

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO  
INSTITUTO DE LINGUAGENS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO JORNALISMO**

**RAFAELA ALMEIDA DE SOUZA**

**INSPEÇÃO HEURÍSTICA EM WEBJORNAL: O DIÁLOGO ENTRE A  
USABILIDADE E O JORNALISMO.**

**Cuiabá/MT  
2012**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO  
INSTITUTO DE LINGUAGENS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO JORNALISMO**

**RAFAELA ALMEIDA DE SOUZA**

**INSPEÇÃO HEURÍSTICA EM WEBJORNAL: O DIÁLOGO ENTRE A  
USABILIDADE E O JORNALISMO.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal de Mato Grosso, do Instituto de Linguagens, do curso de Comunicação Social – habilitação Jornalismo, como parte dos requisitos necessários para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, sob orientação do Professor Doutor Cristiano Maciel.

**Cuiabá/MT  
2012**

## **BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof. Dr. Cristiano Maciel**

Graduado em Informática

---

**Prof. Dr. Benedito Diélcio Moreira**

Graduado em Comunicação Social - Jornalismo

---

**Profª Janaina Cristina Marques Capobianco**

Graduada em Comunicação Social - Jornalismo

## **Agradecimentos**

Mais de quatro anos e finalmente chegou o momento de apresentar o trabalho final. Mais um sonho a ser concretizado e uma página da vida a ser deixada para trás, porém com muitas histórias e momentos que nunca serão esquecidos.

Para iniciar a lista de agradecimento, coloco em primeiro lugar Deus, que me deu sabedoria para conseguir ingressar em uma instituição pública de qualidade, que me guiou nesses últimos anos sem me deixar faltar nada e me presenteou com conquistas jamais sonhadas antes.

Em segundo lugar, quero agradecer de coração ao meu orientador Cristiano Maciel, pois com sua paciência conseguiu que eu terminasse e desse um formato a este trabalho. Sem dúvida sem a sua ajuda não seria possível a concretização em tempo hábil.

Obrigada também a banca composta pelos professores Diécio Moreira e Janaina Capobianco que deram dicas fundamentais para a construção do TCC.

Aos meus pais, quero agradecer por terem sido a base na minha vida, e se esforçarem desde o meu ensino básico até o superior para que eu tivesse um ensino de qualidade. Obrigada pela confiança e pelos investimentos dados até hoje, pois foram fundamentais para que eu pudesse me focar melhor nos estudos.

Aah, eu não posso esquecer-me da minha avó Didi que me apoio durante todo o período pré vestibular e ao avô Galego que sempre esteve por perto de alguma maneira e que nunca foi em uma colação de grau de neto.

Por último e não menos importante quero agradecer aos meus queridos amigos que sempre estiveram do meu lado durante a faculdade e principalmente agora na conclusão dela. Alguns destaques merecidos devo a Jéssica Graça e Rafael Favarin, que me ajudaram na finalização do trabalho.

Ao Renan e a Sara qualquer coisa que eu disser será pouca diante da grandeza da amizade estabelecida durante esses anos juntos.

Bom, mais pessoas eu gostaria de citar aqui, mas como o tempo está curto, quero que todos se sintam abraçados nesse momento final.

**MUITO OBRIGADA A TODOS!**

## LISTA DE ILUSTRAÇÃO - Figuras

<b>Figura 01:</b> Página Principal da Ergolist. ....	20
<b>Figura 02:</b> Segunda Página da Ergolist. ....	20
<b>Figura 03:</b> Apresentação dos 18 pontos propostos por Bastien e Scapin (1993).....	21
<b>Figura 04:</b> Página Principal do webjornal: Diário de Cuiabá. ....	31
<b>Figura 05:</b> Ponteiros do mouse em 4 modelos diferentes apresentados pelo site Diário de Cuiabá.....	34
<b>Figura 06:</b> Menu do webjornal: Diário de Cuiabá. ....	35
<b>Figura 07:</b> Caderno de Polícia do webjornal: Diário de Cuiabá. ....	39
<b>Figura 08:</b> Caixa de pesquisa do webjornal: Diário de Cuiabá. ....	40
<b>Figura 09:</b> Respostas do sistema de pesquisa do webjornal: Diário de Cuiabá. ....	40
<b>Figura 10:</b> Comentários do webjornal: Diário de Cuiabá. ....	41

## LISTA DE ILUSTRAÇÃO - Gráficos

<b>Gráfico 01:</b> Total de questões propostas. ....	43
<b>Gráfico 02:</b> Presteza. ....	45
<b>Gráfico 03:</b> Agrupamento por Localização. ....	45
<b>Gráfico 04:</b> Agrupamento por formato.....	46
<b>Gráfico 05:</b> Feedback. ....	46
<b>Gráfico 06:</b> Legibilidade. ....	47
<b>Gráfico 07:</b> Concisão.....	47
<b>Gráfico 08:</b> Ações Mínimas. ....	48
<b>Gráfico 09:</b> Densidade Informacional. ....	48
<b>Gráfico 10:</b> Ações Explícitas. ....	49
<b>Gráfico 11:</b> Controle do Usuário.....	49
<b>Gráfico 12:</b> Flexibilidade.....	50
<b>Gráfico 13:</b> Experiência do Usuário.....	50
<b>Gráfico 14:</b> Proteção contra erros .....	51
<b>Gráfico 15:</b> Mensagem de erros.....	51
<b>Gráfico 16:</b> Correção de erros.....	52
<b>Gráfico 17:</b> Consistência. ....	52
<b>Gráfico 18:</b> Significados. ....	53
<b>Gráfico 19:</b> Compatibilidade.....	53

## LISTA DE ILUSTRAÇÃO - Tabelas

<b>Tabela 01:</b> Tiragens do Jornal “Diário de Cuiabá” - 2006 a 2010. ....	18
<b>Tabela 02:</b> Resultado Final da análise .....	44

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Apresentação .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2 Problema.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Metodologia.....</b>	<b>9</b>
<b>2 WEBJORNALISMO .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Conceitos de Jornalismo na Internet .....</b>	<b>9</b>
<b>2.2 Evolução do Jornalismo On Line .....</b>	<b>11</b>
<b>2.3 Outros sites de noticia em Cuiabá .....</b>	<b>13</b>
<b>2.4 Diário de Cuiabá.....</b>	<b>15</b>
<b>3 USABILIDADE E ERGOLIST .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1 Usabilidade.....</b>	<b>19</b>
<b>3.2 Ergolist.....</b>	<b>21</b>
a. Presteza.....	25
b. Agrupamento por Localização .....	25
c. Agrupamento/Distinção por Formato .....	25
d. Feedback .....	26
e. Legibilidade.....	26
f. Concisão .....	26
g. Ações Mínimas.....	27
h. Densidade Informacional .....	27
i. Ações Explícitas.....	27
j. Controle do Usuário .....	28
l. Flexibilidade .....	28
m. Experiência do Usuário .....	28
n. Proteção contra Erros .....	29
o. Mensagem de erro .....	29
p. Correção de Erros.....	29
q. Coerência.....	30
r. Significado dos códigos .....	30
s. Compatibilidade .....	30
<b>4 INSPEÇÃO DO DIÁRIO DE CUIABÁ.....</b>	<b>31</b>
<b>4.1 Avaliação Experimental.....</b>	<b>31</b>
4.1.1 Presteza.....	34
4.1.2 Agrupamento por Localização .....	35
4.1.3 Agrupamento por Formato .....	35
4.1.4 Feedback .....	36
4.1.5 Legibilidade.....	37
4.1.6 Concisão .....	38
4.1.7 Ações mínimas .....	38
4.1.8 Densidade informacional.....	38
4.1.9 Flexibilidade .....	39
4.1.10 Experiência do usuário.....	39
4.1.11 Proteção contra erros.....	39
4.1.12 Correção de erros .....	40

4.1.13 Consistência .....	40
4.1.14 Significados.....	40
4.1.15 Presteza.....	41
4.1.16 Agrupamento por Localização .....	42
4.1.17 Mensagem de erro .....	42
4.1.18 Correção de erros .....	43
4.1.19 Ações mínimas.....	44
<b>4.2 Resultados e Análise dos Dados.....</b>	<b>44</b>
<b>5 CONCLUSÃO .....</b>	<b>56</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>9</b>

## RESUMO

O jornalismo na internet é uma grande potencialidade, pois oferece acesso à informação para pessoas do mundo todo, e esse envio de informação deve ser feito de maneira dinâmica. Para buscar um diálogo entre o jornalismo online e a usabilidade foi utilizado como objeto de estudo o site “Diário de Cuiabá”, que apresenta o seu layout estático e pouco flexível ao usuário. Dessa maneira este trabalho serve como uma amostra das alterações nas formas de comunicação que devem ser feitas em sites de notícia que tem como foco a distribuição de notícia.

**Palavras chave:** Ergonomia. Internet. Comunicação. Jornalismo.



# 1 INTRODUÇÃO

Este capítulo tem o objetivo de apresentar a mudança da sociedade através da internet e como o jornalismo se ingressou nesse novo meio de comunicação.

## 1.1 APRESENTAÇÃO

A participação do jornalismo na internet trouxe para os profissionais o desafio da mudança de linguagem e de estrutura para o novo meio. O público que surgiu com esse novo produto, que no fim já era um anseio das pessoas, tem um perfil mais crítico.

“O público até pode ser convencido a visitar um site, mas as pessoas só voltarão a ele, e só se tornarão utilizadores frequentes, se este tiver algo a oferecer-lhes, sejam conteúdos ou serviços”. (GRADIM, 2008, pg. 13)

O século XXI está sendo marcado pela geração da informação, no qual as pessoas buscam cada vez mais notícias pelas facilidades tecnológicas que as cercam, faz com que alguns conteúdos simplesmente apareçam, e só depois é realizado um estudo para modelá-lo.

Os sites costumam transmitir informações não só relacionadas ao que está proposto, ele transmite também a organização da empresa para o mundo, enquanto o jornal impresso atinge apenas o público limitado à região ao qual pertence.

Então essa interação que há entre os internautas que estão sempre em busca de informação, fez surgir a necessidade de tornar o produto mais fácil de navegação, já que com a facilidade da criação de sites de notícia, fez esse mercado da informação crescer nos últimos anos.

“Para Manovich (2001), a Nova Mídia é essencialmente interativa. Em contraste com a velha mídia, onde a ordem de apresentação de informações é fixa, o usuário pode interagir com uma mídia objeto. No processo de interação, ele escolhe quais elementos devem ser exibidos ou quais caminhos seguir, gerando deste modo um trabalho único.” (RIBAS, 2005)

A Interação Humano—Computador(IHC) é uma área muito estudada quando se trata de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), pois sua teoria é aplicada em diversos contextos. O estudo nesse campo serve para moldar um objeto de acordo com as necessidades que o homem tem de se adaptar melhor a um objeto, pois a finalidade da interface é permitir que as pessoas possam melhor controlar seus recursos computacionais.

No campo da web a facilidade de utilizar um site se chama usabilidade. A usabilidade em site jornalismo no global, envolve então a liberdade de navegação e o aproveitamento das notícias sem ocorrer perca.

“A usabilidade é um atributo de qualidade relacionado à facilidade de uso de algo. Mais especificamente, refere-se à rapidez com que os usuários podem aprender a usar alguma coisa, a eficiência deles ao usa-lá, o quanto lembram daquilo, seu grau de propensão a erros e o quanto gostam de utiliza-la. Se as pessoas não puderem ou não utilizarem um recurso, ele pode muito bem não existir.” (NIELSEN, 2007, pg. xvi)

Dessa maneira, este trabalho tem o intuito de estudar a estrutura do site de notícias Diário de Cuiabá, com o objetivo de diagnosticar os principais problemas de usabilidade, os quais trazem dificuldades aos usuários e, com base neste estudo, indicar alternativas para a melhoria deste tipo de sistema. Esses são objetivos sob o ponto de vista mercadológico. Para a academia, a pesquisapromove um diálogo entre a área de Interação Humano-Computador e o jornalismo, sob o ponto de vista da área da Comunicação Social.

