada é o conteúdo digital que se lê.

As publicações digitais multiplataformas são acessadas, em geral, através das bancas virtuais ou outros agregadores de publicações. Em agosto de 2015, a Adobe lançou, junto ao programa InDesign CC, a ferramenta *Publish Online*. O InDesign é um software inicialmente criado para a diagramação de publicações impressas e que acabou incorporando atualizações para a criação de arquivos PDF e EPUB. Com o novo complemento, o usuário consegue gerar links de acesso a sua publicação, que podem ser abertos em navegadores de diversas plataformas (*tablets, smartphones, notebooks* ou computadores de mesa), sem a necessidade de aplicativos. Dessa forma, a empresa passa a oferecer um novo produto, já que nas versões anteriores oferecia apenas uma ferramenta de criação específica para *tablets*, e o usuário tem uma nova possibilidade de compartilhamento de sua publicação.

Diante da atual facilidade de acesso e atualização do material, este formato pode ter interessante aplicação na área da Educação. É notória a necessidade de melhorias nas condições educacionais brasileiras, e nesse contexto o campo do Jornalismo e as novas tecnologias podem auxiliar na distribuição, compartilhamento e geração de conhecimento (PAULINO &

EMPINOTTI, 2017). O levantamento nacional TIC Educação 2016⁴ aponta que o *tablet* está presente em 32% das salas de aula do ensino público e 36% nas privadas. No caso do telefone celular, mais acessível por ser de uso pessoal dos estudantes, 49% dos professores já fazem uso do aparelho durante as lições.

Este artigo analisa o processo interativo entre alunos do ensino fundamental e uma publicação digital multiplataforma produzida para fins educativos. O estudo de caso avaliado é da publicação "Cascaes no MarquE", produzida pelos autores para contar histórias do folclorista Franklin Cascaes e conectá-las com trabalhos do pesquisador expostos no Museu de Arqueologia e Etnologia (MarquE), da UFSC. Este produto interativo é resultado de uma pesquisa prática experimental desenvolvido no âmbito da bolsa PIBIC "Novos formatos interativos e imersivos multitelas para conteúdos jornalístico e educacional" (2016-2017). Após o desenvolvimento deste conteúdo interativo optou-se por verificar a experiência do usuário, neste caso com alunos do ensino fundamental, para verificar a efetividade dos elementos interativos propostos neste conteúdo jornalístico.

O método selecionado para a consecução dos objetivos é o de avaliação de comunicabilidade, através de tarefas previamente estabelecidas dirigidas aos estudantes, seguidas por uma avaliação sobre a facilidade/dificuldade de execução da tarefa.

No tópico a seguir apresenta-se Franklin Cascaes e se destaca a importância do trabalho do personagem para a cultura de Florianópolis, onde está inserida a UFSC. Em seguida, resgata-se o processo produtivo da publicação digital interativa, bem como a definição do conceito. Desta forma é possível seguir para a definição dos procedimentos metodológicos e descrever a pesquisa empírica.

"Cascaes no MarquE - uma mostra de amor à ilha"

A publicação digital multiplataforma "Cascaes no MarquE - uma mostra de amor à ilha" é voltada ao trabalho do folclorista florianopolitano Franklin Joaquim Cascaes (1908-1983). Desde criança mostrava inclinação para as artes, mas, por conta da desaprovação do pai, só conseguiu se

⁴<http://cetic.br/pesquisa/educacao/indicadores> Acesso em 06/12/2017.

dedicar aos estudos a partir dos 21 anos, quando um professor da Escola de Aprendizes de Artífices, o atual Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) viu um de seus trabalhos e o incentivou a buscar formação.

A partir de 1946, passou a fazer um registro (na forma de desenhos, esculturas e escritos) das tradições da Ilha, cuja cultura era vinda do Arquipélago dos Açores, em Portugal, mas foi modificada e ganhou traços próprios. O interesse em dedicar-se à tarefa veio da metamorfose pela qual passou Florianópolis durante o século XX, devido a um plano de urbanização da cidade que, até então, tinha sua economia baseada na pesca e na agricultura e ares de cidade pequena, não condizente com seu papel de capital do estado.

A paisagem de Florianópolis foi consideravelmente modificada quando inaugurou-se a avenida em 1922, pois para construí-la foram demolidos vários conjuntos de pequenas casas de "porta e janela" existentes junto ao centro: os "cortiços, como eram chamados, uma herança arquitetônica dos tempos coloniais ainda predominante no casario miúdo da cidade. Canalizando o mal-afamado riacho da "Fonte da Bulha" que margeava toda a área urbana, e estabelecendo com o seu traçado uma fronteira entre o centro, as encostas dos morros e os caminhos que levavam para o interior da ilha, a avenida foi considerada a "pedra angular do saneamento da nossa terra", conforme os jornais daquele período (ARAÚJO, 1978 apud BATISTELA, 2007, p. 106).

