

Produtos jornalísticos para *tablets* e o uso do design da informação

Journalistic products for tablets and use of information design

Rodrigo CUNHA¹

Resumo

Este artigo busca como objetivo principal investigar e mapear o processo de produção associado ao design de informação, em uma situação de surgimento e difusão de plataformas para produção de conteúdos. Buscamos compreender de que forma os profissionais dessa subárea do design têm resolvido os desafios de criar sinalizações e pistas de navegação em interfaces que apresentam elementos novos, decorrentes das funcionalidades incorporadas aos *tablets*. A partir de uma análise de caráter exploratório, buscamos entender as peculiaridades, os pontos recorrentes e as rupturas trazidas na forma de sintagmas e sintaxes de interação, constituintes de uma nova gramática visual. Conclui-se que o design de informação oferece uma gramática visual própria, com seus respectivos elementos sintáticos, mas que é ocasionalmente passível de falhas eventuais no estabelecimento de contratos de interação.

Palavras-chave

Jornalismo digital; Design da informação; Dispositivos móveis; *Tablets*.

Abstract

This paper seeks as its main objective to investigate and map the production process associated with information design, in a situation of emergence and dissemination platforms for production of content. We seek to understand how the professional that design subarea has solved the challenges of raising signs and navigation lanes in interfaces, which present new elements, resulting from the features incorporated into tablets. From an exploratory analysis, we seek to understand the peculiarities, the recurrences and ruptures brought forth in the form of syntagmas and syntaxes of interaction, constituents of this grammar. We conclude that the information design offers its own visual grammar, with its syntactic elements, but is also vulnerable to occasional failures in establishing interaction agreements.

Keywords

Digital journalism; Information design; Mobile devices; *Tablets*.

RECEBIDO EM 20 DE NOVEMBRO DE 2015
ACEITO EM 19 DE FEVEREIRO DE 2016

¹ Jornalista e professor adjunto do Departamento de Comunicação Social, no Centro de Artes e Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Pesquisador-membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (GJOL) e do Laboratório de Jornalismo Convergente. Contato: rodrigo.escunha@ufpe.br

Introdução

Desde 2007, data do aparecimento do iPhone, os aplicativos para dispositivos móveis vieram se juntar a renovadas formas de existir do produto jornalístico. Muitos deles em formato exclusivo para essas plataformas. Quase todas as migrações desse tipo levaram em seu bojo a experiência prévia e a aparência dos produtos anteriores. A mesma diagramação dos impressos poderia ser encontrada nos *tablets*, por exemplo. Porém, mesmo quando o produto migrante era a 'versão móvel' de algo já existente em outras plataformas, não bastava operar-se uma mera transposição, não se tratava de criar uma simples cópia. Os veículos precisaram se adaptar, mergulhar em algo desconhecido e experimentar mais elementos visuais, que passaram a ser utilizados somente em virtude das possibilidades interativas surgidas com a nova plataforma.

Falamos agora de uma gramática visual própria, proporcionada pelo design de informação, que potencializa a experiência entre o usuário e a plataforma. Os dispositivos móveis, com a tecnologia das telas sensíveis ao toque e utilizando-se das funcionalidades de outros sensores embutidos no interior dos aparelhos, trouxeram a necessidade de criação de elementos que motivassem o leitor para essas novidades, incentivando-o a aceitar contratos de interação e auxiliando na leitura do conteúdo jornalístico a partir de novas telas.

A disciplina do design de informação visa atender à necessidade de organizar uma sempre crescente gama de dados para o público. O designer, ao propor uma interface, confronta-se com a necessidade de pensar na forma de apresentação que transmita a informação com eficiência ao leitor final. No contexto da emergência dos dispositivos móveis, o designer de informação é convocado a fornecer pistas que auxiliem os usuários a navegar pelas mais diversas telas de conteúdo jornalístico, principalmente quando se trata de recursos e modos de navegação ainda desconhecidos para o leitor, que nem sempre irá se confrontar com funcionalidades e ações nem tão intuitivas como quer fazer acreditar o marketing para vender esses dispositivos.

O jornalismo na era dos tablets

O jornalismo é uma prática social sujeita à inovação e renovação de seus processos de produção de conteúdos, formatos e linguagem de apresentação, edição, circulação, recirculação, recepção e consumo. Porém, esta prática em mutação não se caracteriza pela competição entre os meios. Há, de fato, uma atuação conjunta e integrada (SALAVERRÍA e NEGREDO, 2008), com fluxos de produção, edição e distribuição de conteúdo sugerindo a horizontalidade e, por fim, caracterizando o que Barbosa (2013, p. 33) vai definir como *continuum* multimídia de cariz dinâmico.

A autora argumenta que esse processo de horizontalidade ainda acolhe o emprego de bases de dados, algoritmos, linguagens de programação, metadados semânticos, *softwares*, técnicas de visualização, entre outros. Num ambiente midiático no qual estão inseridos os dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*, emerge a existência de uma quinta geração do jornalismo digital, ainda em desenvolvimento. Tornam-se evidentes, nessa geração, os paradigmáticos produtos autóctones.

A terminologia autóctone serve para identificar os produtos paradigmáticos surgidos no contexto dos *tablets*, cuja característica é atribuída aos aplicativos originalmente desenhados para o dispositivo, bem como criados e editados por equipes próprias, explorando novas práticas de produção, dinâmicas de consumo e modelos de negócio específicos².

Conforme explicitado por Barbosa (2013, p. 45), o potencial dos produtos autóctones está na diferenciação das formas de roteirização para as produções jornalísticas, “nos recursos empregados para a constituição de narrativas originais, na busca por explorar uma maior integração entre os formatos utilizados, no desenvolvimento da hipertextualidade, da multimídia, da interatividade e, ainda, da taticidade”. Ou seja, há o esforço para o desenvolvimento de uma gramática própria, além da simples transposição.