“Você tem menos de dois minutos para se comunicar na primeira vez em que um potencial cliente visita seu Website. Este é o fato básico sobre experiência Web: no que diz respeito aos usuários, cada página deve justificar sua importância quando chamada. Se uma página não fizer, isso imediatamente e de maneira clara, eles vão para outros sites.” (NIELSEN, 2007, pg. 21)

Se tratando então de um estudo de funcionamento e melhoria da comunicação, não será analisado o design do site, ou seja, não será analisada a

estética da página em si, mas sim a estrutura que a compõe. O trabalho disponibiliza observações em relação estrutura e funcionamento da página.

Sob a visão da ergonomia foi realizada uma análise dos itens que estão dispostos na tela, bem como suas funcionalidades, usabilidade e o feedback proporcionado aos usuários. Por meio das regras de disposição dos objetos na interface foi analisado também parte do conteúdo, pois este último item é a essência do site. Com o intuito de obter dados concretos, esta pesquisa irá lidar com os principal interessado que é a empresa.

## 1.2 Problema

A rápida adesão dos meios de comunicação na internet se deu devido à ansiedade que as pessoas hoje têm por informação. Demonstrando-se assim um mercado de produção de notícias mais fácil de investir, pois não tem os custos comuns de impressão e entrega.

“O jornalista vai perdendo o monopólio do jornalismo, enquanto cidadãos, que até bem pouco tempo atrás não tinham como publicar e chegar a grandes audiências, encontram na *web* formas de comunicar suas mensagens.”(ALVES, 2006, pg. 99)

A preocupação gerada então para a disponibilização fácil e rápida das notícias acabou deixando de lado a parte estrutural, que facilita a navegação do usuário. O jornalismo dessa maneira começou a cumprir o seu papel de informação mas nem sempre analisando a forma como o leitor vai ter acesso a ela.

O problema gerador deste trabalho se encontra neste ponto, no qual o diálogo entre o jornalismo e a área de Interação Humano-Computador, por meio dos estudos de usabilidade, não acontece.

Muitas pessoas entendem que a internet é um novo meio de comunicação e essas mesmas pessoas sentem a dificuldade de fazer uma nova adaptação de linguagem, como é o caso do Gustavo de Oliveira, diretor de redação do Diário de Cuiabá, entrevistado neste estudo.

Assim, a busca pelo rápido espaço no mercado faz com que os jornais online passar a existir sem os devidos estudos na área de IHC. Por isso, esse estudo discute questões e apontar problemas de usabilidade.

### **1.3 Metodologia**

A presente pesquisa tem abordagem qualitativa, viabilizada com o uso de entrevista e avaliação heurística.

Antes de iniciar o estudo aprofundado do objeto, foi percebido de maneira empírica que a estrutura do site não contemplava a característica de usabilidade, o que estimulou a realização dessa pesquisa.

Na primeira etapa, a metodologia aplicada consistiu em uma entrevista semi-estruturada que está no apêndice deste trabalho, com o diretor da empresa Diário de Cuiabá, que é um dos três maiores jornais impressos<sup>1</sup> da região de Mato Grosso. Além da parte impressa, a empresa possui o jornal online, no qual recebe toda a transposição das notícias do impresso. O Diário de Cuiabá é também o mais antigo jornal existente até hoje na capital Mato Grossense, sendo a primeira empresa que trabalha com o jornal impresso a aceitar o desafio de ter sua versão online.

O objetivo da entrevista foi conhecer a empresa e qual a visão que eles possuem em relação ao site, bem como o que eles entendem da importância da usabilidade aplicada para a facilidade de uso do site.

Na segunda parte da pesquisa foi realizada uma avaliação heurística do site, por inspeção. Baseado na lista de questões do Ergolist, que se utiliza das regras propostas por Bastien e Scapin (1993) e da norma ISO 9241-11 no qual realça que a usabilidade dos computadores é dependente do contexto de uso e que o nível de usabilidade alcançado dependerá das circunstâncias específicas nas quais o produto é usado.

A avaliação heurística é baseada nas teorias de Jakob Nielsen, o mais conceituado pesquisador na área de análise de sites.

---

<sup>1</sup> Os Jornais mais vendidos na atualidade na região Mato-Grossense são jornal A Gazeta, jornal Folha do Estado e jornal Diário de Cuiabá, segundo a Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral (SEPLAN).

“A avaliação heurística, desenvolvida por Jakob Nielsen e seus colegas (Nielsen 1994a), constitui-se em uma técnica de inspeções de usabilidade em que especialistas orientados por um conjunto de princípios de usabilidade conhecidos como heurística, avaliam se os elementos da interface com o usuário – Caixa de diálogo, menus, estrutura de navegação, ajuda *on-line*, etc.” (PREECE, 2007, pg. 430)

A avaliação heurística feita por um especialista se torna importante para o trabalho, pois resulta em dados reais. Segundo Preece (2007), às vezes envolver o usuário pode ser muito caro e requer tempo, então o uso apenas de um especialista, ou vários, já é o suficiente para fornecer o feedback.

Por fim, foi realizada uma análise dos dados coletados, para se obter um balanço do resultado da pesquisa e assim construir a conclusão dos trabalhos.

## **2 WEBJORNALISMO**

Nesta sessão, serão abordados conceitos de webjornalismo, a evolução do jornalismo online, em especial, as experiências em Mato Grosso.

### **2.1 Conceitos de Jornalismo na Internet**

Para iniciar este capítulo sobre jornalismo na internet, vamos primeiro definir um termo que melhor se encaixe, pois com o tempo foram surgindo algumas variações indicadas por Luciana Mielniczuk como: Jornalismo Eletrônico, Jornalismo Digital ou Jornalismo Multimídia, Ciberjornalismo, Jornalismo Online e Webjornalismo.

Segundo Mielniczuk, Jornalismo Eletrônico utiliza-se de equipamentos e recursos eletrônicos. No jornalismo Digital é empregada tecnologia digital, todo e qualquer procedimento que implica no tratamento de dados em forma de bits. A autora ainda define o Ciberjornalismo como um meio que envolve tecnologias que utilizam o ciberespaço.

Por fim, os dois termos que mais causam confusão são o Jornalismo Online que é desenvolvido utilizando tecnologias de transmissão de dados em rede e em tempo real, e o segundo termo que iremos adotar para este trabalho é o Webjornalismo que diz respeito à utilização de uma parte específica da Internet, que é a web.

A transformação no jornalismo se deu desde a invenção da imprensa, depois veio o rádio, a televisão e, por fim, a internet, que para a comunicação é a junção de todas essas tecnologias antecedentes, ou seja, a convergência das mídias. Com a convergência das mídias, foi possível oferecer informação por meio de todas as ferramentas (áudio, vídeo, imagem e texto), enriquecendo as matérias jornalísticas

Mas apesar de todas essas facilidades de transmissão de informação, pode-se notar que partes dos jornais online utilizam-se apenas da imagem. Isso se deve principalmente pela falta de recursos para o investimento dessas empresas e por algumas ainda utilizarem o impresso como principal meio de comunicação.

Porém, é interessante termos essas empresas como base para analisar a organização multimídia, como por exemplo, fazer com que a imagem, vídeo e texto complementem um ao outro na construção da notícia, e crie a liberdade do leitor realizar uma leitura linear, ou não-linear.

A não-linearidade neste caso se refere a leitura que pode ser seguida em múltiplos sentidos, no qual o resultado final pode ser dado de diversas formas. Então, só é possível proporcionar esses caminhos ao leitor, utilizando-se de links de ligação para as matérias que poder ter sido postadas anteriormente, para esclarecer melhor o caso, ou então indicar matérias relacionadas ao tema, oferta de banco de imagens e vídeo.

A utilização desses artifícios só colabora para atrair os usuários, que agora podem ser considerados também leitores, ouvintes e consumidores. Dessa forma faz com que eles permaneçam mais tempo nas páginas. Isso proporciona um pouco a sensação de liberdade de escolha das mídias que serão utilizadas para receber a informação. Isso seria uma forma de propor interatividade, no meio jornalístico.

“A máxima "nós escrevemos, vocês lêem" pertence ao passado. Numa sociedade com acesso a múltiplas fontes de informação e com crescente espírito crítico, a possibilidade de interação direta com o produtor de notícias ou opiniões é um forte trunfo a explorar pelo webjornalismo”.  
(CANAVILHAS, 2011, pg, 2)

No jornalismo a interatividade tem diferentes graus, depende em qual contexto ela está inserida. No caso da webjornalismo, pode-se notar a presença da interatividade nos chats, e-mail, fórum, pesquisas e comentários. O comentário é considerado o meio mais usual pelos usuários para opinar e estreitar relações com o jornalista.

Essa foi uma das ferramentas que mais ajudou na participação do leitor nas matérias e, a partir dos comentários, os jornalistas podem em tempo real ter resposta da repercussão do texto que foram produzidos.

Com a internet, além de ficar mais fácil realizar comentários, foi possível ao leitor participar diretamente das matérias, influenciando na pauta, como sendo autor da história.

Esse fenômeno em que o público produz notícias e divulga na web é denominado webjornalismo participativo. “[...] práticas desenvolvidas em seções ou

na totalidade de um periódico noticioso na Web, onde a fronteira entre produção e leitura de notícias não podem ser claramente demarcada ou não existe.” (Primo e Träsel 2006, pg. 10)

Essa mudança no ritmo da comunicação que antes era direcionada “um-todos”, no qual uma empresa de comunicação era o principal meio de enviar informações agora, via sistemas computacionais, foi alterada para o modelo “todos-todos”.

“[...] a comunicação passa a ser interativa convergente e descaracteriza o modelo comunicacional um-todos (quando a informação é transmitida de modo unidirecional), para construir um modelo todos-todos, em que as pessoas ficam integradas, interligadas e podem enviar e receber informações, utilizando as TICs.” (BOSTELMAM, 2009, pg. 5)

No modo de comunicação todos-todos qualquer usuário na rede é considerado um disseminador de informação, e não é mais considerado um receptor passivo de notícias, pois agora ele vai em busca do conteúdo do qual tem interesse. Então, a informação caminha bilateralmente, tornando as pessoas iguais em relação ao domínio de navegação no sistema.

Nessa troca de informações proporcionada pela internet, fez surgir nas cidades os sites de notícias, desafiando até mesmo as empresas de jornalismo existentes apenas no impresso.

## **2.2 Evolução do Jornalismo On Line**

O jornalismo digital surgiu em 1981 nos Estados Unidos, quando o Columbus Dispatch disponibilizou todo o conteúdo da edição diária na rede, mas cobrando uma taxa aos usuários. E em 1994 foi criado o primeiro jornal norte-americano com suporte digital, o *San Jose Mercury News*, então se iniciou a transposição. (Guilherme Matoso, 2003)

A migração dos jornais impressos para o online aconteceu de forma explosiva, pois de repente muitas empresas viram que estariam taxados de



antiquados se não aderissem a esse novo meio de comunicação. No Brasil essa mudança não foi diferente.