A partir dos anos 1950, Florianópolis passou por mais uma onda de transformações, que incluiu o aterro da Beira-Mar Norte, a inauguração da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), uma explosão populacional e o incentivo ao turismo como principal atividade econômica da cidade. Percebendo sua Ilha se afogar em tantas novidades, Cascaes decidiu contribuir com sua arte para um registro histórico: escreveu textos sobre a pesca da tainha, as plantas da cidade e suas propriedades medicinais, desenhou e narrou causos de bruxas, boitatás e lobisomens, e esculpiu tradições religiosas, brincadeiras e ofícios dos moradores.

Morreu aos 74 anos, em 1983, devido a uma parada cardíaca. "Partiu melancólico pela perda da mulher, Elizabeth Pavan Cascaes, que morreria 13 anos antes e por perceber que sua Florianópolis não seria mais a mesma" (BATISTELA, 2007). Sua coleção, nomeada Elizabeth Pavan Cascaes, foi doada ainda em vida para o Museu da UFSC, hoje Museu de Arqueologia e Etnografia Professor Oswaldo Rodrigues Cabral (MARquE). A instituição inaugurou, em maio de 2016, a mostra "Cascaes no MARquE" que encerrou um período de seis anos sem a exposição das obras do artista ao público; a última vez havia sido na exposição Franklin Cascaes: desenhos e esculturas, no Palácio Cruz e Souza, em Florianópolis. No museu da UFSC, as obras não eram exibidas desde 1999.

Publicações digitais multiplataformas - conceito e processo produtivo

A migração de veículos impressos para o formato digital é controversa, mas conta com exemplos de sucesso a se destacar. Em agosto de 2016, a Folha de São Paulo tornou-se o primeiro jornal brasileiro a ter circulação digital maior que a impressa, de acordo com notícia publicada no site do veículo⁵. No Brasil, entre agosto de 2015 e agosto de 2016, o jornal gaúcho Zero Hora teve um aumento de 3% em sua circulação geral, sendo que o número de assinaturas da versão impressa caiu 14%, enquanto as da versão digital cresceram 56%. Um dado interessante é que 35% dos assinantes do ZH Tablet não eram assinantes do jornal em papel. Entre os cinco maiores jornais do país, auditados pelo Instituto Verificador de Comunicação (IVC), Zero Hora foi o único que apresentou um aumento na média mensal de circulação de exemplares, devido ao investimento da empresa em conteúdo digital entre 2015-2016⁶.

Em janeiro de 2016, o jornal canadense *La Presse* decidiu encerrar a circulação de impressos durante a semana, disponibilizando apenas a versão digital. Para García (online), este é "sem dúvida o maior caso de sucesso da

⁵<<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/09/1816633-folha-e-o-1-jornal-do-pais-a-ter-circulacao-digital-maior-do-que-a-impressa.shtml>>. Acesso em 06/10/2017.

⁶<http://www.gruporbs.com.br/noticias/2017/02/21/zero-hora-registra-crescimento-no-numero-de-leitores-em-2016/> Acesso em 06/10/2017.

transposição de um jornal para o iPad⁷. Nenhuma das versões (online e para tablets) é cobrada ou tem conteúdo restrito a assinantes, todo o lucro vem dos anúncios.

Na contramão da tendência dos vespertinos, o jornal francofone canadense La Presse planejou durante cinco anos seu produto digital para *tablets* e acabou optando por uma versão que, gradativamente, substituiria as edições diárias em papel, sendo, portanto, uma publicação matutina. O La Presse+ foi lançado em 2013, e é disponibilizado todas as manhãs, às 5h30. O sucesso foi tamanho que, 30 meses após o lançamento da aplicação, o jornal impresso La Presse - o segundo diário de maior circulação da província do Québec - deixou de ser publicado durante a semana (resta a edição do sábado), rompendo uma tradição de 131 anos (EMPINOTTI & PAULINO, 2016, p. 275).

Apesar de inicialmente baseadas em referenciais do design editorial impresso (GRUSZYNSKI, 2015), as publicações digitais multiplataformas hoje seguem lógicas condizentes com o ambiente online, com estruturas não-sequenciais/lineares, arquiteturas hipertextuais e multidimensionais. Os espaços são, assim, projetados para que o usuário se mova por meio de interações (p. 578). As camadas anteriormente referidas como presentes nas publicações demandam novas estratégias de organização informacional.