² O termo surgiu durante uma das reuniões de trabalho do Laboratório de Jornalismo Convergente, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, em maio de 2012, e sua paternidade atribuída ao pesquisador Marcos Palacios. (BARBOSA; FIRMINO e NOGUEIRA, 2013).

De acordo com Nozal, González-Neira e Sanjuán (2014, p. 395), a elaboração de um produto específico facilita a incorporação de peças informativas em profundidade, como reportagens, entrevistas ou crônicas, em contraposição às informações factuais que respondem apenas aos tradicionais questionamentos do lide (quem, o quê, quando, onde e por quê). Os autores remetem ao termo *slow-information*, de forma a incorporar à corrente cultural *slow* (movimento lento), surgida a partir dos anos 2000, em alguns produtos jornalísticos daquele mesmo período.

Os produtos vespertinos³ são exemplos do Modelo Autóctone. Mas não podem ser confundidos como únicos exemplos. O canadense La Presse+, apesar de não ser vespertino, adota a lógica de complementação do conteúdo de seus outros produtos, como parte de uma narrativa transmidiática. Lida com o alto grau de experimentação, com a possibilidade de explorar com mais dedicação o potencial multimidiático do dispositivo, outra característica típica dos produtos presentes nesse modelo.

Design da informação

O designer, ao propor uma interface, confronta-se com a necessidade de resolver a forma de apresentação e organização de uma série de informações. Como uma área de trabalho que abrange os mais diversos campos, tais como a fotografia, a arquitetura e a psicologia, as ferramentas utilizadas também são as mais diversas, a depender da plataforma na qual se está trabalhando.

Os produtos em desenvolvimento especificamente para esses novos dispositivos em muito se assemelham aos sistemas de visualização já tradicionalmente conhecidos no design de informação. Porém, entendemos que nos *tablets*, ao se utilizar de pictogramas, símbolos e de informação textual, o designer acrescenta elementos de uma nova

³ Os produtos vespertinos seguem uma tendência de pesquisas sobre o aumento do consumo de leitura nos *tablets* após às 17h (2012 *Mobile Media News Consumption Survey*), ao final do dia, para um tipo de navegação *leanback* (GARCÍA, 2012), ou seja, mais descansada e aprofundada, com maior disponibilidade do leitor para assistir a vídeos e ter mais tempo para se dedicar a textos mais longos/complexos. Desde então, diversas editoras passaram a ressuscitar o vespertino, um tipo de produto que já havia desaparecido do mercado, e que reaparece no digital. (CANAVILHAS e SATUF, 2014).

gramática àquela já conhecida usualmente. São esses elementos, que aqui denominamos sintagmas visuais, que nos interessam mais de perto.

As pesquisas sobre design configuram um campo complexo no qual diversas disciplinas confluem, com fronteiras borradas e limites não muito bem definidos. Em relação à prática do design de informação, Horn (1999, p. 17) nos relata o problema de ter praticantes de distintas áreas de interesses, utilizando diversas terminologias, apesar das práticas centrais serem bastante similares: nos jornais e revistas a área é tratada como informação gráfica; nos negócios, como apresentação gráfica; na ciência, é conhecida por visualização científica; entre os engenheiros de computação, trata-se de design de interface; para os arquitetos, como *wayfinding* ou sinalização; e, por fim, os designers gráficos a denominam apenas como design.

Para Horn, design de informação é definido com “a arte e a ciência de preparar a informação a qual pode ser usada por seres humanos com eficiência e eficácia” (todas as traduções são nossas⁴). (HORN, 1999, p. 15). Após a definição, o autor prossegue listando os objetivos principais: a) desenvolver documentos compreensíveis, de recuperação fácil e rápida, e capazes de se-rem traduzidos em ações efetivas; b) projetar interações com equipamentos de forma fácil, natural e o mais agradável possível, implicando na resolução de problemas da ordem da interface humano-computador; e c) auxiliar as pessoas a se localizarem em espaços tridimensionais com facilidade e conforto. Vemos que Horn possui a preocupação de situar as três aplicabilidades do design de informação: no impresso, em plataformas interativas e no ambiente físico.

Na definição de Katz (2012, p. 10), a atividade dos designers de informação é “clarificar, simplificar e tornar a informação acessível para as pessoas que a necessitarão e a utilizarão para tomar decisões importantes. A informação precisa estar na forma sob a qual as pessoas possam entendê-la e usá-la de forma significativa⁵”. Esta definição condiz

⁴ “Information design is defined as the art and science of preparing information so that it can be used by human beings with efficiency and effectiveness.” (HORN, 1999, p. 15)

⁵ “Our job as information designers is to clarify, to simplify, and to make information accessible to the people who will need it and use it to make important decisions. Information needs to be in a form they can understand and use meaningfully (...).” (KATZ, 2012, p. 10)

com as da maioria dos autores sobre o tema (BONSIEPE, 1997; HORN, 1999; JACOBSON, 1999; FRASCARA, 2004; COATES e ELLISON, 2014), mas não aprofunda ou elabora sobre os processos envolvidos nessa clarificação e simplificação de dados brutos para o usuário final.

Bonsiepe (1999, p. 84) é mais direto ao afirmar que o design de informação situa-se no domínio da formatação visual dos conteúdos, por meio de seleção, ordenamento, hierarquização, conexões e distinções visuais, possibilitando eficácia no meio em que o designer decidiu disponibilizar o universo de informações. E acrescenta: o designer da informação vai além da função de mero tradutor para a linguagem visual, pois ele também pensa a estruturação dos conjuntos de dados no planejamento e levantamento de informações. Ou seja, mais que um simples tradutor, o designer atua também como coautor.