“No Brasil, a transposição do conteúdo de um jornal impresso ocorre no ano de 1995 quando o Jornal do Brasil (<http://www.jbonline.com.br>) lança a primeira edição completa de um jornal nacional na internet.” (MATOSO, 2003, pg. 19)

Com a facilidade de se disponibilizar informações, aumentou a concorrência nesse segmento, então foi criada uma disputa no mercado. Mas em análise econômica, ainda não se tornou viável a utilização do site para empresas que já produziam o jornal impresso, pois a receita ainda não cobre os custos.

Isso justifica por que muitos sites possuem uma formatação pouco usual aos leitores, e o conteúdo é feito apenas em formato de transposição, não há uma equipe direcionada para atender o jornal web.

As notícias na web deveriam se diferenciar do impresso não só por que é distribuído mais rapidamente, mas também por que exige uma atualização do conteúdo, pois muitas vezes a notícia é lançada antes mesmo do fato terminar. O sistema de funcionamento é bem parecido como de uma agência de notícias.

“Escrever para a Web é se colocar entre a transmissão para televisão e o texto impresso – mais objetivo e vigoroso do que o texto impresso, mas mais bem escrito e detalhado do que o texto para televisão. Escreva ativamente, não passivamente.” (BRIGGS, 2007, pg. 65)

A evolução do jornalismo passou por algumas mudanças, no qual (ANDRADE, 2007, pg. 21) cita a classificação em três gerações feita por Palácios. Onde a primeira ele fala sobre a entrada dos grandes jornais na internet, e a transposição de conteúdo que era feita, sem se preocupar com as possibilidades que esse novo meio ofertava.

Já na segunda geração, ele ressalta que apesar de ainda que vinculado ao jornal impresso, as empresas começam a enxergar novos horizontes, e iniciam algumas explorações, disponibilizando maneiras dos usuário participarem mais ativamente das matérias.

Na terceira geração os conteúdos começam a ser mais voltados para a internet, com a utilização de recursos multimídia para a narração como animações, imagem áudio e/ou vídeo.

Atualmente, os jornais online do Brasil se encontram entre a segunda e terceira geração. Pela falta de recursos, muitos ainda não tiveram a oportunidade de migrar para o último estágio.

Apenas grandes portais de notícias, conseguem aplicar todas as ferramentas necessárias para a interatividade com o usuário. Como a distribuição de notícias é feita de maneira aberta, o retorno financeiro é baixo, pois o pouco que se lucra ainda com a publicidade acaba por impedir a realização de investimentos para manter equipes para a alimentação dos jornais.

### **2.3 Outros sites de notícia em Cuiabá**

Nesta parte do trabalho, serão apresentados outros sites online de notícia de Cuiabá. A listagem abaixo foi feita com de maneira independente, pois não foi encontrado nenhum estudo com o mapeamento do jornalismo online na região.

Em Cuiabá, há fontes de notícias online que surgiram tanto de maneira independente como os que têm suas raízes inicialmente no impresso ou na televisão. No contexto atual, aumentou expressivamente a oferta de sites de webjornalismo desde a criação do site “Diário de Cuiabá”. Outras empresas de jornalismo impresso também procuraram se mostrar no mundo web, e além delas há também as que se especializaram apenas no online.

Dos sites apresentados abaixo que possuem a versão impressa, boa partes trabalham com a transposição de conteúdo, mas também apresentam notícias divulgadas apenas na web.

E dos sites de web jornalismo que têm notícias ofertadas apenas na internet, alguns trabalham com apurações feitas por eles mesmos ou então por meio de clipping de outros sites de notícias.

Dos jornais que apresentam sua história iniciada no jornalismo impresso e possuem boa tiragem e acesso ao conteúdo no online também, podemos colocar

como exemplo, o “Diário de Cuiabá” (<http://diariodecuiaba.com.br/>), a “Folha do Estado” (<http://www.folhadoestado.com.br/>) e “Gazeta” ([www.gazetadigital.com.br](http://www.gazetadigital.com.br/)).

Outros jornais impressos de menor tiragem, que circulam na região e possuem a versão online são os citados abaixo:

- Centro Oeste Popular: <http://www.copopular.com.br/>
- Circuito Mato Grosso: <http://www.circuitomt.com.br/>
- Correio da Semana: <http://www.jornalcorreiodasemana.com.br/>
- Jornal da Cidade: <http://www.jornaldacidadecba.com.br/v2/index.php>

Na capital Mato-grossense, ainda tem os meios de comunicação que são exclusivamente online, como:

- G1 Mato Grosso: [www.g1.com/mttv](http://www.g1.com/mttv)
- 24 Horas News: <http://www.24horasnews.com.br/>
- Mídia News: <http://www.midianews.com.br/>
- Olhar Direto: <http://www.olhardireto.com.br/>
- RD News: <http://www.rdnews.com.br/>
- Repórter MT: <http://www.reportermt.com.br/>
- Hipernoticias: <http://www.hipernoticias.com.br>
- A Notícia MT: <http://www.anoticiamt.com.br/>
- Preto no Branco Online: <http://www.pnbonline.com.br/>
- Caldeirão Político: <http://www.caldeiraopolitico.com.br/>
- Cuiabá Mais: <http://www.cuiabamais.com.br/>
- Toque de Alerta: <http://www.toquedealerta.com.br>
- Plantão News: <http://www.plantaonews.com.br/>
- Notícia Direta: <http://www.noticiadireta.com.br>
- Extra MT: <http://www.extramt.com.br>
- Noticia MT: <http://www.noticiamt.com.br>
- Resumo Online: <http://www.resumononline.com.br/>

O surgimento desses novos sites de notícia, não se deu por acaso, pois esse é apenas o reflexo da alteração da rotina da sociedade da informação, que na condição de conectados buscam cada vez mais notícias. Dessa forma com a presença do jornalismo online, o fluxo de informação começou a ser contínuo, as

peças podem agora ter acesso às notícias a qualquer momento e lugar. E esse fluxo só tende a crescer, pois a geração atual de consumidores tende cada vez mais a utilizar a internet, pois essa é a realidade que eles tiveram acesso direto.

“Para essas novas gerações, o mundo baseado em bases de dados é a norma e não a exceção ou a novidade. As habilidades cognitivas dessas novas gerações são diferentes e terão um impacto inevitável na sua relação com os meios de comunicação.” (ALVES, 2006, pg. 96).

Dentre os jornais pesquisados na capital Matrossense, foi escolhido o “Diário de Cuiabá”, pois apresentou na primeira análise realizada de maneira informal o baixo nível de usabilidade. Outro pré-requisito também foi por ele estar entre os mais lembrados, e ser um dos mais antigos jornais impressos.

## **2.4 Diário de Cuiabá**

O Jornal Diário de Cuiabá tem 44 anos de história, e ela se inicia exatamente em 24 de dezembro de 1968, quando João Alves de Oliveira, fundador do jornal e famoso locutor de rádio na época, coloca nas ruas o primeiro exemplar do jornal.

Segundo Francisca Medeiros (1994), que fez uma busca histórica sobre o jornal, o objetivo do fundador da empresa era produzir conteúdo voltado para os acontecimentos da região cuiabana, pois ele sentia uma carência nessa área, já que outros jornais na época eram voltados mais para a área política, como o “Social-Democrata” e “O Combate”, e assuntos ligados aos acontecimentos externos.

Logo após o lançamento do jornal, João Alves de Oliveira foi assassinado, fazendo com que a viúva Íris Capilé juntamente com amigos do marido desse continuidade ao jornal. A ajuda foi tão bem-vinda, que até hoje o jornal sobrevive, e está sob o comando do atual dono e diretor de redação Gustavo Oliveira, que é filho de João Alves de Oliveira e Íris Capilé.

A empresa foi pioneira na área de comunicação impressa no quesito tecnologia, pois em 1968 foi a primeira a trazer um linotipo<sup>2</sup> para a impressão dos

---

<sup>2</sup> Máquina de chumbo feito para compor textos, que se fundiam em um só bloco as linhas quando batidas no teclado da máquina.

jornais. Essa máquina acelerava o processo de fabricação dos jornais, assim como na década de 90 foi o primeiro em fabricar jornais coloridos.

Em continuidade, no quesito inovação, o Diário de Cuiabá se despontou também na área online, quando em 5 de outubro de 1997, lançou o site [www.diariodecuiaba.com.br](http://www.diariodecuiaba.com.br). Por esse, o leitor poderia ter acesso a todo o conteúdo do jornal, postado no site na íntegra, da mesma maneira que é feito até hoje.

Em 2000 o site foi atualizado e adicionado a opção do leitor ler as notícias minuto a minuto. Nessa mesma época o site começou a utilizar comentários para haver assim uma relação de interatividade no site.

Na entrevista, Gustavo Oliveira confessa que isso sem dúvida nenhuma melhorou o termômetro do jornal impresso, pois eles tem um feedback rápido do que as pessoas mais gostam de ler e o que elas procuram.

“[...] Hoje o online é o melhor caminho, do feedback do que o nosso leitor pensa. Nós temos em média 600 a 700 comentários por dia, que é filtrado por cada editor, então é o melhor termômetro”, segundo Gustavo Oliveira.

Como podemos analisar, em relação à inovação tecnológica desde o início a empresa nunca poupou esforços para melhorar o seu produto. Todavia a questão desta pesquisa é entender como o site influencia na empresa. E para isso, foi realizada uma entrevista com, Gustavo de Oliveira, no dia 5 de abril de 2012.

“Colocar no ar um site de notícias em 1997 foi um grande passo, mas até então, a cidade não tinha nenhum jornal online. A ideia era ter um jornal independente no qual teria uma equipe direcionada para abastecer o conteúdo do jornal, mas os custos para manter essa equipe eram e ainda é muito alta e o retorno é baixo. Então a ideia foi alterada para um sistema no qual tudo que fosse publicado no impresso passasse para o online sem alteração.

Era um risco que se corria na época ser o primeiro a montar um jornal online, mas só realizando para saber quais resultados poderiam esperar.

Hoje Cuiabá conta com muitos jornais online, pois é inegável a facilidade que se tem de montar esse tipo de meio.

Se comparar a maneira de criação do webjornalismo com o jornal impresso, veremos muitas diferenças, por que o impresso necessita de papéis e máquinas para transmitir a informação. Os meios para se conseguir todos esses materiais custa caro, e depois ainda vem a distribuição domiciliar.

As dificuldades e impostos empregados nesse sistema faz com que o produto final tenha um encarecimento que é repassado para o consumidor, então se não há uma tiragem razoável e poucos anunciantes, as empresas acabam por decretar falência, como já aconteceu com alguns jornais no Brasil, e outros optaram apenas pelo online.

No jornal online o processo de distribuição não sofre tantas intempéries, e atinge muito mais pessoas em todo o mundo. O trabalho se concentra na produção da matéria que pode ir ao ar no local onde se encontra o repórter, e em relação a isso que cada vez menos jornalistas, produzem mais conteúdo, e os posts são instantâneos, nascendo então o hard news.”

Com todas essas facilidades de formação e distribuição de conteúdo, fica ainda a dúvida por que não adotar a internet como principal meio de informação da empresa? A resposta dada por Gustavo Oliveira, foi muito simples, o principal meio de sobrevivência da empresa ainda é o impresso, a empresa não obtem lucro do jornal online, nem mesmo as propagandas que há no site consegue sustentá-lo, dessa maneira eles não veem vantagem em realizar um investimento no momento.

“Em vez de ver a web como um novo meio, com características próprias, as empresas tradicionais a encararam como uma nova ferramenta para distribuir conteúdos, originalmente produzidos em outros formatos. Na melhor das hipóteses, via-se a presença na Internet como uma extensão ou um complemento do produto tradicional” (ALVES, 2006, pg. 94).