No caso de Cascaes no MARquE: uma mostra de amor à Ilha, o processo produtivo começou pela inserção do componente textual de cada uma das quatro matérias feitas para a publicação, todas com algum conteúdo em texto, totalizando 29.416 caracteres. Para minha Floripa, com amor, que traz uma breve biografia do autor e a relação entre a cidade e seu trabalho, tem 9.416 caracteres (sem espaços), mais 1.822 do box De vila à Ilha da Magia; 7.765 caracteres em Quando a memória vira arte, que traz as características de cada uma das formas que Cascaes usava para expressar sua arte (escultura, texto e desenho); Das mãos do artista aos olhos do

⁷http://garciamedia.com/blog/la_presse_a_tablet_edition_success_story_in_montreal Acesso em 06/12/2017.

público apresenta 5.867 mais 3.774 das legendas da galeria de fotos, que traz informações sobre o processo de preservação da obra e de como acontece a concepção de uma exposição; por fim, a abertura da entrevista com Peninha contém 772 caracteres. A **Figura 1** mostra a tela inicial de acesso ao produto, em diferentes dispositivos de acesso.

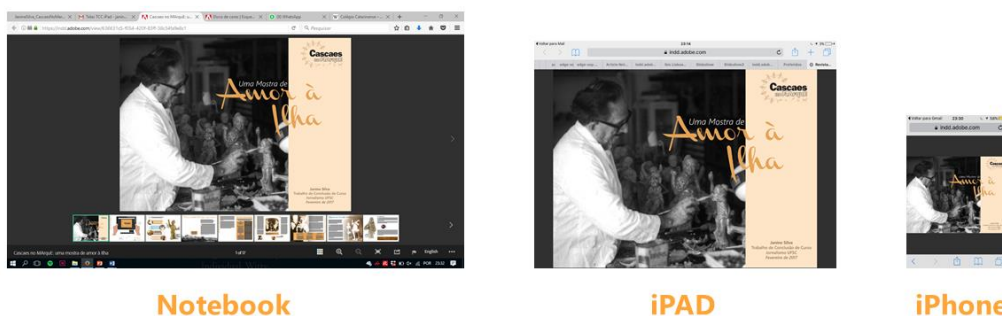


Figura 1 - Cascaes no MARquE
Fonte: Adobe View

À medida que os textos foram diagramados, a escolha dos tipos de interatividade e elementos multimídia (áudio e vídeo) se faziam mais visíveis. Ao mesmo tempo em que o espaço em publicações online é ilimitado, existe o limite físico das multitelas. Essa limitação, contudo, pode ser minimizada por recursos de HTML como os scrolls (barras de rolagem horizontais ou verticais para textos) incorporados em algumas plataformas de desenvolvimento mobile e muito usados para alocar mais texto do que o espaço de uma única tela permitiria.

Segundo Paulino et al. (2016), os conteúdos jornalísticos dotados de uma condição interativa modificam a maneira como são comunicados, recebidos e percebidos pelos consumidores, que difere do modelo analógico de se divulgar, acessar, escolher e compreender determinada informação. Rost (2014) sublinha que essas virtudes acabam sendo tratadas por meios de comunicação como qualidades positivas, um valor adicional concedido a determinado produto.

Os leitores esperam algum tipo de interação quando se deparam com um produto digital e, por isso, tornar Cascaes no MARquE: uma mostra de amor à Ilha interativo de uma forma consciente (sem utilizar recursos de

interação exageradamente, apenas porque estão disponíveis) mostrou-se um desafio. Primo (2007, p. 33) faz uma ampla discussão sobre a interação mediada por computador que nos fez escolher a seguinte abordagem como conceito a discutir neste artigo: a interatividade é a oferta de um grande número de dados pré-contidos em suporte digital, cujo fluxo de apresentação é disparado pelo usuário ao clicar em um botão ou link.

Entendemos que o grande desafio está antes da ação do usuário, está em como os profissionais da comunicação pensam e compreendem a tal interatividade. Neste projeto procuramos aprofundar a discussão e apresentar os recursos aplicados no Cascaes no MARquE: uma mostra de amor à Ilha, que demonstram que uma representação estática pode se tornar mais atrativa e complementar com a adição de simples elementos gráficos interativos. Primo (2011) enumera dois modos de interação. A mútua é caracterizada por conversações, nas quais os participantes acabam se afetando mutuamente. Na interação reativa, o internauta interage com informações disponíveis em um banco de dados. "Uma pessoa, ao interagir com tal máquina, terá de adaptar-se à formatação exigida, manifestando-se dentro das condições e dos limites previstos" (p. 135). É o caso de botões e menus de um software.