A definição de Bonsiepe, por ser mais completa, também produz aproximações com as mudanças ocorridas no papel do designer, inclusive no jornalismo, a partir do estágio em que ele sai das oficinas tipográficas, em meados dos anos 1940 e 1950. Até então, ele recebia a matéria jornalística pronta, com o desafio de fazer caber na paginação de qualquer maneira, principalmente ajustando o conteúdo com fontes em tamanhos distintos. A situação modifica-se e o designer começa a adentrar o espaço físico das redações. Num primeiro momento, seu desempenho se dava principalmente no momento do “fechamento” das edições; aos poucos e mais recentemente, o designer passa a participar de maneira mais ativa – juntamente com editores e demais jornalistas – não só do fechamento, mas também do planejamento da edição, prevendo de antemão a apresentação final da notícia. (MORAES FILHO, 2015, p. 122-129).

Tanto a disciplina como a atividade profissional emergem num momento de ansiedade de informação (WURMAN, 2001) representada pela explosão de dados, muitos deles redundantes, e pela redução do tempo disponível para lidar com tanta informação. Gerenciar dados no contexto da sociedade complexa se torna uma atividade importante, principalmente quando profissionais, em todos os ramos de atividades econômicas, financeiras e sociais dependem cada vez mais, para seu trabalho cotidiano, de acesso e processamento de informações, através de

computadores e redes digitais. Se a informação for mal-projetada, as organizações operam de forma ineficiente.

Durante o desenvolvimento do design da informação, consideramos importante destacar três marcos significativos: a apresentação visual de dados estatísticos no livro de William Playfair (1786), dando origem à infografia moderna; o movimento Isotype, de Otto Neurath, e a representação pictográfica (década de 1920); e o mapa do metrô de Londres, desenhado por Thomas C. Beck (1933). A escolha destas três demarcações baseia-se em sua recorrência nos mais diversos trabalhos que descrevem o desenvolvimento do design de informação. (FORTY, 2007; RODRIGUES, 2009; MEGGS e PURVIS, 2011; QUINTÃO e TRISKA, 2013; COATES e ELLISON, 2014).

As sintaxes interativas e metodologia

O designer, ao conceber suas escolhas, não as faz por preferência pessoal ou aleatoriamente. Pesa sobre ele a tarefa de identificar as funcionalidades dos dispositivos móveis. Esse profissional precisa pensar na maneira mais eficaz de evidenciar as potencialidades dos *tablets*. E os faz a partir da interface, com o desenvolvimento de uma gramática visual. Consideramos que qualquer design, seja para o impresso, digital ou ambiental, constitui-se de uma gramática. Assim como na gramática de uma língua, o design também é formado por elementos, classificados de acordo com sua área correlata: podemos assim falar de uma sintaxe e de uma semântica visual⁶.

Alguns autores têm utilizado tal metáfora para explicar os elementos vi-suais e interativos. Donis A. Dondis utiliza o termo em seu livro *Sintaxe da Linguagem Visual*. Na gramática, a sintaxe é entendida como o estado das regras responsáveis por reger a construção das frases

⁶ Como adendo, também se considera que um artefato seja detentor de algumas dimensões semióticas: a dimensão sintática abrange a estrutura do produto e o seu funcionamento, ilustrados a partir de desenhos técnicos e modelos; a dimensão pragmática trata do ponto de vista de seu uso, seja ergonômico ou sociológico, na qual se estuda características de quem usa um produto e em que tipo de situação; já a dimensão semântica diz respeito às qualidades expressivas e representacionais, sobre o que o produto representa (NIEMEYER, 2013, p. 50-53). Neste artigo, sempre que tratarmos dos termos sintaxe e semântica, estaremos nos referindo exclusivamente ao design da interface e não ao produto em si.

em determinada língua. Portanto, sua relação lógica, a partir de diversas combinações, para constituição do significado. Para Dondis (2007, p. 51), a sintaxe visual se refere à combinação de elementos básicos tais como pontos, linhas e formas, para determinar a força e a intenção de uma obra. Manovich (2002, p. 80) trata também de uma gramática de ações significativas, que são performatizadas nas interfaces digitais. Relacionamos esta ideia diretamente com as significações sociais de Norman (2008) para a criação das pistas visuais pelo designer. Por sua vez, Scolari nos apresenta o conceito de sintaxe da interação, utilizado aqui com frequência. Para o autor, trata-se de

(...) uma sequência de ações que o usuário da interface deve executar para conseguir determinado objetivo. A sequência pode ser única – quando o usuário está obrigado a seguir um caminho exclusivo para se chegar ao resultado desejado – ou pelo contrário, pode apresentar diversas alternativas. Neste segundo caso, a mesma operação, como por exemplo modificar o estilo de um parágrafo ou mudar o contraste de uma imagem, pode ser executada manipulando diferentes dispositivos hardware (teclado, mouse) ou software (menus, ícones⁷). (SCOLARI, 2004).

Concluindo: vamos explorar neste artigo como a sintaxe de interação é pensada pelo designer para a indicação de ações interativas. O impulso para que ocorra determinada ação (sintaxe) é estimulado por botões, símbolos pictóricos, ícones, que serão descritos como sintagmas visuais. A compreensão da gramática visual a partir deste enfoque deve ser entendida não apenas pelo pesquisador, mas principalmente, pelo designer.