Mas o empresário tem a consciência que o futuro do jornal será o online, pois cada vez mais diminuem as tiragens do impresso, e se quiser que o papel sobreviva, será necessário a mudança do foco. Em vez de trazer matérias com os acontecimentos dos fatos, deverão realizar uma pesquisa mais aprofundada sobre o assunto.

Como citado, o principal meio de sobrevivência do Diário de Cuiabá ainda é o jornal impresso, dessa maneira é inviável deixá-lo em segundo plano, pois a empresa é de pequeno porte e não há suportes para sobreviver sozinho apenas com o site.

Para se ter dimensão da venda do jornal foram recolhidos dados das tiragens impressas do jornal Diário de Cuiabá no anuário do estado feito pela Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral (SEPLAN). Essa busca teve como

objetivo analisar as vendas do jornal. Os dados recolhidos se refere do ano de 2001 a 2010.

No recolhimento de dados sobre a tiragem do jornal, foram recolhidos também os valores dos outros dois jornais de grande venda do estado. A venda atual, que corresponde ao ano de 2010 a Gazeta vende mensalmente 18.000 exemplares, assim como a Folha do Estado.

Abaixo segue a planilha com os dados.

Diário de Cuiabá										
Tiragem	Ano									
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	12.000 (a)	12.000 (a)	20.000	20.000	20.000	30.000	16.000			
	15.000 (b)	15.000 (b)				[excetos às segunda-feiras]	[exceto às segundas-feiras]	16.000	16.000	16.000

<sup>3</sup> Tabela 01: Tiragens do Jornal “Diário de Cuiabá” - 2006 a 2010.  
(Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral (SEPLAN))

De acordo com os dados apresentados pela Seplan, durante os nove anos, as vendas do jornal sofreu variações, alcançando seu ápice em 2006, e depois sofrendo um forte queda em 2007 e se mantendo até 2010.

O período da queda das vendas do Jornal Impresso corresponde o mesmo tempo, que o acesso a internet aumentou de 27% para 48%, segundo a reportagem da revista Época<sup>4</sup>. A pesquisa foi realizada pela Federação dos Comércios do Rio de Janeiro (Fecomércio) em 70 cidades, de regiões metropolitanas no ano de 2011.

De acordo com o estudo, 47% dos entrevistados afirmaram que se conectam diariamente à internet, 33% acessam mais de uma vez por semana e 12%, uma vez por semana. Cerca de 62% dos usuários informaram que acessam a internet em casa, 15% em lan houses, 15% no trabalho e 6% em casas de parentes e/ou amigos. (Revista Época, 8/11/2011)

<sup>3</sup> (a) tiragem da semana (b) Tiragem Final de Semana.

<sup>4</sup> <http://revistaepoca.globo.com/Ciencia-e-tecnologia/noticia/2011/11/metade-da-populacao-brasileira-tem-acesso-internet.html>

### 3 USABILIDADE E ERGOLIST

Neste capítulo será apresentado o que é usabilidade e como ele é discutido pelos diferentes autores e escolha pela lista de verificação Ergolist para a avaliação do site “Diário de Cuiabá”.

#### 3.1 Usabilidade e Modelos de avaliação

Para entender o que é usabilidade, primeiro vamos introduzir o conceito da Interação Homem Computador (IHC). A interação entre o homem e o computador acontece através da interface do usuário que permite a transição de dados tanto de entrada como de saída.

A Interação Homem-Computador (IHC) é a área da computação que investiga o design, avalia e implementa interfaces para que seres humanos possam interagir com sistemas computacionais de maneira eficiente e intuitiva (SANTOS; TEIXEIRA, 2010)

Como o IHC é a área programa novas interfaces, o grande desafio desse campo acaba sendo criar novas ferramentas de forma rápida e eficaz sem excluir ou deixar nenhum grupo de usuários para trás.

A interação nessas interfaces que deve acontecer de maneira intuitiva é voltada para área de usabilidade, que é definida no geral por alguns autores como uma maneira de utilizar os produtos mais facilmente.

Para Nielsen (2001), “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 [...]”.

No olhar da Preece (2007) a usabilidade deve otimizar as interações estabelecidas pelas pessoas com o produto em qualquer lugar. Além disso, há também as metas estabelecidas que são: Eficácia, eficiência, segurança, utilidade, ser fácil de aprender e de lembrar.

Para se alcançar outras metas de usabilidade pode ser utilizado os princípios apresentados por Nielsen (2001), na página 22, ou as regras estabelecidas por



Bastien e Scapin (1993) na página 23. Ambas levam uma pessoa a fazer análises e perceber o grau de usabilidade que um site proporciona.

A não utilização da usabilidade em um sistema causa problemas como barreiras que o impedem de clicar em um botão ou menu, impedindo a realização de uma tarefa importante. Isso faz com que usuários inexperientes ou com problemas especiais desistam do objetivo.

Para se chegar a um resultado do nível de usabilidade em um sistema, além da avaliação heurística, há também outros modelos que são exemplificados por Preece (2007).

As quatro formas que serão apresentadas foram nomeadas pela autora, mas podem ser encontradas com nomes diferentes, porém a mesma essência.

- Avaliação “rápida e suja”: Esse tipo de avaliação pode ser feita a qualquer momento do estágio de criação do produto e consiste em perguntar informalmente ao usuário o que ele acha do sistema e o design assim analisa o feedback da ação da pessoa. Esse tipo de ação é muito produtivo para o criador do site, pois dependendo da resposta do usuário ele deve mudar os rumos da programação do sistema.

- Testes de usabilidade: O teste de usabilidade consiste em dar uma tarefa ao usuário que está navegando no site e por meio de observação ou filmagem medir a quantidade de erros ou quanto tempo ela levou para executar a tarefa. Neste caso, a pessoa que está realizando o teste não pode sofrer nenhuma interferência externa, como conversar com alguém ou atender o celular. Para complementar mais essa pesquisa, pode ser aplicado questionários e entrevistas para avaliar a opinião do usuário.

- Estudos de campo: Neste tipo de avaliação, diferente do teste de usabilidade o pano de fundo da pesquisa é a utilização de ambiente real, no qual o usuário pode conversar e fazer outras interações no ambiente onde se encontra. No caso do avaliador, ele pode analisar a performance do usuário externamente e explicitamente, anotando até mesmo as falas. Outra maneira é o avaliador fazer parte do grupo que está navegando e ir interagindo com eles para saber a opinião.

-Avaliação Preditiva: Essa avaliação pode ser chamada também de heurística, e consiste no especialista aplicar o seu conhecimento sobre usuários típicos e utilizar um guia de questionário para se chegar ao problema. A principal

característica dessa pesquisa é que os usuários não precisam estar presentes para ela ser feita, o que torna o processo mais rápido e barato. Esse tipo de pesquisa é a mais popular no meio, apesar dela ter suas limitações por não conhecer de fato o usuário.

Entre as opções apresentadas, a escolha da ferramenta neste trabalho foi pela avaliação “Preditiva”, pois o tempo para a pesquisa não foi hábil o suficiente e não seria possível criar um ambiente para avaliar a interação de usuários comuns com o site. Porém com a orientação do questionário proposto pela Ergolist pode-se chegar ao resultado esperado.

### 3.2 Ergolist

O Ergolist é uma lista de verificação que se apoia em exercícios de inspeção da interface de maneira a levar a pessoa descobrir falhas ergonômicas mais explícitas em uma interface com o usuário. Todas as questões elaboradas pela lista são baseadas em autores da área para que tantos especialistas como usuários comuns possam usá-la para inspeção de sites.

**ErgoList**

## Seja bem-vindo(a) ao ErgoList

Se você se interessa por melhorias na intuitividade, na facilidade de uso e na utilidade dos programas de software interativo ...

O ErgoList poderá poderá iniciá-lo na técnica de inspeção da ergonomia de interfaces homem-computador.

**ErgoList apresenta os seguintes módulos:**

- Checklist** O módulo [Checklist](#) vai ajudá-lo a realizar uma inspeção da qualidade ergonômica da interface com o usuário de seu sistema.
- Questões** O módulo [Questões](#) lhe dá a possibilidade de conhecer de modo informal as questões que compõem o módulo Checklist.
- Recomendações** O módulo [Recomendações](#) apresenta recomendações ergonômicas que podem auxiliá-lo nas decisões de projeto de interfaces com o usuário.

**Atenção:**

As listas de verificação que formam o ErgoList destinam-se a apoiar exercícios de inspeção da Interface de maneira a levar o estudante a descobrir as falhas ergonômicas mais flagrantes em uma interface com o usuário. Sua abrangência não foi testada, o que confere ao ErgoList uma natureza essencialmente didática.

As inspeções de natureza profissional deveriam ser apoiadas por listas de verificação testadas, como as da norma ISO 9241. Neste caso procure um ergonômista ou profissional de usabilidade qualificado.

A equipe que realizou o projeto ErgoList foi montada por meio de colaboração entre o SoftPólis, núcleo Softex-2000 de Florianópolis, e o [LabiUti](#).

Figura 01: Página Principal da Ergolist.

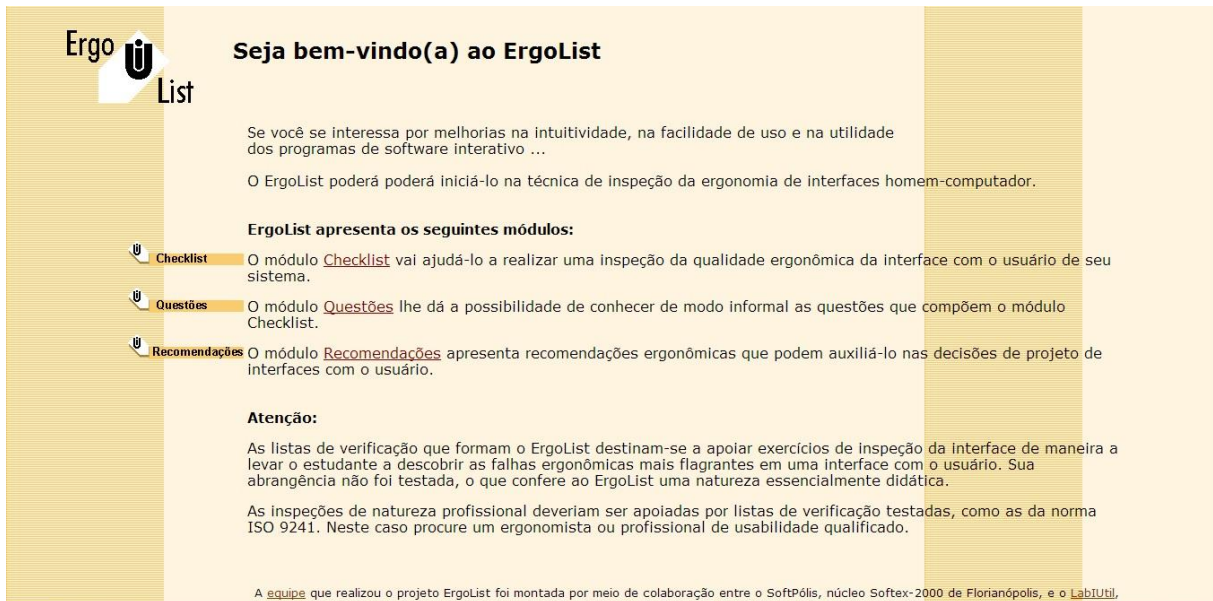


Figura 02: Segunda Página da Ergolist.