A partir da ideia do nível de intensidade da presença e da participação dos usuários diante do conteúdo digital, Rost (2014) aponta uma diferenciação entre dois modelos de interatividade. A seletiva, relacionada ao acesso, ocorre quando o receptor pode escolher o ritmo e a sequência do consumo das mensagens. "Quantas mais opções de acesso aos conteúdos ofereça o meio, e quantas mais se ajustem às necessidades do utilizador, maior será o grau de interatividade seletiva" (pp. 56-57). A comunicativa representa as oportunidades de conversação com a audiência. Esse modelo é evidenciado em opções como o espaço para comentários em notícias, blogs, fóruns, perfis em redes sociais abertas à participação de internautas, pesquisas, publicação de endereços de e-mails de jornalistas etc. "Por meio destas opções interativas, o leitor procura dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de uma forma ou de outra, entabular uma relação com outros (comunicação)" (p. 58).

As interações seletivas mais utilizadas no Cascaes no MARquE foram: galeria de imagens, botões, barra de rolagem e áudios e vídeos. E as interações comunicativas podem ser percebidas quando o leitor compartilha toda a publicação pelo envio de links por e-mail ou através das redes sociais. A plataforma utilizada não permite o compartilhamento individual de cada matéria.

- **Animação** – Permite que seja aplicada uma animação ao objeto selecionado: aparecer, desaparecer, mover para esquerda ou direita, girar, balançar... A Plataforma InDesign oferece mais de 30 opções. Na revista, foi utilizada na página 6, para fazer aparecer a imagem de Franklin Cascaes e sua esposa, Elizabeth.
- **Áudio** – Utilizado em todas as matérias para complementar as informações e como protagonista na entrevista. Foi inserido através do painel mídias do InDesign, sempre acompanhado de uma foto, para que o leitor identifique aquele que fala. O *player* permite que o usuário inicie, pare, pule pelo áudio e controle o volume.
- **Barra de rolagem** - Na criação de revistas para *tablet* através do sistema de fólhos, a barra de rolagem está disponível no painel *Overlays*. Para o *Publish Online*, no entanto, nenhuma das funções está disponível. O *plugin Universal Scrolling Frames*, criado pela *Ajar Production*, teve que ser instalado no InDesign para que fosse possível a utilização desse produto, que permite economia de espaço.
- **Botões** – Possibilitam uma série de ações. Foram usados já no sumário para permitir que o leitor possa acessar a página que desejar, sem a necessidade de seguir a ordem em que o conteúdo foi disposto; nas galerias, permite a mudança das imagens; na página 6, libera a animação que faz aparecer a foto do artista e de sua esposa.
- **Conteúdos da web** - Permite a inserção de conteúdos através de códigos HTML, e não do carregamento do arquivo no documento. Foi o que ocorreu na página 16:

devido ao arquivo de vídeo pesado, um erro impedia a publicação do documento. Como solução, foi feito *upload* do vídeo para o *YouTube* e incorporado o código HTML através da opção Objeto -> inserir HTML. Dessa forma, a mídia foi carregada sem pesar no documento. Foi o mesmo recurso para inserir o gráfico do crescimento populacional de Florianópolis na página 4.

- **Galeria de Imagens** - Com a impossibilidade de usar a ferramenta Exibição de *Slides*, do painel *Overlays*, para montar as galerias de imagens utilizadas presentes na revista, trabalhou-se com Objetos de Multiestado e botões para ativar as mudanças de estado.
- **Hiperlinks** - Levam a outros conteúdos, dentro ou fora da revista. Como no hiperlink *próxima página*, na página 14 e no encaminhamento para vídeos do *YouTube*, no box *Saiba Mais* da página 7.

Segundo BONSIEPE (2011, p.87 apud PORTUGAL 2013), a interação em sistemas operacionais refere-se ao modo de apresentar informação de maneira não linear, como hipertexto, em estrutura de nós semânticos ligados entre si (em rede), oferecendo alternativas para a navegação. Para isso, usam-se os diferentes canais de percepção (visual, auditivo, tátil) e novos procedimentos para apresentar a informação. Lidar com esses múltiplos recursos – música, imagens, animação, cinema – requer outras competências, além daquelas meramente discursivas. Isso requer trabalho de uma equipe com especialista em psicologia cognitiva, design, redação e programação. Para melhor ilustrar os casos acima relacionados, a Figura 2 traz um compilado de imagens das telas de conteúdo da Publicação Digital proposta.