Corpus e metodologia

Para este trabalho, consideramos, inicialmente, apenas produtos exclusivos para *tablets*, enquadrados no Modelo Autóctone. Partimos da

⁷ “Entendemos por *sintaxis de la interacción* una *secuencia de acciones* que el usuario de la interfaz debe ejecutar para lograr un objetivo determinado. La secuencia puede ser *única* – cuando el usuario está obligado a seguir un camino excluyente para llegar al resultado deseado – o, por el contrario, puede presentar diferentes alternativas. En este segundo caso la misma operación – por ejemplo modificar el estilo de un párrafo de texto o cambiar el contraste de una imagen – puede ejecutarse manipulando diferentes dispositivos hardware (teclado, ratón) o software (menú, íconos)”. (SCOLARI, 2004).

ideia de que tal modelo poderia nos fornecer maior quantidade de operadores de análise. Como a pesquisa se desenvolveu entre Espanha e Brasil, fruto do período de doutorado-sanduiche, financiado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), consideramos produtos nos dois países, com apoio da professora Dra. María Bella Palomo Torres, da Universidad de Málaga. Na Espanha, analisamos três publicações existentes apenas em *tablets*: Revista Don, *Vis-à-Vis* e *Quality Sport*. Todas seguem uma onda de produtos para dispositivos móveis, surgidos por meio de *startups*.

No caso do Brasil, o *corpus* selecionado indicou uma situação inversa à da Europa, pois foram incluídos produtos de grandes grupos jornalísticos tradicionais que investiram em produtos para *tablets*. Os vespertinos também trouxeram publicações próprias, autóctones, com suas respectivas equipes, para os dispositivos móveis, mesmo mantendo a unidade visual e a marca dos demais produtos das empresas. Os casos analisados são *O Globo a Mais*, *Estadão Noite* e *Diário do Nordeste Plus*.

O levantamento aqui empreendido visa testar a hipótese de que sintagmas novos têm que ser gerados pelo designer de informação a fim de possibilitar a navegação do usuário em vista das novas *affordances* (GIBSON, 2015) possibilitadas pelas funcionalidades embutidas nos dispositivos móveis. Todas as publicações apresentam ícones criados para identificar as interações presentes em determinada página ou funcionalidades do aplicativo como um todo.

Cabe destacar que alguns desses ícones podem fazer parte da arte diagramada na página da publicação, com estilos próprios, de acordo com a identidade visual como um todo, ou parte do sistema de publicação, por exemplo, da *Adobe Publishing Suite* ou da *Digital Pages*, os quais se distinguem estilisticamente da diagramação das páginas e podem ser adotados em múltiplas publicações que utilizem o mesmo sistema. Alguns sistemas permitem um mínimo de personalização, como cores e tipos de ícones utilizados.

Cabe destacar que muitas publicações optam por apresentar apenas pictogramas na página, cuja finalidade é autoexplicativa, sem a necessidade de texto. O designer, neste caso, pensa que o usuário estará

habilitado a interpretar imediatamente cada função sugerida pelo sintagma a partir do símbolo desenhado, sem a necessidade de ajuda. Alguns traços são mais reconhecíveis, como o símbolo para tocar um áudio ou os que identificam determinadas redes sociais, como Facebook e Twitter. Como veremos, esse critério não vale para todas as funções, uma vez que coexistem distintas sintaxes em diferentes publicações.

Uma característica que percebemos ao analisar pela primeira vez as sintaxes é que as publicações espanholas são mais simplificadas quanto ao estilo gráfico de cada ícone. Poucos são os que vêm acompanhados de texto, com maior adesão ao estilo *flat design*, de traços simples, sem dégradés e efeitos de sombra, e muitas vezes com uso da cor preta (ou branca, para fazer contraste com o fundo da página). As publicações brasileiras utilizam a cor prioritariamente com a finalidade de identificar o veículo (por exemplo, o azul *d'O Globo* e o verde do *Diário do Nordeste*). Também fazem uso de sombras e gradientes de cor.

Tipologia de sintagmas

Num esforço para identificar o significado de cada sintaxe, ou seja, a ação representada por aquele ícone (a semântica visual), criamos uma proposta de classificação, de forma a agrupar funções semelhantes. Esta classificação permite uma comparação direta dos símbolos destacados para identificar uma mesma função (ou funções semelhantes) e possibilita encontrar distinções ou semelhanças de estilo pensadas no design, ou seja, o modelo que o designer utiliza para criar a imagem do sistema e tentar se aproximar do modelo do usuário, com a finalidade de criar o contrato de interação no sistema.

Sintagmas de multimídia

O primeiro conjunto de sintagmas, por simples dedução, é de fácil identificação. Remete em nosso imaginário aos antigos reprodutores de fitas cassete e de videocassete e, posteriormente, aos tocadores de CD. Por esta razão, tornam-se os ícones de *tocar*, *pausar* e *parar* de descomplicado reconhecimento. Porém, como os dispositivos móveis – tal qual os tocadores de música e reprodutores de VHS – reproduzem tanto

vídeos como áudios, gera-se uma ambiguidade e torna-se difícil decidir qual a melhor maneira de identificar tanto um como outro formato. Percebe-se que as publicações espanholas analisadas utilizam os mesmos ícones, tanto para áudio quanto para vídeo. No caso das brasileiras, há diferenciações entre identificar um áudio ou um vídeo. Em muitos casos, as ações são representadas de diversas maneiras nas distintas publicações, o que torna quase impossível para o usuário transferir o que aprendeu num aplicativo em outro.

Tabela 1. Relação dos sintagmas de multimídia

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	<i>Vis-à-Vis</i>	Clique para reproduzir vídeo ou áudio.
	<i>Revista Don</i>	Clique para reproduzir vídeo ou áudio.
	<i>Quality Sport</i>	Clique para reproduzir vídeo.
	<i>O Globo a Mais</i>	Clique para ouvir conteúdo em áudio.
	<i>O Globo a Mais</i>	Clique para reproduzir vídeo.
	<i>Estadão Noite</i>	Clique para ouvir conteúdo em áudio.
	<i>Estadão Noite</i>	Clique para reproduzir vídeo.
	<i>DN Plus</i>	Clique para reproduzir vídeo.
	<i>DN Plus</i>	Clique para ouvir conteúdo em áudio.