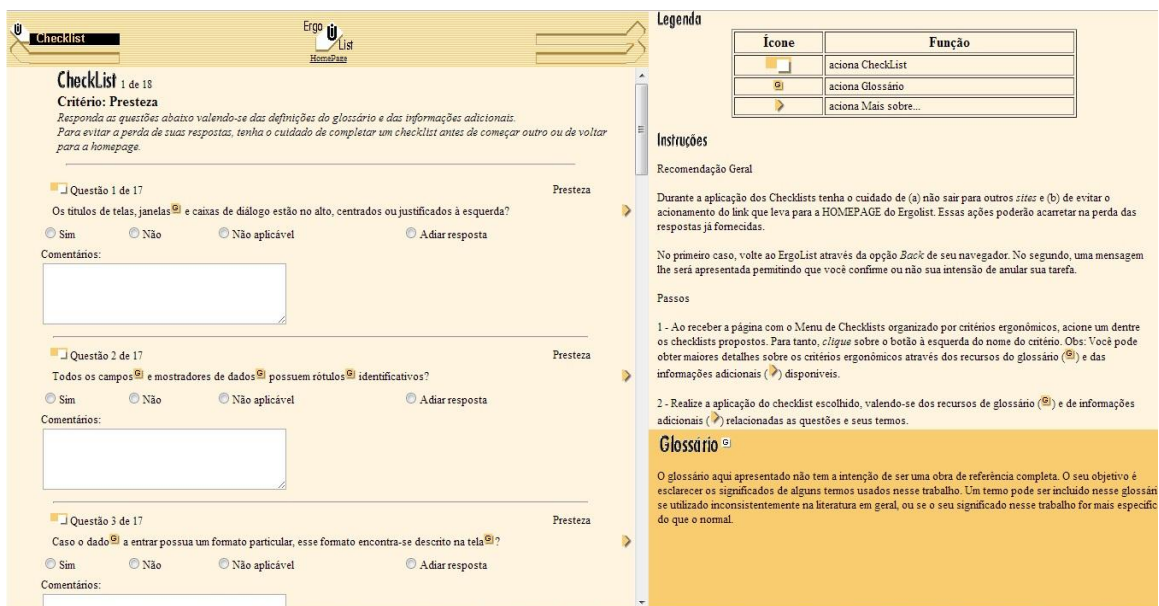


Figura 03: Apresentação dos 18 pontos propostos por Bastien e Scapin (1993)

Os princípios de design quando usados na prática, normalmente são chamados de heurística. Esse termo enfatiza que algo deve ser feito com esses princípios, quando aplicados a um dado problema. (PREECE, 2005, pg. 48)

O conceito de usabilidade é tornar algo de fácil acesso a quem vai usar, ou seja, qualquer que seja o produto ele deve se adaptar ao cliente, seja ele quem for. O foco deve ser suprir as necessidades essenciais das pessoas que utilizam o produto.

A usabilidade na Web trabalha então com a ideia de facilidade de uso das páginas. O usuário deve se sentir a vontade na navegação e cumprir todos os passos que o leve as tarefas que se tem para realizar o mais rápido possível. Isso quer dizer que o produto ofertado deve ser adaptável para diversos tipos de públicos e no caso da web, tanto a navegadores com ou sem experiência.

O nível de facilidade de acesso deve ser a ponto do usuário adivinhar o que está por de trás de um link, e a simplicidade que proporciona isso. Os nomes, imagens e outros itens devem ser utilizados mais próximos da realidade do usuário. O posicionamento dos objetos também é um fator que contribui para a realização de ações mínimas e facilidade de leitura.

A usabilidade é aplicável em todos os tipos de site, a diferença que pode surgir de um para o outro são as prioridades que cada item tem, mas a principal essência que ele deve ter é a simplicidade. Era o tempo em que os sites deveriam ter muitos aplicativos que chamassem a atenção para que o usuário pudesse consumir de alguma forma o produto ofertado pela empresa.

Depois de estudos na área do design, a prioridade se tornou o conforto proporcionado ao usuário. O importante agora não ele apenas acessar a páginas, mas também permanecer nela e conseguir usa-lá, e para isso foi observado que quanto mais simples o design, melhor é a navegabilidade.

“[...] a maioria das empresas queriam sites legais [...] telas do tipo splash e outras atrocidades de design... A Web não é televisão. As pessoas não a utilizam para se distrair, e sim com um propósito específico em mente. Elas estão prontas para interagir e participar.” (NIELSEN, 2007, página xviii.)

Para ajudar no estudo de navegabilidade, Nielsen (2001) criou dez princípios fundamentais que possibilitam avaliar os itens de design de qualquer página web, e no caso deste trabalho além de se apoiar nos princípios propostos por Nielsen, será utilizado também as regras indicadas por Bastien e Scapin (1993), principalmente, pelo fato da Ergolist ter ser baseado nestes autores.

Abaixo, está os 10 princípios de usabilidade propostos por Nielsen (2001), e depois a junção dessas teorias na construção da ferramenta de avaliação.

- Visibilidade do status do sistema
- Compatibilidade com o sistema

- Controle do Usuário e Liberdade
- Consistência e padrões
- Ajuda os usuários a reconhecer, diagnosticar e recuperar-se de erros
- Prevenção de erros
- Reconhecimento em vez de memorização
- Flexibilidade e eficiência de uso
- Estética e design minimalista
- Ajuda e documentação

A relação indicada pelo Ergolist é de acordo com as teorias dos autores Bastien e Scapin (1993), que fazem 18 propostas que se relaciona com os princípios de Nielsen (2001).

- Presteza
- Agrupamento por Localização
- Agrupamento por formato
- Feedback
- Legibilidade
- Concisão
- Ações Mínimas
- Densidade Informacional
- Ações Explícitas
- Controle de Usuário
- Flexibilidade
- Experiência do Usuário
- Proteção contra erros
- Mensagem de erro
- Correção de erros
- Coerência
- Significado dos Códigos
- Compatibilidade

### **a. Presteza**

Segundo Bastien e Scapin (1993), critério Presteza engloba os meios utilizados para levar o usuário a realizar determinadas ações, como por exemplo a entrada de dados. Esse critério engloba também todos os mecanismos ou meios que permitem ao usuário conhecer as alternativas, em termos de ações, conforme o estado ou contexto nos quais ele se encontra. A presteza diz respeito igualmente às informações que permitem ao usuário identificar o estado ou contexto no qual ele se encontra, bem como as ferramentas de ajuda e seu modo de acesso.

Dessa maneira, esse termo melhor se encaixa no que Nielsen (2007) chama de *Flexibilidade e eficiência de uso*, no qual “[...] fornece aceleradores invisíveis aos usuários inexperientes, os quais, no entanto, permitem aos mais experientes realizar tarefas com mais rapidez.” (PREECE, 2005, pg. 49)

### **b. Agrupamento por Localização**

Conforme Bastien e Scapin (1993), o “critério de Agrupamento/Distinção por Localização é correlato ao posicionamento relativo dos itens, estabelecido para indicar se eles pertencem ou não a uma dada classe, ou, ainda, para indicar diferenças entre classes.”. Da mesma forma está relacionado ao posicionamento relativo dos itens dentro de uma classe.

De acordo com os princípios de heurística, essa função se encaixa no termo Consistência e padrões, “[...] evita fazer com que os usuários tenham que pensar se palavras, situações ou ações diferentes significam a mesma coisa.” (PREECE, 2005, pg. 48)

### **c. Agrupamento/Distinção por Formato**

Ainda se baseando em Consistência e Padrões, temos o termo do Ergolista “Agrupamento/Distinção por Formato”, Bastien e Scapin (1993) mencionam a respeito “especificamente às características gráficas (formato, cor e etc.) que indicam se itens pertencem ou não a uma dada classe, ou que indicam ainda distinções entre classes diferentes ou distinções entre itens de uma dada classe.”

Bastien e Scapin (1993) se aportam na justificativa de que ícones com semelhança facilita ao usuário a relação desses itens de forma que são mais fáceis para aprender e de lembrar.

#### **d. Feedback**

O feedback serve como resposta as ações do usuário, segundo Preece o sistema mantém os usuários sempre informados sobre o que está acontecendo, fornecendo um feedback adequado dentro do tempo razoável.” (Preece, 2005, pg. 48)

No Ergolist, Bastien e Scapin (1993) realizam uma classificação mais detalhada e explica o que é Feedback Imediato, para quem dissertam:

“As respostas do sistema às ações do usuário. Tais entradas podem ir do simples pressionar de uma tecla até uma lista de comandos. Em todos os casos, respostas do computador devem ser fornecidas, de forma rápida, com passo (timing) apropriado e consistente para cada tipo de transação. De todo modo, uma resposta rápida deve ser fornecida com informações sobre a transação solicitada e seu resultado.”

#### **e. Legibilidade**

Bastien e Scapin (1993) mencionam as “características lexicais das informações apresentadas na tela que possam dificultar ou facilitar a leitura dessa informação.”. Itens como o brilho do caractere, contraste letra/fundo, tamanho da fonte, espaçamento entre palavras, espaçamento entre linhas, espaçamento de parágrafos, comprimento da linha etc., constituem este item do Ergolist. Por definição, o critério Legibilidade não abrange mensagens de erro ou de feedback.

#### **f. Concisão**

O critério Concisão está relacionado, conforme Bastien e Scapin (1993), “à carga perceptiva e cognitiva de saídas e entradas individuais. Por definição, a concisão não diz respeito às mensagens de erro e de feedback”. Ela está também relacionada ao “Reconhecimento em vez de memorização, que torna objetos, ações e opções visíveis.” (Preece, 2005, pg. 49)

### **g. Ações Mínimas**

O critério Ações Mínimas pode ser comparada a “Estética e Design Minimalista que evita o uso de informações irrelevantes ou raramente necessárias” (Preece, 2005, pg. 49). Mas segundo a Lista Ergolista e, conforme Bastien e Scapin (1993), versa sobre “a carga de trabalho em relação ao número de ações necessárias à realização de uma tarefa. O que temos aqui é uma questão de limitar tanto quanto possível o número de passos que o usuário deve empregar.”.

### **h. Densidade Informacional**

Ao mencionar “Densidade Informacional”, Bastien e Scapin (1993) elevam o foco “à carga de trabalho do usuário de um ponto de vista perceptivo e cognitivo, com relação ao conjunto total de itens de informação apresentados aos usuários, e não a cada elemento ou item individual.” Essa questão, da mesma maneira que as “Ações Mínimas”, se encaixam no princípio “Estética e design minimalista”.

### **i. Ações Explícitas**

De acordo com Bastien e Scapin (1993), “o critério Ações Explícitas do Usuário se referem às relações entre o processamento pelo computador e as ações do usuário.”.

A relação deve ser explícita, ou seja, o computador deve processar apenas o que foi solicitado e quando solicitado e assim fazer.

As ações explícitas dessa maneira, tem semelhança com o “Controle do usuário e liberdade - fornece maneiras de permitir que os usuários saiam facilmente



de lugares inesperados em que se encontram, utilizando “saída de emergência” claramente identificado.” (PREECE, 2005, pg. 48)

## **j. Controle do Usuário**

O critério Controle do Usuário se refere ao fato de que os usuários deveriam estar sempre no controle do processamento do sistema (por exemplo, interromper, cancelar, suspender e continuar), assim versa Bastien e Scapin (1993). Cada ação possível do usuário deve ser antecipada e opções apropriadas devem ser oferecidas. Nielsen também menciona esta denominação, mas acrescenta liberdade.

## **I. Flexibilidade**

A flexibilidade ou visibilidade do sistema se designam ao mesmo objetivo, de forma que Bastien e Scapin (1993) se referem:

“aos meios colocados à disposição do usuário que lhe permitem personalizar a interface, a fim de levar em conta as exigências da tarefa, de suas estratégias ou seus hábitos de trabalho. Ela corresponde também ao número das diferentes maneiras à disposição do usuário para alcançar um certo objetivo. Trata-se, em outros termos, da capacidade da interface de se adaptar as variadas ações do usuário.”