Figura 2 - Diferentes interatividades em Cascaes no MARquE: **(a)** botões, **(b)** áudio, **(c)** galeria de imagens, **(d)** conteúdo web e barra de rolagem

Procedimentos metodológicos

Emprega-se o método de avaliação de comunicabilidade, que tem como objetivo observar a recepção de metamensagem da interface para os usuários, tentando compreender a efetividade da comunicação e interatividade. Segundo Portugal (2013), a experiência do usuário está associada ao antes, durante e depois da interação e pode ser entendida como uma qualidade subjetiva dos usuários em relação a um produto ou serviço. Representantes do público-alvo dos usuários-leitores foram

convidados a realizar tarefas baseadas no sistema interativo proposto pela Publicação Digital *Cascaes no MARquE*.

A pesquisa foi realizada com 26 estudantes do nono ano do ensino fundamental do Colégio de Aplicação da UFSC, em Florianópolis, divididos em duplas e convidados a acessar a revista através de um laptop. Cada dupla deveria realizar uma série de sete tarefas previamente estabelecidas (**Quadro 1**), sendo a primeira somente um teste, sem resultados válidos para a análise. Depois de realizar cada tarefa, as duplas deveriam responder qual das opções de etiquetagem disponíveis melhor definiam sua experiência:

- "Não encontrei."
- "Consegui, foi fácil!",
- "Vixi, deu problema...",
- "Tive dificuldade, mas consegui.",
- "Desculpe, não entendi a tarefa."

Além disso, para cada tarefa, foi disponibilizado um espaço em branco para que o usuário pudesse acrescentar comentários e sugestões que, segundo ele, poderiam melhorar a sua experiência. O principal objetivo deste método é buscar possíveis rupturas de comunicação ou dificuldades do processo interativo no diálogo interface-usuário.

Quadro 1 - Tarefas estabelecidas para avaliação da Publicação Digital

Tarefa Teste	Descubra onde está o menu.
Tarefa 1	Na página "Para Floripa, com amor", encontre o mapa de Florianópolis e maximize as regiões de Abraão, Bom Abrigo e Itaguaçu.
Tarefa 2	Na seção sobre exposições, ouça o áudio em que a restauradora do Marque, Vanilde Rohdig, fala sobre o processo de reparação das esculturas de argila.
Tarefa 3	Encontre a entrevista com Peninha, o discípulo de Cascaes, e faça download do áudio que responde a pergunta: "Na sua obra, o que é a

	herança de Cascaes?”
Tarefa 4	Na seção sobre exposições, descubra o nome e o cargo das três pessoas que aparecem na décima foto da galeria de imagens, que mostra as etapas do processo de montagem da exposição.
Tarefa 5	Encontre a escultura do menino puxando o carro de boi feito de laranja e bananas e gire 360 graus para ver todos os lados.
Tarefa 6	Dentro da seção "Biografia", procure e assista a alguns minutos do filme "O balanço Bruxólico".

Resultados por ruptura

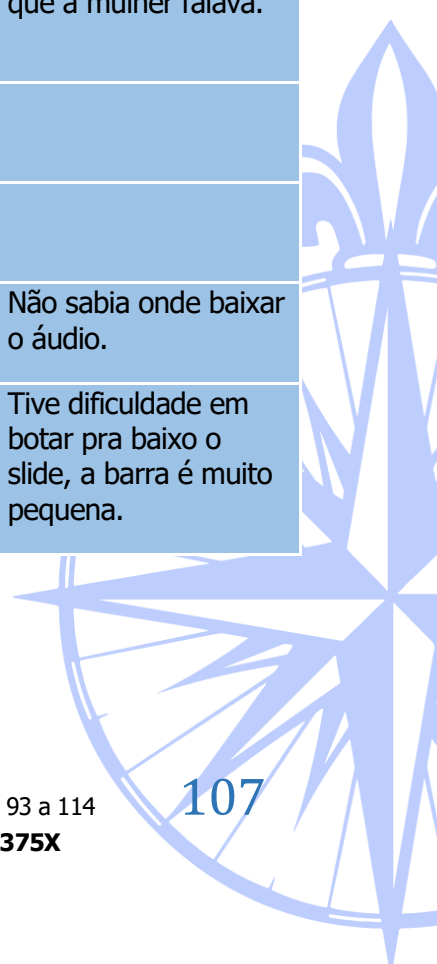
Após a revisão e organização dos registros, a tabulação dos dados e a análise dos resultados do método avaliativo foi possível verificar a ocorrência de um total de 14 rupturas de comunicação, descritas no **Quadro 2**.

Quadro 2 - Rupturas de comunicação relatadas pelos usuários

Usuário	Etiqueta	Ocorrência	Comentário (opcional)
02	Não encontrei.	O usuário não encontrou o mapa especificado na tarefa.	
02	Não encontrei.	O usuário não encontrou a escultura especificada na tarefa.	
04	Não encontrei.	O usuário não encontrou a escultura especificada na tarefa.	
04	Não encontrei.	O usuário não encontrou o filme especificado na tarefa.	
05	Não encontrei.	O usuário não encontrou a escultura especificada na tarefa.	
07	Não encontrei.	O usuário não encontrou o mapa especificado na tarefa.	