O *Estadão Noite* utiliza o desenho de um rolo de filme para indicar que aquele botão representa a sintaxe de clicar para reproduzir um vídeo. Por outro lado, *O Globo a Mais* e *o Diário do Nordeste Plus*, optam por

exibir algo parecido aos botões dos tocadores de fita cassete. Quanto ao áudio, *O Globo a Mais* prefere identificá-lo por meio de barras verticais – um recurso estilístico para remeter ao formato de um alto-falante, e que, no entanto, pode lembrar também as barras de sinal da telefonia celular – enquanto *DN Plus* e *Estadão* são mais diretos, aparentando mais claramente ser um alto-falante.

Sintagmas de aprofundamento

Neste agrupamento de sintagmas considera-se que ícones são utilizados para identificar o aprofundamento de certa informação, seja para visualizar um hiperlink numa página de internet, seja para abrir uma janela pop-up ou revelar uma caixa com mais informações que seja apresentada ao lado ou no mesmo espaço onde se encontra o botão. Também consideramos neste mesmo agrupamento, botões para fechar essa mesma janela ou a informação extra.

Nesse caso, há um consenso em dizer que 'x' significa fechar e '+' significa ampliar alguma informação. Há casos atípicos, como a 'nuvem' da *Vis-à-Vis*, que também utiliza o botão com a representação gráfica e estilizada do '+'; e a palavra sublinhada da *Revista Don*, que não indica (como seria de se esperar) a existência de um hiperlink da internet, mas serve para revelar uma informação que deve ser exibida na lateral da tela. O dedo que clica sobre a tela é a metáfora utilizada também pela *Vis-à-Vis* e pelo *Estadão Noite*, mas que suscita dúvidas, pois pode representar qualquer ação interativa, inclusive a de iniciar a execução de algum elemento multimídia presente numa página.

Tabela 2. Relação dos sintagmas de aprofundamento

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	<i>Vis-à-Vis</i>	Clique para ver link externo.
	<i>Vis-à-Vis</i>	Clique para abrir conteúdo adicional.

	<i>Vis-à-Vis</i>	Clique sobre o ícone para revelar conteúdo adicional sobre um infográfico ou fotografia.
	<i>Revista Don</i>	Clique para abrir conteúdo adicional, qualquer tipo de texto ou caixa.
	<i>Quality Sport</i>	Clique para abrir conteúdo adicional.
	<i>Estadão Noite</i>	Clique para visualizar conteúdo extra no site de internet do Estadão.com
	<i>Estadão Noite</i>	Clique para abrir link em outra janela (conteúdo on-line).
	<i>DN Plus</i>	Clique para abrir link em outra janela (conteúdo on-line).

O elo da corrente, metáfora emprestada dos primórdios da internet, também é utilizado por *DN Plus* e pelo *Estadão Noite* para representar um link externo, que será aberto em uma janela à parte, dentro do aplicativo. Trata-se de algo não replicado nas demais publicações.

Sintagmas de orientação

Neste conjunto de sintagmas estão em sua maioria as setas de orientação, utilizadas para representar áreas de deslize (*scroll*), indicando que o leitor deve deslizar o dedo para cima e para baixo ou para as laterais, de forma a revelar alguma informação antes oculta por uma área de texto ou *frame*. Isso remete às barras de *scroll* dos navegadores de internet, nos quais havia botões nas extremidades para mover a página, tanto pra baixo como pros lados.

Algumas publicações também demarcam áreas para facilitar a orientação do leitor. Por exemplo, se um leitor estiver perdido dentro de uma publicação e não quiser (ou não souber) procurar o conteúdo pelo índice, poderá recorrer ao atalho direto para a capa da publicação e tentar recomeçar sua navegação. *Vis-à-Vis* e *Estadão Noite* apresentam botões desse tipo.

Tabela 3. Relação dos sintagmas de orientação

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	<i>Vis-à-Vis</i>	Arraste na área e direção indicada para visualizar o restante do conteúdo em referência.
	<i>Revista Don</i>	Arraste na área e direção indicada para visualizar o restante do conteúdo em referência.
	<i>Revista Don</i>	Deslize para as laterais para visualizar mais fotos ou texto em área determinada.
	<i>Quality Sport</i>	Deslize para baixo para visualizar o restante do conteúdo ou passar para a próxima tela.
	<i>OG a Mais E Noite</i>	Clique para voltar a tela anterior.
	<i>Estadão Noite</i>	Arraste na área e direção indicada para visualizar o restante do conteúdo em referência.
	<i>DN Plus</i>	Arraste na área e direção indicada para visualizar o restante do conteúdo em referência.

Algo que falta em quase todas as publicações, menos em *O Globo a Mais* e no *Estadão Noite*, é o botão 'voltar'. No caso destas duas publicações, trata-se de um atalho criado pelo próprio sistema Adobe utilizado pelos vespertinos. O recurso 'voltar' é geralmente defendido/reclamado pelos pesquisadores de usabilidade, para auxiliar o usuário no caso de estar perdido durante alguma operação ou simplesmente para rever a página anterior.

Sintagmas de fotografia ou infografia

Os sintagmas de fotografia estão aqui à parte dos demais elementos multimídia, por representarem também um item importante na formatação visual da informação jornalística, desde a implementação das primeiras tecnologias que possibilitavam colocar fotografias nas páginas impressas de jornais e revistas.

Nos *tablets*, elas ganham visibilidade principalmente com as galerias de imagens, quando o próprio dispositivo possibilita inserir não apenas uma imagem dentro de um espaço determinado, mas quantas o

designer quiser colocar. Os sintagmas para identificar as galerias de imagem se tornaram preocupação das publicações.