Essa questão pode ser encaixada em dois contextos proposto por Nielsen que é Visibilidade do status do sistema e Controle do usuário e Liberdade.

## **m. Experiência do Usuário**

A consideração pela experiência do usuário, mencionado por Bastien e Scapin (1993) e encontrado na lista do Ergolist, avalia “os meios implementados que permitem que o sistema respeite o nível de experiência do usuário.”

O respeito ao nível de experiência de usuário, é chamado por Nielsen de “Flexibilidade e Eficiência de Uso, que fornece aceleradores invisíveis aos usuários inexperientes, os quais, no entanto, permitem aos mais experientes realizar tarefas com mais rapidez.” (PREECE, 2005, pg 49)

## **n. Proteção contra Erros**

“A proteção contra os erros” está relacionado aos mecanismos empregados para detectar e prevenir os erros de entradas de dados, comandos, possíveis ações de conseqüências desastrosas e/ou não recuperáveis.”. (BASTIENS ; SCAPIN, 1993).

Nielsen utiliza a nomeação Prevenção de erros, no qual ela diz que “[.] onde possível, impede a ocorrência de erros.” (PREECE, 2005, pg. 49)

## **o. Mensagem de erro**

A qualidade das mensagens está correlacionada à pertinência, à legibilidade e à exatidão da informação dada ao usuário, sobre a natureza do erro cometido (sintaxe, formato etc.) e sobre as ações a executar para corrigi-lo. (BASTIEN; SCAPIN, 1993)

Nielsen fala sobre essa questão ao referir ao termo “Ajuda os usuários a reconhecer, diagnosticar e recuperar-se de erros, no qual ele utiliza linguagem simples para descrever a natureza do problema e sugere uma maneira de resolvê-lo.” (PREECE, 2005, pg. 48)

De maneira, dentro desse contexto pode ser encaixado também o princípio correção de erros.

## **p. Correção de Erros**

Bastien e Scapin (1993) traz a tona “o critério correção dos erros no que tange aos meios colocados à disposição do usuário com o objetivo de permitir a correção de seus erros.”.

Para ajudar na correção, Nielsen usa o termo “Ajuda e Documentação, que nada mais é que fornecer informações que podem ser facilmente encontradas e ajuda mediante uma série de passos concretos que podem ser facilmente seguidos.” (PREECE, 2005, pg. 49)

#### **q. Coerência**

O critério “homogeneidade/coerência”, de Bastien e Scapin (1993), ou segundo Nielsen (2000) “Consistências e padrões”, “refere-se à forma na qual as escolhas na concepção da interface (códigos, denominações, formatos, procedimentos etc.) são conservadas idênticas, em contextos idênticos, e diferentes, em contextos diferentes.”.

#### **r. Significado dos códigos**

O critério “significado dos códigos e denominações”, mencionado por Bastien e Scapin (1993), evidencia que “a adequação entre o objeto ou a informação apresentada ou pedida e sua referência. Códigos e denominações significativas possuem uma forte relação semântica com seu referente. Termos pouco expressivos para o usuário podem ocasionar problemas de condução, podendo levá-lo a selecionar uma opção errada”

Ou seja, o ideal é que a “Compatibilidade do sistema com o mundo real”, que para Nielsen significa que “[...] o sistema de fala a linguagem do usuário utilizando palavras, frases e conceitos familiares a ele, em vez de termos orientados ao sistema.” (PREECE, 2005, pg. 48)

#### **s. Compatibilidade**

O critério “compatibilidade”, de acordo com Bastien e Scapin (1993), refere-se “ao acordo que possa existir entre as características do usuário e as tarefas, de uma parte, e a organização das saídas, das entradas e do diálogo de uma dada aplicação, de outro lado.”. Este item do Ergolist também tem relação ao grau de similaridade entre diferentes ambientes e aplicações.

A compatibilidade está encaixada em mais de um termo proposto por Nielsen, que seria a “*Consistência e padrões*” e o “*Reconhecimento em vez de memorização*”.

## **4 INSPEÇÃO DO DIÁRIO DE CUIABÁ**


Por meio da inspeção feita com a Ergolist, este capítulo irá apresentar dos prints das páginas do site os pontos que foram encontrados problemas de usabilidade.

### **4.1 Avaliação Experimental**

Este capítulo envolve a parte experimental do trabalho, no qual foi aplicada a teoria estudada até o momento. Para não haver problema na veracidade, a análise por inspeção foi feita em um dia, após testes já terem sido feitos, para o melhor conhecimento do instrumento de análise.

Em cada página foi aplicado os princípios propostos por Bastien e Scapin (1993) para melhor visualização dos problemas.

No corpo do texto estão as marcações numéricas relacionadas com a imagem onde há problemas mais visíveis, que podem interferir na usabilidade, identificados via inspeção com apoio da Ergolist. Na Figura 01, a seguir, pode-se identificar os problemas apresentados.



# DIÁRIO DE CUIABÁ


3

**Últimas Notícias**  
Quinta-feira, 03 de maio de 2012

- Primeira Página
- Política
- Economia
- Cidades
- Polícia
- Esportes
- Brasil
- Mundo
- DC Ilustrado
- Colunistas
- Cuiabá Urgente
- Editoriais
- Artigos
- E-Mail
- Índice
- Classificados
- Edições Anteriores

## BR-163 nasce saturada

A conclusão da pavimentação da BR-163 até Santarém, no Pará, é um sonho acalentado por décadas em Mato Grosso e que se torna mais urgente na medida em que a produção agrícola estadual quebra recordes a cada nova safra. Com obras em andamento e previsão de conclusão para até 2014



**Publicações**  
**Diário Oficial**

**Últimas**

- 18:04 Reunião define estratégias para monitorar o período de chuvas em Mato Grosso
- 17:31 Projeto 'Pais' será implantado em Mato Grosso impulsionando a agroecologia
- 17:19 Projeto implantará complexo educativo para prevenção terciária de dependentes químicos
- 16:45 Melhorar e ampliar os programas sociais são metas da secretária Roseli Barbosa

**Atendimento de alto custo**

Os usuários dos serviços de saúde estão sendo os mais prejudicados pela mudança de horário no funcionamento dos órgãos da administração pública estadual. Ontem, no primeiro dia do novo expediente (das 13h às 19h), foi tumultuado o atendimento no Centro Estadual de Referência de Média e Alta Complexidades (Cermac), que fica na Rua Thogo Pereira, centro de Cuiabá


**Trânsito ainda é intenso pela manhã**

No Centro Político Administrativo, onde funciona a maioria dos órgãos da administração pública estadual, ontem pela manhã praticamente não havia trânsito de carros e pedestres. Estacionamentos de secretarias como as de Saúde, de Segurança Pública e de Meio Ambiente estavam quase vazios


**Alencar Soares deixa hoje TCE**

O conselheiro Alencar Soares Filho deve anunciar oficialmente sua saída do Tribunal de Contas do Estado (TCE) nesta quinta-feira (3). A assessoria de imprensa do órgão informou que ele já comunicou sua posição

**Tem PRESSA.**



**Veículos**



**Veículos**

**ESPORTES**  
**Nos pênaltis, Luverdense é campeão**

No tempo normal, o Cuiabá venceu por 1 a 0. A decisão foi para os pênaltis e o Luverdense ficou com o título ao vencer por 3 a 0

**CIDADES**  
**Obra da Arena Pantanal segue em ritmo mais lento este ano**

As obras da Arena Pantanal seguem em ritmo lento em 2012...

**CIDADES**  
**Novo horário "é viável", diz SES**

A Secretaria Estadual de Saúde (SES) informou que, antes da implantação da mudança de horário no Cermac, os diretores de todos os órgãos da Saúde foram consultados sobre a possibilidade de funcionamento em um único período do dia...

**CIDADES**  
**Cantor Belo exige pedido de desculpa de produtor**

Equipe de cantor ameaça tentar embargar a etapa Cuiabá de circuito de pagode

**POLÍTICA**  
**Eder Moraes ainda não oficializou desfiliação**

Embora tenha anunciado que deixaria a presidência do PR e abandonaria de vez a vida pública, o ex-secretário-extraordinário da Copa do Mundo de 2014, Eder Moraes, ainda não oficializou sua desfiliação...

**POLÍTICA**  
**Maluf sai; Walter volta; Luiz é dúvida**

Com o fim de sua licença, o deputado estadual Walter Rabello (PSD) retorna hoje à Assembleia Legislativa e o deputado Luizinho Magalhães (PSD) deve ser o próximo a se licenciar para contemplar o suplente de parlamentar Valdezete Nogueira (PSD)...

**Especiais**

**WANSO**

Cuiabá, morte e vida de um rio

Brasil 500 anos

A cara de Cuiabá

9º Festival de Cinema e Vídeo de Cuiabá

Cuiabá - 282

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

**Publicações**  
**Diário da União**

A análise realizada em cada página do site foi classificada de acordo com as separações da Ergolist.

#### 4.1.1 Presteza

Para se ter parte de presteza em um site, é necessário que o usuário consiga visualizar rótulos, mensagem, instruções, convites e informações sobre dados processados.

1- Iniciando a análise pelo Título, podemos perceber que ele está posicionado no centro da tela, quando o correto seria no canto superior esquerdo, essa regra foi feita devido a leitura automática em formato em 'Z' que o usuário realiza.

“A distribuição dos elementos e as cores escolhidas são importantíssimas, normalmente os olhos movimentam-se da esquerda para a direita, e de cima para baixo (em “z”), o que sugere que o layout ideal é aquele que leva o utilizador a ver primeiro os elementos superiores esquerdos (normalmente o logótipo), e a partir daí, descer em forma diagonal” (SANTINHO, pg, 8).

A utilização de rótulos em sites serve para guiar o usuário, instruindo para que ele possa navegar com tranquilidade e tirar dúvidas em botões e menus que ainda não estão acostumados. É importante que a informação que esteja contida no rótulo não seja igual ao objeto que ele esteja apontando, pois isso o faz perder toda funcionalidade.

No site, do Diário de Cuiabá, não há rótulos em nenhuma parte do site, por onde o usuário navegar com o mouse, ou seja, nenhuma informação adicional é acrescentada.

2- Nos leads<sup>5</sup> postados na página principal, o site não oferece um convite para que o usuário continue a leitura da notícia, nenhum tipo de indicador é

---

<sup>5</sup> “O lead, definido tradicionalmente, pela maioria dos autores, como a abertura, a parte mais importante da matéria jornalística, o parágrafo sintético que deve procurar responder às tradicionais perguntas: o quê?, quem?, quando?, onde?, como? E por quê?” (Amaral, 1978, p.66-68)

oferecido, e quando o usuário entra em um dos cadernos dispostos no menu lateral, a primeira notícia possui um convite de continuação.

3- A falha da presteza se encontra também na ausência de botão de ajuda para o usuário. Neste caso, o representamos no canto superior direito considerando a existência de “ajuda”, em geral nessa posição.

4- O site não trabalha com extensões de menu, mas também não há feedback indicando que há continuidade desses menus, como se ele vai levar direto para a página ou se ainda tem algum submenu.

#### **4.1.2 Agrupamento por Localização**

No desenvolvimento do site, a lógica é um dos critérios principais, pois deve ser aproveitado o lado intuitivo e cognitivo do usuário, e no site analisado, não é visível essa ordem, pois nem mesmo segue os critérios de ordem do jornal impresso.