**AVALIAÇÃO DE COMUNICABILIDADE EM PUBLICAÇÕES DIGITAIS MULTIPLATAFORMAS:
caso "Cascaes no MARquE"**

07	Vixi, deu problema.	O usuário encontrou um vídeo diferente do solicitado na tarefa.	Tem apenas um vídeo na página.
08	Vixi, deu problema.	O usuário não encontrou o mapa especificado na tarefa.	Áudio Baixo.
09	Vixi, deu problema.	O usuário teve problemas com o áudio.	Não consegui baixar o áudio.
09	Não encontrei.	O usuário não conseguiu encontrar o vídeo solicitado.	Não consegui fazer.
10	Não encontrei.	O usuário não encontrou a escultura especificada na tarefa.	
11	Não encontrei.	O usuário não encontrou a escultura especificada na tarefa.	
11	Desculpe, não entendi a tarefa.	O usuário não conseguiu ouvir o áudio adequadamente.	Não deu pra ouvir o que a mulher falava.
12	Não encontrei.	O usuário não conseguiu encontrar o vídeo solicitado.	
13	Não encontrei.	O usuário não encontrou o mapa especificado na tarefa.	
13	Vixi, deu problema.	O usuário teve problemas com o áudio.	Não sabia onde baixar o áudio.
13	Vixi, deu problema.	O Usuário teve problemas para encontrar a escultura solicitada.	Tive dificuldade em botar pra baixo o slide, a barra é muito pequena.



Resultados por tarefa

Para se melhor compreender os resultados, é necessário analisar os comentários de cada tarefa, já que muitas vezes o usuário conseguiu completá-la, mas mesmo assim encontrou problemas.

- Tarefa 1: Das 13 duplas que participaram da pesquisa, três não conseguiram encontrar o mapa. Uma quarta dupla relatou tê-lo encontrado, mas com bastante dificuldade. Os usuários não deixaram mais sugestões.

Tarefa 1

Qual dessas melhor define sua experiência na execução dessa tarefa?

13 respostas

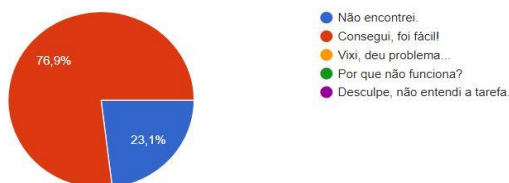


Figura 3 - Relatório de experiências da Tarefa 1

- Tarefa 2: Quase todos as duplas conseguiram realizar a tarefa solicitada. Sete especificaram nos comentários que o áudio estava muito baixo ou com muito ruído e que não conseguiam entender o que estava sendo dito, mesmo com uso de fones de ouvido.

Tarefa 2

Qual dessas melhor define sua experiência na execução dessa tarefa?

13 respostas

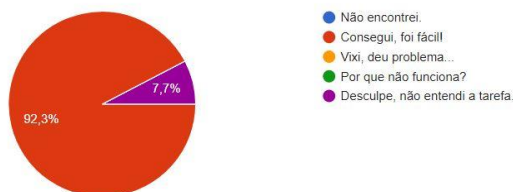


Figura 4 - Relatório de experiências da Tarefa 2

- Tarefa 3: Todos os usuários conseguiram encontrar o áudio, mesmo assim novamente relataram problemas com o volume e três não conseguiram fazer o download solicitado.

Tarefa 3

Qual dessas melhor define sua experiência na execução dessa tarefa?

13 respostas

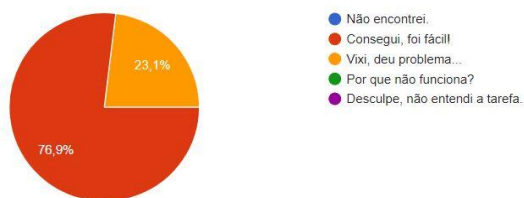


Figura 5 - Relatório de experiências da Tarefa 3

- Tarefa 4: Foi solicitado que os participantes escrevessem o nome de três pessoas que estavam em uma foto que deveriam encontrar. Nove duplas conseguiram realizar a tarefa, duas duplas encontraram a foto, mas não escreveram os nomes no espaço especificado e uma dupla escreveu nomes de pessoas que não estavam na foto solicitada.

Tarefa 4

Qual dessas melhor define sua experiência na execução dessa tarefa?