Tabela 4. Relação dos sintagmas de fotografia ou infografia

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	<i>O Globo a Mais</i>	Clique para ver galeria de imagens.
	<i>Estadão Noite</i>	Clique para ampliar imagem.
	<i>Estadão Noite</i>	Clique para ver galeria de imagens.
	<i>DN Plus</i>	Clique para visualiza infografia interativa.
	<i>DN Plus</i>	Clique para ver galeria de imagens.
	<i>DN Plus</i>	Clique para ver imagem em 360 graus.

Aqui também estão ícones para identificar a possibilidade de ampliar determinada fotografia ou mesmo para indicar quando uma imagem está disponível em 360 graus, como é o caso do *DN Plus*. O mesmo *DN Plus* também possui um sintagma para identificar infografias, mas cujo ícone (uma cadeia de montanha) é ambíguo, pois pode igualmente estar retratando uma paisagem ou uma fotografia no modo paisagem.

Sintagmas de encadeamento

Os sintagmas de encadeamento são importantes num dispositivo que possibilita incluir diversos conteúdos dentro de uma única área (com exibição de apenas uma imagem ou um texto por vez e ocultamento dos demais) ou quando se perde a referência de páginas do tradicional formato impresso e se tem agora a ideia de telas. Este conjunto é importante para identificar qual tela (ou imagem ou texto) está sendo

visualizado no momento e quantas (ou quantos) ainda faltam para concluir a cadeia.

Muitas publicações optam apenas por colocar setas direcionais, assim como os *scrolls*, para indicar a continuação na próxima tela. Outras, como a *Revista Don*, optam por registrar o progresso em números (por ex., tela 3 de 5). O *Diário do Nordeste Plus* identifica sua paginação apenas por símbolos geométricos, como as bolinhas acesas (na cor verde) para identificar a tela que se está lendo, e as bolinhas apagadas (na cor cinza) para saber quantas existem antes e depois da tela atual.

Tabela 5. Relação dos sintagmas de encadeamento

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	Vis-à-Vis	Clique para selecionar fotos ou textos encadeados numa determinada área.
	<i>Revista Don</i>	Deslize o dedo para ver a próxima tela abaixo com a continuação do conteúdo.
	<i>O Globo a Mais</i>	Clique para selecionar imagem ou tela, encadeados numa determinada área.
	<i>O Globo a Mais</i>	Clique para passar ou retroceder as fotos numa galeria de imagens.
	<i>Estadão Noite</i>	Clique para selecionar fotos ou textos encadeados numa determinada área.
	<i>DN Plus</i>	Deslize o dedo para ver a próxima tela abaixo com a continuação do conteúdo.

No caso das galerias de fotos ou agrupamentos de textos, é generalizada a utilização de números, como no *Estadão Noite*, *O Globo a Mais* e *Vis-à-Vis*. Como estes sintagmas quase sempre se situam na parte inferior da visualização, *O Globo a Mais* adotou adicionalmente botões laterais, com indicação numérica ('+1', '+2', e sucessivamente), para revelar quantas fotos ainda existem mais para frente.

Sintagmas de rotação

O *tablet*, sendo um dispositivo que permite tanto a visualização no modo horizontal como no modo vertical, também exige dos designers a criação de sintagmas que possam avisar o leitor de tal possibilidade. Foram encontradas duas soluções: as setas rotativas de forma a identificar o movimento de girar o dispositivo; ou simplesmente dois *tablets* sobrepostos, cada qual na sua disposição, como é o caso em *O Globo a Mais* – acompanhados do texto ‘gire para ver’ – e no *DN Plus*.

Tabela 6. Relação dos sintagmas de rotação

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	<i>Vis-à-Vis</i>	Rotacione o <i>tablet</i> para visualizar o conteúdo em outra posição (formato).
	<i>Revista Don</i>	Rotacione o <i>tablet</i> para visualizar o conteúdo em outra posição (formato).
	<i>O Globo a Mais</i>	Rotacione o <i>tablet</i> para visualizar o conteúdo em outra posição (formato).
	<i>Estadão Noite</i>	Rotacione o <i>tablet</i> para visualizar o conteúdo em outra posição (formato).
	<i>DN Plus</i>	Rotacione o <i>tablet</i> para visualizar o conteúdo em outra posição (formato).

O *Estadão Noite* também faz uso do texto acompanhando o desenho, porém utilizando as setas rotativas no formato circular.

Sintagmas de compartilhamento

Os poucos exemplos encontrados nesta categoria de sintagmas revelam o quanto as publicações seguem um modelo fechado, com poucas possibilidades de redistribuição/compartilhamento de conteúdo nas redes sociais como Twitter e Facebook ou por e-mail. E mesmo quando apresentam essa possibilidade, nem todas as páginas são passíveis de compartilhar, apresentando o mesmo botão de forma bloqueada.

Tabela 7. Relação dos sintagmas de compartilhamento

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	<i>Vis-à-Vis</i>	Clique para compartilhar página em redes sociais ou por e-mail.
	<i>OG a Mais E Noite</i>	Clique para compartilhar página em redes sociais ou por e-mail.

Há revistas que apresentam os ícones com símbolos de Facebook e Twitter, porém entram em outra categorização, pois são apenas atalhos para acessar as próprias páginas das publicações nas redes. Estão ali muito mais com caráter institucional do que propriamente como possibilidades de compartilhamento.

Sintagmas de suporte

Aqui estão elencados os sintagmas utilizados para pedir ajuda durante a navegação. Como muitas publicações possuem páginas explicando todos (ou quase todos) os sintagmas apresentados nas telas durante a leitura, esses símbolos são atalhos para visualizar essas seções. Em alguns casos, como no *O Globo a Mais*, o sintagma serve para abrir uma janela com mais informações sobre manuseio da revista digital, ou para abrir uma página de internet com as principais dúvidas sobre navegação.