Não há a opção default<sup>6</sup> nos menus. Pois como nem mesmo feedback é fornecido pelo site, fica mais difícil ainda de possuir a utilização do default.

#### **4.1.3 Agrupamento por Formato**

O site não utiliza de códigos visuais para diferenciar categorias no site, como menus diferenciados, chamadas de notícia especiais com destaque, alerta para itens importantes, dessa maneira o agrupamento por formato é ignorado. Todos possuem o mesmo tipo de grafismo

O trabalho em conjunto entre imagem, som e texto enriquece o conteúdo de qualquer site. A ideia de realizar um agrupamento entre eles é aplicá-lo como guia e informação para o usuário, no caso do site que estamos trabalhando, apenas fotos são utilizadas, além do texto que é o produto principal, e nenhum sinal sonoro é emitido.

5- Intermittências visuais que poderiam ser utilizadas para dividir um submenu de outro, por exemplo, não são utilizadas. Apenas intermitências visuais em publicidade compõe o conteúdo do site.

---

<sup>6</sup> Valor pré-determinado ou entrada de controle, freqüentemente usado com o objetivo de reduzir as ações de entrada do usuário. Definição publicada na Ergolist.



#### 4.1.4 Feedback

O feedback é a resposta que sistema oferece para as ações do usuário, tais como, mudanças de cor do menu, letras sublinhadas e sinais sonoros. Nenhuma dessas respostas são dadas ao usuário no site. Ao navegar, a sensação é que o site é travado e não oferece nada além da página principal.

Os objetos na tela não são alterados quando o ponteiro do mouse passa sobre eles, mas o ponteiro oferece o feedback de alteração de forma, tendo quatro modelos diferentes (veja figura). As mudanças ocorrem quando o ponteiro colocado sobre os textos, caixas de pesquisa ou propaganda e quando alguma função, como arrastar texto é feita de maneira não permitida.

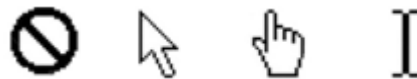


Figura 05: “Ponteiros do mouse em 4 modelos diferentes apresentados pelo site Diário de Cuiabá”.

#### 4.1.5 Legibilidade



Figura 06: “Menu” do webjornal: Diário de Cuiabá.

6- Espaço em branco é a melhor maneira utilizada para se obter a legibilidade, pois separa os textos. O menu apresenta problemas de usabilidade, sendo prejudicado pela falta de espaço nas partes superiores e inferiores. A falta de espaço entre os botões do menu, não prejudica apenas a legibilidade, como também o click, pois como nenhum feedback é apresentado, o usuário pode acabar sendo encaminhado para uma aba errada.

Outro teste que é apresentado pela Ergolist é a “legibilidade em vídeo reverso”, que se trata de inverter as cores na página, ou selecionar um texto para ser copiado. Nesse quesito, o site apresentou uma boa legibilidade.

Todavia nos casos no qual são apresentadas figuras estáticas, como o menu e o título do jornal, a legibilidade é prejudicada.

#### **4.1.6 Concisão**

7- A concisão de um site se refere a signo e significado, a palavra deve descrever o que ela realmente é e não ter dupla interpretação. Nem todas as palavras do menu possuem essa concisão, como é o exemplo da “Primeira Página”, como estamos trabalhando com um site, a primeira ideia que se tem é que esse botão levará o página principal do site, mas ao invés disso o usuário é encaminhado para a primeira página do jornal impresso que não possui ferramentas de visualização online.

8- O botão “DC Ilustrado” não trás nenhuma referência, nem rótulo explicando pelo menos a abreviatura.

#### **4.1.7 Ações mínimas**

Alguns requisitos de ações mínimas devem ser apresentados para orientação do usuário, como o uso de marcações nos botões, indicando o risco de utilizá-lo. Esse tipo de aviso é chamado de default. De acordo com as análises feitas, nenhum botão no site Diário de Cuiabá apresenta essa indicação.

#### **4.1.8 Densidade informacional**

Em relação ao conteúdo, o Diário de Cuiabá trabalha apenas com transposição, não há um trabalho para que o texto seja feito para o público online.

9- Voltando-se para a estrutura do site, ele não disponibiliza todas as informações básicas, como a atualização da notícia ou o mais simples que é a data da postagem. As datas apresentadas na parte superior dos cadernos são apenas a data do dia atual e a data da edição do jornal, o que não deixa muito claro a data da postagem.

O acúmulo de informações na parte esquerda e central também é um problema de densidade informacional, por que não são trabalhadas todas as áreas do site, e a falta de informações detectada pela inspeção feita com a Ergolist, poderia ser solucionada, na nova distribuição. A leitura dessa maneira deixa de ser em ‘Z’ e passa a ser concentrada.

A estruturação do menu, deve ser feita de maneira que possa haver sub menus, pois assim poderiam ser criadas novas abas para facilitar a divisão de notícias. Também é recomendado compactar algumas informações, como a sessão Mundo, Brasil e Cuiabá.

#### **4.1.9 Flexibilidade**

A flexibilidade deve atender um público diversificado, que abrange desde os experientes e os inexperientes. Atalhos e caminhos diferentes para se chegar a uma notícia, devem ser criados. Mas o Diário de Cuiabá é um site estático e não atende a essa demanda.

#### **4.1.10 Experiência do usuário**

Como citado no principio de flexibilidade, a experiência do usuário deve ser levada em conta.

Para dar suporte as diferentes necessidades do usuário, caixas de diálogo devem ser criadas para dar orientação com mensagens, gráficos, controles e comandos.

Ao entrar no site, o usuário só encontra uma opção para se chegar a notícia, dependendo da situação, pode fazer a busca pela pesquisa.

A biblioteca de termos dever ser aplicada no sistema de busca para que o usuário chegue a um objeto de maneiras diferente.

#### **4.1.11 Proteção contra erros**

A importância de trabalhar o espaço em branco ou vazio, no site contribui também para diminuir a frequência de erros na navegação, pois assim a chance de clicar no botão não planejado é menor. A separação de um caractere entre as áreas selecionáveis de um painel de menu é a ideal.

10- O espaço entre os botões dos menus não são suficientes para diminuir a ocorrência de erros, dificultando assim a seleção. Além de não oferecer um

feedback que possa auxiliar o leitor. Este mesmo caso é apresentado no item 6 em relação a legibilidade.

11-Em casos, mesmo que o site possua todo o espaçamento necessário, tem algumas medidas de prevenção que devem ser tomadas, como o uso de default, que protege o usuário de anulações involuntárias.

#### **4.1.12 Correção de erros**

Não há opção “desfazer”, a não ser que o usuário utilize o botão retornar navegador. Essa opção serve para o usuário retorna a página anterior e assim navegar sem se perder entre as páginas.

#### **4.3.13 Consistência**

A consistência neste caso trabalha com a economia de informações visuais que o usuário deve gravar, então os códigos de cores devem seguir um padrão.

O site Diário de Cuiabá tem três cores principais (cinza, azul e branco). Esse ponto se torna positivo, mas os menus estáticos sem a variação de cor torna o feedback falho.

#### **4.1.14 Significados**

Na navegação, os objetos devem estar organizados de maneira intuitivas, o usuário não deve sentir que está realizando esforço para chegar até o conteúdo que procura.

12- A maioria das denominações dos menus estão de acordo com o seu real significado, mas em alguns casos não correspondem, pois o usuário sente dúvida do que se trata o conteúdo que ele irá ter acesso de acordo como título, ou não consegue definir de inicio o significado, como mostrado na categoria prestação os nomes que apresentam problema são: Primeira página, DC Ilustrado, Cuiabá urgente. Este mesmo caso é apresentado no item 8 em relação a concisão.

#### 4.1.15 Presteza

**DIÁRIO DE CUIABÁ** CAPA Polícia

Segunda-feira, 07 de maio de 2012 Edição nº 13301 06/05/2012

**Últimas Notícias**

- Primeira Página
- Política
- Economia
- Cidades
- Polícia
- Esportes
- Brasil
- Mundo
- DC Ilustrado
- Colunistas
- Cuiabá Urgente
- Editoriais
- Artigos
- E-Mail
- Índice
- Classificados
- Edições Anteriores

**Publicações**  
(65) **3642-3981**

Pesquisa

Busca Google

**VIOLÊNCIA**  
**Assaltantes adolescentes matam 3 mulheres**

Três mulheres de uma mesma família morreram num acidente após quatro adolescentes infratores, que ocupavam uma picape Mitsubishi roubada, colidir com uma motocicleta. Os garotos haviam assaltado uma casa no Jardim Shangrilá e fugiam da polícia quando ocorreu o acidente. [Leia mais...](#) **13**

**VIOLÊNCIA**  
- Testemunha e comandante divergem sobre sirene **14**

**VIOLÊNCIA**  
- Acidente choca vizinhos E parentes das vítimas

**VIOLÊNCIA**  
- Adolescentes agiram com violência durante assalto

**VIOLÊNCIA**  
- Outros menores também agiram no CPA III

**HOMICÍDIO**  
- Pedreiro alvo de pistoleiro morre no pronto-socorro

**CRIMINALIDADE**  
- Jovem baleado guardava uma arma ilegal dentro do carro

**SERVIÇO PÚBLICO**  
- Expediente em delegacias mudam com nova medida

*Clique e conheça.*

**Publicações**  
(65) **3642-3981**

**Área de Comunicação**  
Vagas na Área de Comunicação.  
Ganhe 7 Dias Para Testar a Catho!  
[www.Catho.com.br/...](http://www.Catho.com.br/)  
Anúncios Google

**13:52** Campo Grande já está pronta para receber turistas da Copa

**13:52** BOA DISSONANTE

**13:52** ERRAMOS

**13:51** Da cafetina ao bicheiro

**13:51** Amor, eterno amor?

**13:50** A "cirurgia" de Silval

**13:50** Poupança

**13:49**

**13:47** O escritor e os fragmentos da cultura

**13:47** Agora sim os cuiabanos estão acreditando que a Copa do Mundo vai chegar em Cuiabá, porque as obras já começaram a apontar... vamos pedir a Deus, unir os nossos pensamentos para que nada possa estacionar o andamento das obras... e para os pessimistas: Xô vai embora daqui.

**Tempo**  
Cuiabá  
Min: 18°  
Max: 36°

**TOPO** | PRIMEIRA PÁGINA | ÚLTIMAS NOTÍCIAS | POLÍTICA | ECONOMIA | CIDADES | POLÍCIA | ESPORTES  
BRASIL | MUNDO | DC ILUSTRADO | CUIABÁ URGENTE | EDITORIAIS | ARTIGOS | AZUL | TEVÊ | E-MAIL

Diário de Cuiabá © 2009 **Trinix**

Figura 07: "Caderno de Polícia" do webjornal: Diário de Cuiabá.

13-Algumas normas de presteza são aplicadas no submenu do site, que seria os cadernos do jornal. O convite de continuidade da matéria, nesta página, aparece diferente do que é mostrado na página principal, mas somente na primeira notícia acontece isso.

#### 4.1.16 Agrupamento por Localização

14-Abaixo da matéria principal do submenu Polícia, há o sobre-titulo de algumas notícias, que poderiam ser organizados de maneira sem haver repetições. Como agrupar Cuiabá, Brasil e Mundo tornando-as um sub-menu.

#### 4.1.17 Mensagem de erro

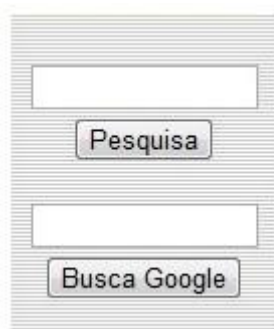


Figura 08: “caixa de pesquisa” do webjornal: Diário de Cuiabá.