13 respostas

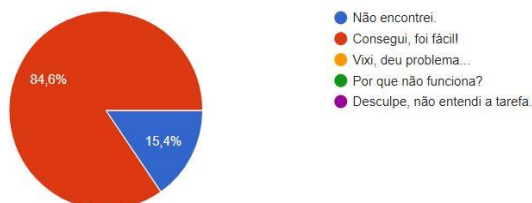


Figura 6 - Relatório de experiências da Tarefa 4

- Tarefa 5: Quatro duplas relataram não ter encontrado a imagem da escultura, uma dupla relatou dificuldade de encontrar porque a barra de

rolagem era muito pequena e não percebeu que havia mais conteúdo na página.

Tarefa 5

Qual dessas melhor define sua experiência na execução dessa tarefa?

13 respostas

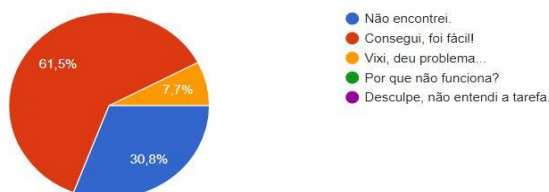


Figura 7- Relatório de experiências da Tarefa 5

- Tarefa 6: Quatro duplas indicaram que não conseguiram encontrar o vídeo solicitado pela tarefa, e uma delas disse ter encontrado um vídeo diferente do solicitado, na mesma página.

Tarefa 6

Qual dessas melhor define sua experiência na execução dessa tarefa?

13 respostas

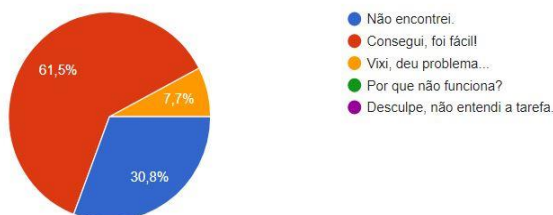


Figura 8 - Relatório de experiências da Tarefa 6

Considerações Finais

A pesquisa analisa de forma introdutória questões relativas à produção e à implementação de publicações digitais de formato jornalístico voltadas à Educação. Este artigo objetiva entender como se dá a

interatividade nos modos de produção: quem pensa a interatividade? Como ela acontece e é inserida em um conteúdo? É efetiva? São questionamentos que não pretendemos esgotar, mas contribuir para fomentar a discussão de aspectos multidisciplinares e práticos que limitam o pensamento sobre interatividade em conteúdos jornalísticos e/ou educacionais. Esta é uma funcionalidade complexa tanto para quem pensa como para quem interage, por isso entendemos que estudos de recepção, por relatarem a experiência do usuário, são ideais para se reconhecer sua efetividade, contribuindo para o material elaborado e sua compreensão.

O método de avaliação de comunicabilidade aplicado reconheceu 13 ocorrências de rupturas, ou seja, relatos de dificuldade no entendimento de algum dos itens interativos propostos. Ao se calcular a média geral de todas as tarefas, ou seja, o cálculo total de cada uma das respostas possíveis, tem-se:

- 16,68% dos usuários não encontraram o item pedido em alguma das tarefas;
- 6,42% dos usuários descreveram algum problema durante a execução de alguma das tarefas;
- 3,85% dos usuários não entenderam alguma das tarefas propostas;

Ainda assim, a maior parte dos participantes não apresentou dificuldades ou problemas, e atribuiu a etiqueta "Consegui, foi fácil" para a tarefa avaliada (75,62% do total de respostas). Mesmo sendo uma grande reportagem jornalística, com textos longos os alunos de ensino fundamental não reclamaram da extensão do conteúdo e encontrou as informações solicitadas.

A obra de Cascaes é um importante marco da história e do folclore da Ilha de Santa Catarina, e uma publicação do tipo Digital Interativa, desenvolvida para multitelas, pode ser um agente facilitador para divulgar e gerar conhecimento sobre o assunto não somente para o ambiente escolar, mas outros notoriamente promotores de cultura, como os museus, pois como afirma Portugal (2013), a relação com o saber modificou-se e possibilitou uma ação diferenciada do usuário por meio das tecnologias de informação e comunicação.

Referências

ANAISSEI, Vinicius Possebon. **Vivenciando uma cidade em transformação:** cotidiano de classes populares no centro de Florianópolis (1899-1920). Revista do corpo discente do Programa da Pós-Graduação em História da UFRGS. Porto Alegre. vol.2. num. 4. p. 209- 2017. Novembro de 2009.

ARAUJO, Adalice Maria de. **Mito e magia na arte catarinense:** Franklin Cascaes & Eli Heil. [Separata da tese *Mito e magia na arte catarinense*]. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 1978.