Tabela 8. Relação dos sintagmas de suporte

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	<i>Vis-à-Vis</i>	Clique para ir à página com tutorial.
 Tutorial	<i>O Globo a Mais</i>	Clique para ver informações sobre manuseio da publicação (conteúdo on-line).
	<i>DN Plus</i>	Clique para ir à página com tutorial.

Como o *iPad* ainda é um suporte que quer aparentar facilidade de uso, de intuitividade na navegação, atualmente são poucas as publicações

que disponibilizam esse manual de uso, ou as *'coach marks'* que procuram ensinar ao usuário como realizar comandos básicos de uso. Isso talvez explique os poucos sintagmas dentro deste agrupamento.

Sintagmas de sumário ou visualização geral

Os sintagmas deste conjunto funcionam como índices para navegação do conteúdo de uma publicação. Ao invés do leitor ter de recuperar todo o tempo uma tela de sumário, como no caso da *Vis-à-Vis*, há a possibilidade de visualizações também por meio de um menu desdobrável lateral ou mesmo por uma visualização geral de todas as páginas na forma de miniaturas. Tal opção permite que o leitor as arraste para as laterais, visualizando tela por tela e seus desdobramentos.

Tabela 9. Relação dos sintagmas de sumário ou visualização geral

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	<i>OG a Mais E Noite</i>	Clique para abrir sumário da edição em menu desdobrável lateral.
	<i>OG a Mais E Noite</i>	Clique para visualizar todas as páginas em miniatura.
	<i>DN Plus</i>	Clique para visualizar todas as páginas em miniatura.
	<i>DN Plus</i>	Clique para abrir sumário da edição em menu desdobrável lateral.

Os sintagmas apresentados neste conjunto fazem parte dos sistemas de publicação utilizados por cada um dos veículos – *O Globo a Mais* e *Estadão Noite*, via Adobe DPS; e *DN Plus*, via Digital Pages. Nada mais são do que recursos possibilitados por esses sistemas, e não algo decorrente do desenho das telas, ou que o designer tenha de preparar criativamente em sua diagramação. Estão incluídas aqui por consideramos que a escolha do sistema também afeta a maneira como a publicação será diagramada. No Adobe, por exemplo, o designer é estimulado a introduzir o título da seção em cada tela na visualização em miniatura.

Sintagmas de personalização

Os sintagmas de personalização incluem botões endereçados apenas à particularidade do uso do leitor diante do dispositivo. Não são informações que afetem diretamente na publicação ou no uso dos demais leitores, mas sim funcionalidades de uso pessoal, como marcadores de página, recursos de favoritação de telas ou espaços para guardar comentários.

Tabela 10. Relação dos sintagmas de personalização

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	<i>Vis-à-Vis</i>	Clique para marcar a última página lida para recuperar assim que reabrir o aplicativo.
	<i>O Globo a Mais</i>	Clique para 'favoritar' página e guardar para ler depois.
	<i>DN Plus</i>	Clique para deixar comentários em uma página.

A pouca presença de sintagmas nesta categoria demonstra também a dificuldade em preservar a memória de uma publicação digital para *tablets*. Os sistemas não suportam o arquivamento de todas as edições anteriores – pior: quando se muda o sistema, perde-se tudo que havia sido publicado através do sistema anterior – o usuário pode apenas recuperar uma página que foi guardada nos favoritos. Se apagar algo favoritado e que não esteja mais na banca, perde-se também esse conteúdo.

Sintagmas de busca e arquivamento

Estes sintagmas são apenas atalhos para acessar a banca com as publicações disponíveis para compra e *download* e também para as edições já adquiridas e baixadas. Não há consenso no grafismo usado para identificar tal sintagma, indo desde um carrinho de compras (*Estadão Noite*) até um 'O' estilizado do logotipo de *O Globo a Mais*. *Vis-à-Vis* utiliza o desenho de livros na estante para identificar o espaço das publicações

baixadas, enquanto *Estadão Noite* opta por escrever literalmente a palavra 'Biblioteca'.

Tabela 11. Relação dos sintagmas de busca e arquivamento

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	<i>Vis-à-Vis</i>	Clique para visualizar a banca de revistas digital com todas as publicações para comprar ou baixar.
	<i>Vis-à-Vis</i>	Clique para ver biblioteca com as edições baixadas.
 Edições	<i>O Globo a Mais</i>	Clique para visualizar a banca de revistas digital com todas as publicações para comprar ou baixar.
 Edições	<i>O Globo a Mais</i>	Clique para visualizar a banca de revistas digital com todas as publicações para comprar ou baixar.
 Biblioteca	<i>Estadão Noite</i>	Clique para visualizar a banca de revistas digital com todas as publicações para comprar ou baixar.
 Biblioteca	<i>Estadão Noite</i>	Clique para visualizar a banca de revistas digital com todas as publicações para comprar ou baixar.

Nota-se a possibilidade de personalizar os temas dentro do sistema Adobe. Enquanto *O Globo a Mais* prefere a palavra 'Edições', o *Estadão Noite* opta por 'Biblioteca'. Ambos oferecem um atalho para visualizar todas as edições disponíveis para *download*. Um problema desse sistema, é que edições para comprar e as que foram compradas estão misturadas num mesmo espaço, com difícil distinção. Não há uma tela para visualizar apenas as edições adquiridas. É preciso buscar em meio a tantas edições que ainda não foram compradas.

Sintagmas institucionais

Por último, este conjunto é representado por sintagmas referentes às próprias publicações. Uma diferença pontual: enquanto as revistas espanholas procuram valorizar suas respectivas redes sociais, com atalhos para Facebook e Twitter, as publicações brasileiras procuram levar o leitor a conhecer seus outros suportes, como a réplica digital da edição impressa e os respectivos sites de internet. Trata-se da estratégia de convergência

jornalística e de produção multiplataforma praticada por estas mesmas publicações.