BATISTELA, Kellyn. **Franklin Cascaes:** alegorias da modernidade na Florianópolis de 1960 e 1970. 2007. 224p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2007.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João (Org). **Webjornalismo:** sete características que marcam a diferença. Covilhã, Portugal: Livros LabCOM, 2014. p. 3-24.

CARDOZO, Flávio José; MIGUEL, Salim. **13 Cascaes.** Florianópolis: Fundação Franklin Cascaes, 2008. 112p.

CARUSO, Raimundo C. **Franklin Cascaes:** vida e arte, e a colonização açoriana. Florianópolis: Ed. da UFSC, 1981. 169p. (Para conhecer Santa Catarina; 1).

CASCAES, Franklin, **O Fantástico na Ilha de Santa Catarina.** Florianópolis, 2012: Ed. Da UFSC. 272p.

CASCAES, Franklin Joaquim. **Crônicas de Cascaes.** Florianópolis: Fundação Franklin Cascaes, 2008. 80 p., v.1.

CITELLI, A. **Educomunicação – Imagens do professor na mídia,** São Paulo: Paulinas, 2012.

EMPINOTTI, M. L. **Hipertextualidade e multimídia aplicadas às notícias em tablets.** Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Florianópolis, 2015.

EMPINOTTI, M. L. ; PAULINO, R. C. R. . **Sucesso Novo em Formato 'Antigo':** Periódicos Matutinos para Tablets e o Caso do La Presse +. In: 3º Congresso de Jornalismo para Dispositivos Móveis, 2016, Covilhã - Portugal.

GARCIA, M. La Presse+: **A Tablet Edition Success Story in Montreal.**

Disponível em:

<https://www.garciamedia.com/blog/la_presse_a_tablet_edition_success_story_in_montreal/> Acesso em: 08 de abril de 2017.

GHIZONI, Vanilde Rohling. **Conservação de acervos museológicos:** estudo sobre as esculturas em argila policromada de Franklin Joaquim

Cascaes. Florianópolis, 2011 210 p. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico, Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Florianópolis, 2011.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. **Design editorial e publicação multiplataforma**. Intexto. Porto Alegre. N. 34 (set./dez. 2015), p. 571-588, 2015.

HILDEBRAND, Hermes Renato; CANDELLO, Heloisa Caroline de Souza Pereira. **Metodologia Semiótica para Análise de Revistas Digitais Online**. Actas de Diseño, v. Ano 3, 2008.

HOELTZ, Mirela. **Armazéns de papel x armazéns digitais: a rede da NEO Interativa**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/hoeltz-mirela-rede-NEO.pdf/>> Acesso em: 08 de abril de 2017.

IOSCHPE, G. **O que o Brasil quer ser quando crescer?** São Paulo: Paralela, 2012.

KRÜGER, Aline Carmes. **Fragmentos de uma coleção: as obras de arte em papel de Franklin Joaquim Cascaes**. Florianópolis, 2011. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado de Santa Catarina, Centro de Artes.

NASCIMENTO, Mirian Alves do. **Ajustes e desajustes em Florianópolis (1890 – 1930)**. Revista Santa Catarina em História, Florianópolis, v.1, n.1, 2008.

NATANSOHN, Graciela; SILVA, Tarcízio; BARROS, Samuel. **Revistas Online: cartografia de um território em transformação permanente**. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação-Intercom. 2009.

PAULINO, R. **Conteúdo digital interativo para tablets-ipad: Uma forma híbrida de conteúdo digital**. In: PAULINO, R.; RODRIGUES, V. (Orgs.).

Jornalismo para Tablets: Pesquisa e Prática. Florianópolis: Insular, 2013, p. 15-27.

PAULINO R., GLADIS E., DAMACENO G., OLIVEIRA L., SOUZA N., PRISCILA A., **Revista Já para tablets, uma experiência coletiva para pensar um conteúdo interativo**. Anais da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) - Palhoça, SC. 2016.

PORTUGAL, C. **Design, educação e tecnologia** Rio de Janeiro: Rio Books 1a Edição 2013.

ROST, Alejandro. Interatividade: definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João (Org). **Webjornalismo: sete características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: Livros LabCOM, 2014. p. 3-24.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (Org). **Webjornalismo: sete características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: Livros LabCOM, 2014. p. 25-52.

SILVEIRA, Cláudia Regina; SACHET, Celestino. **Um bruxo na ilha.** Franklin Cascaes (narrativas inéditas) /. Florianópolis, 1996. 2v. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão.

SOUZA, Evandro André de. **Franklin Cascaes:** uma cultura em transe. Florianópolis: Insular, 2002. 120p.