Tabela 12. Relação dos sintagmas institucionais

Sintagma	Publ.	Sintaxe de interação
	<i>Vis-à-Vis</i>	Clique para ver a página do Facebook da publicação.
	<i>Vis-à-Vis</i>	Clique para ver a página do Twitter da publicação.
 Baixe O Globo	<i>O Globo a Mais</i>	Clique para baixar ou abrir o aplicativo da réplica digital da edição impressa do jornal <i>O Globo</i> .
 Site	<i>O Globo a Mais</i>	Clique para abrir a página de internet do jornal <i>O Globo</i> .
 Site	<i>Estadão Noite</i>	Clique para abrir a página de internet <i>Estadão.com</i> .

Conclusões

Entendemos que as sinalizações inseridas nessa nova gramática dos dispositivos móveis – compreendidos aqui por seus sintagmas e sintaxes visuais – funcionam como gatilho para um processo complexo de interação com a interface e, subsequentemente, uma contribuição essencial para o desenvolvimento do trabalho do designer de notícias, com plena incorporação das *affordances* geradas pelas novas funcionalidades embutidas nos dispositivos na tessitura da narrativa jornalística.

Consideramos que conseguimos cumprir esse objetivo, uma vez que esboçamos um mapeamento, com relação ao *corpus* escolhido, acompanhado de uma proposta de categorização, a partir dos ícones presentes nas páginas e nos sistemas utilizados pelas publicações. Acreditamos que apesar da amostra ter limitado às seis revistas digitais analisadas, a proposta de categorização é suficientemente ampla para abranger a maioria dos produtos presentes nos *tablets*. Houve o esforço para que se atingisse o maior número de categorias – no total de 12 – para que a tipologia fosse aplicável a outros casos. Claro, há a

necessidade de testar esta categorização em outras publicações, para verificar seu alcance e para eventuais atualizações e ampliações.

A hipótese se confirma com base na categorização que traçamos dos sintagmas visuais. Além disso, consideramos todo o encadeamento dos sintagmas, ou seja, dos ícones presentes na interface das revistas digitais para estimular a sintaxe de interação, representada pelas ações a serem cumpridas pelo usuário. Em resumo: acreditamos ter demonstrado a emergência de uma gramática visual própria das interfaces digitais, constituída de sintagmas (os ícones) e de sintaxes (as ações interativas).

Referências

- BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo em redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Livros LabCom, 2013. p. 33-54.
- BARBOSA, Suzana; FIRMINO DA SILVA, Fernando; NOGUEIRA, Leila. Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos com presença multiplataforma. **Mídia e Cotidiano**, v. 2, n. 2, 2013. p. 241-264.
- CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. Jornalismo em transição: do papel para o tablet... ao final da tarde. In: FIDALGO, António; CANAVILHAS, João. (Orgs.) **Comunicação digital: 10 anos de investigação**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p. 35-60.
- COATES; Kathryn; ELLISON, Andy. **Introducción al diseño de información**. Trad. Montserrat Foz Casals. Badalona: Parramón Arts & Design, 2014.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. Trad. Jefferson Luiz Camargo. 3. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- FORTY, Adrian. **Objetos de desejo: design e sociedade desde 1750**. Trad. Pedro Maia Soares. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- FRASCARA, Jorge. **Communication design: principles, methods, and practice**. Nova Iorque: Allworth Press, 2004.
- GARCIA, Mario. **iPad Design Lab-Basic: Storytelling in the Age of the Tablet**. North Light Books, 2012.
- GIBSON, James J. **The ecological approach to visual perception**. New York: Psychology Press, 2015.
- GUI, Bonsiepe. **Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño**. Buenos Aires: Infinito, 1999.

- GUI, Bonsiepe. **Design: do material ao digital**. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.
- HORN, Robert E. Information design: emergente of a new profession. In: JACOBSON, Robert (Ed.). **Information design**. Cambridge: The MIT Press, 1999.
- JACOBSON, Robert. **Information design**. Cambridge: The MIT Press, 1999.
- KATZ, Joel. **Designing information: human factors and common sense in information design**. Hoboken: Wiley, 2012.
- MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge: MIT Press, 2002.
- MEGGS, Philip B.; PURVIS, Alston W. **Meggs' History of Graphic Design**. 5. Ed. Hoboken, New Jersey: Wiley, 2011.
- MORAES FILHO, Ary. **Design de notícias: a acessibilidade do cotidiano**. São Paulo: Blucher, 2015.
- NIEMEYER, Lucy. **Elementos da semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro: ZAB, 2013.
- NORMAN, Donald. Signifiers, not affordances. **ACM Interactions**, v. 15, n. 6, 2008, p. 18-19.
- NOZAL, Teresa; GONZÁLEZ-NEIRA, Ana; SANJUÁN, Antonio. Análisis de ediciones vespertinas de prensa para tabletas. **El Profesional de la Información**, v. 23, n. 4, 2014. p. 393-400.
- PALACIOS, Marcos; DA CUNHA, Rodrigo. A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. **Contemporanea**, v. 10, n. 3, 2012, p. 668-685.
- QUINTÃO, Fernanda S.; TRISKA, Ricardo. Design de informação em interfaces digitais: origens, definições e fundamentos. **InfoDesign**, v. 10, n. 2, 2013, p. 105-118.
- RODRIGUES, Adriana Alves. **Infografia interativa em base de dados no jornalismo digital**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, 2009.
- SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, S. **Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Sol90, 2008.
- SCOLARI, Carlos. **Hacer clic: hacia una sociosemiótica de las interacciones digitales**. Barcelona: Gedisa, 2004.
- WURMAN, Richard Saul. **Information Anxiety 2**. Indianapolis: Que, 2001.