Quando o usuário digita alguma informação errada, as mensagens de erro não são suficientemente claras, ou não correspondem ao erro cometido. E se o erro persistir as mensagens não são alteradas.

Durante a pesquisa foram realizados testes para verificar a coerência das mensagens de erro. Na primeira imagem da figura 5, foi digitado a palavra “caxa” ao invés de “caixa”, como medida certa, seria o site tentar indicar uma resposta mais coerente com o erro cometido, e indicar um caminho para a solução. Mas o site só informou que nenhuma matéria foi encontrada.



Figura 09: Respostas do sistema de pesquisa do webjornal: Diário de Cuiabá.

No segundo exemplo, foi usada o número “20” como busca, e a resposta do sistema foi “Por favor use palavras maiores”. Ou seja, o significado foi incoerente com a pesquisa.

#### 4.1.18 Correção de erros

O sistema não aceita palavras erradas, e não oferece suporte para auxiliar o usuário realizar a correção.

#### Caixa Comentário

Todos os comentários enviados para o Diário de Cuiabá, são revistos por um editor e estão sujeitos a edição antes de sua publicação

Nome  **17**

E-mail

Profissão

Localidade  **15**

Publica email

Comentários

**16**

Figura 10: "Comentários" do webjornal: Diário de Cuiabá.

15- Os agrupamentos por localização dos itens da Caixa de Comentários estão bem posicionados, pois há uma apropriada separação entre os locais de inserção de informações e o botão enviar e retornar estão abaixo. Mas poderia ser feita uma categorização prévia para minimizar os erros.

16- A falha na função prestação, pois não há identificações de default para proteger o usuário de eventuais erros. No botão "envia" o site não possui nenhum destaque de diferenciação do botão "retorna" e isso pode ser um perigo ao usuário, pois se ele clicar errado, perder todas as informações já acrescentadas na caixa de texto.

Mas após ser enviada a mensagem o sistema oferece um feedback informando que a ação foi realizada com sucesso.



#### **4.1.19 Ações mínimas**

17-O sistema deve minimizar o esforço do usuário. No caso da caixa de comentário, o cursor deve estar posicionado dentro do primeiro campo, o que não acontece no site do Diário de Cuiabá.

Locais onde é requisitado a entrada de dados, como a pesquisa, o sistema deve guardar as palavras pesquisadas anteriormente.

#### **4.2 RESULTADO E ANÁLISE DOS DADOS**

O sistema de avaliação da Ergolist foi construído baseada nas regras dos autores Bastien e Scapin (1993), e foi dividida em 18 categorias, sendo que no total o usuário respondia 194 questões com possibilidade de observações.

Nas questões propostas pela Ergolist, os resultados das inspeções eram divididos em três respostas: Sim, Não e Não Aplicável. De acordo com estudos feitos para entender o sistema de avaliação deles, foi diagnosticado que nem todas as questões que fossem respondidas como “Sim”, seriam apropriadas para o site avaliado, da mesma forma respostas que correspondessem ao “Não”, era um problema de usabilidade diagnosticado. Dessa maneira, procurou-se o termo apropriado para que não seja prejudicada a análise dos dados.

A nova proposta apresentado por este trabalho é a alteração das nomeações “Sim” e “Não” por “Positivo” e “Negativo” respectivamente.

Algumas perguntas realizadas pelo ergolist envolviam análise de planilhas e rótulos, dois itens que não estão presentes no site. Isso fez com que tivesse um aumento a ocorrência de respostas “Não aplicáveis”. O rótulo é um item de extrema importância em um site, pois ele que direciona e explica itens para usuários. As planilhas são usadas por algumas empresas para exibir dados, não sendo aplicáveis neste caso.



Gráfico 01: Total de questões propostas.

Das 194 questões propostas pelo Ergolist, 55 (28,35%) estavam em situação de Não Aplicável. Este resultado é referente a questões procuravam analisar itens que não estavam no site, como rótulos, tabelas e planilhas.

Para exemplificar, no quesito Presteza a seguinte pergunta foi realizada:

“O sistema utiliza rótulos (textuais) quando pode existir ambiguidade de ícones?” Como mostrado neste exemplo, a resposta a questão foi Não aplicável, por não haver rótulos de diferenciação.

Em relação as questões negativas, foram apontadas 80 (41,23%), sendo que elas foram diagnosticadas em situações que o site falhava em questões de usabilidade, por não possuir ferramentas que facilitavam a navegabilidade do usuário, como dispor de maneira errada os itens.

Na navegação no site, foram analisados comportamentos que eventuais erros usuários com menos experiências poderiam cometer, pois é com o objetivo de atingi-los há estudos nessa área.

Por fim, o site possui 59 (30,41%) questões positivas, no qual foi cumprido corretamente todas as regras de ergonomia e usabilidade proposta pelo questionário.

<b>Resultado da Avaliação</b>			
<b>Princípios de Usabilidade</b>	<b>Positivo</b>	<b>Negativo</b>	<b>Não Aplicável</b>
Presteza	1	8	8
Agrupamento por Localização	2	8	1
Agrupamento por formato	4	8	5
Feedback	3	5	4
Legibilidade	11	7	9
Concisão	9	1	4
Ações Mínimas	4	1	0
Densidade Informacional	2	5	2
Ações Explícitas	4	0	0
Controle do Usuário	0	2	2
Flexibilidade	0	3	0
Experiência do Usuário	1	5	0
Proteção contra erros	0	6	1
Mensagem de erros	4	4	1
Correção de erros	0	5	0
Consistência	5	5	1
Significados	1	5	6
Compatibilidade	8	2	11
<b>Resultado Final</b>	<b>59</b>	<b>80</b>	<b>55</b>

**Tabela 02: Resultado Final da análise**

De acordo com os resultados da pesquisa, apenas uma questão cumpriu com a proposta presteza (gráfico 2), o restante ficou dividido entre Negativo e Não aplicável. As oito questões negativas ocorreram pela falta de informação do site em mostrar ao usuário o local ou o estado onde se encontra. E as questões Não Aplicáveis, são referentes a entradas de dados específicos que não apresentado no site.



Gráfico 02: Presteza.

Nesta categoria Agrupamento por Localização (gráfico 3), por não ser perceptível um critério lógico no site, as questões positivas correspondem a 2 referentes a organização do menu, e as negativas correspondem a 8. Restando então apenas 1 questão “Não Aplicável”.



Gráfico 03: Agrupamento por Localização.

As questões “Positivas” (gráfico 4) correspondem a 4, por apresentar feedback das ações feitas pelo mouse como destaque e formatos diferentes dos cursores. A distinção dos códigos visuais que fazem a separação entre itens são poucas no site ou nada, por isso 8 questões se apresentam “Negativas”, enquanto casos que questionam sobre a utilização de rótulos geraram 5 respostas “Não Aplicáveis”.



**Gráfico 04: Agrupamento por formato**

O feedback (gráfico 5), ou retorno de alguma ação do usuário falhou praticamente na metade das questões, como aponta o resultado “Negativo” (5), em outras situações ele foi “Não Aplicável” (4), e apenas em 3 respostas o resultado foi “Positivo” (3).



**Gráfico 05: Feedback.**

A legibilidade (gráfico 6) do site teve a maior parte das questões classificadas como “Positivas” (11), e em segundo lugar questões do tipo “Não Aplicáveis” (9), e as questões negativas correspondem a (7).



**Gráfico 06: Legibilidade.**

Em relação a estrutura da escrita, como títulos curtos e claros, reaproveitamento de valores e entrada de dados simples resultou na maior parte das questões serem “Positivas” (9). Como a parte de concisão avalia também dados alfanuméricos, o que não está disponível no site, mas não é considerado negativo, por que não causa problema de comunicação no site e com isso (4) questões foram “Não aplicáveis”, enquanto (1) foi “Negativa”, por não apresentar um default eficiente.



**Gráfico 07: Concisão.**

As ações mínimas que um usuário deve realizar para chegar aos objetivos mais rápido, foi avaliado e 80% das respostas foram “Positiva”, ou (4) das (5) questões. Apenas 1 questão foi avaliada “negativa”.



**Gráfico 08: Ações Mínimas.**

Este item é o principal responsável para parte de leitura em “Z”. Como o site apresenta suas informações concentradas no meio da tela, o questionário apresentou (5) questões negativas, e ficou dividido entre positivas e não aplicáveis no restante.



**Gráfico 09: Densidade Informacional.**

Nas ações explícitas no qual o computador deve processar as atuações do usuário. Nesta análise o site cumpriu com 100% de eficiência, não realizando nenhuma ação a mais ou a menos do que foi pedido.



**Gráfico 10: Ações Explícitas.**

O usuário não possui nenhum controle explícito pelo sistema, sendo que a metade das respostas foi negativa, por que o usuário não pode interromper uma ação pela metade sem ter a perda dos dados, e a outra metade não era aplicável ao site, pois as questões eram referentes a continuidade das ações que não é apresentado no site.



**Gráfico 11: Controle do Usuário.**

O site, por se apresentar de forma estática, não oferece nenhum tipo de flexibilidade ao usuário. Desta forma todas as respostas foram negativas.





**Gráfico 12: Flexibilidade.**

A experiência do usuário é pouco considerada no site quando se trata de usuários mais avançados, pois o site permite navegar para um mesmo local através de atalhos ou meios diferentes. Por isso, a resposta negativa foi maior, resultando em 5 questões, contra 1 positiva. Não houve nenhuma questão que fosse “Não Aplicável”.



**Gráfico 13: Experiência do Usuário**

Nenhuma questão foi positiva. Os usuários não possuem ferramentas que o ajudem a evitar a cometer erro, fez com que a respostas “negativas” fossem 6. Por fim, apenas 1 questão foi Não Aplicável.



**Gráfico 14: Proteção contra erros**

De acordo com a pesquisa, o site informava boa parte dos erros dos usuários, resultando em 4 questões Positivas, de acordo com o gráfico 15. Todavia como as mensagens não eram claras e não ajudavam na solução do problema, 4 questões foram “Negativas” e 1 “Não aplicável” a situação.



**Gráfico 15: Mensagem de erros**

Como ilustrado no gráfico 16, o site gera resposta nenhum erro do usuário, mas essa resposta não satisfaz e não ajuda a corrigir o problema. Dessa maneira 100% das questões respondidas foram “Negativas”.



Gráfico 16: Correção de erros.

A consistência é a forma como o site se mantém de acordo com os comandos dos usuários, quanto menos alterações sofrer, melhor. Alguns quesitos, como tamanho do título, posição do cursor e diferenciação por cores, fizeram com que o site tivesse pontos negativos (5), mas como a estrutura dos menus ou caixas não alteram seu formato ou localização, essa categoria apontou (5) positivos. A falta de rótulos, corresponde a parte “Não aplicável”.



Gráfico 17: Consistência.

Dar boa orientação nas mensagens e ter denominações claras compõe o quesito significados, o que fez o site ter apenas uma questão positiva e 5 negativas. A fato de 6 questões serem do tipo “Não Aplicável” ocorreu pela falta de rótulo e convites de entrada.



Gráfico 18: Significados.

No que diz respeito a estrutura se manter a mesma em várias situações, não alterando os locais dos objetos, o site teve 8 questões Positivas. Em relação as negativas, apenas duas não cumpriram com os requisitos propostos pelo Ergolist. O motivo da maioria das questões corresponderem ao Não Aplicável (11), aconteceu por que o questionário analisava quesitos como unidades de medidas e tabelas, o que não há no site.



Gráfico 19: Compatibilidade.

## 5 CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho foi fazer a aplicação da teoria da usabilidade no contexto do jornalismo e demonstrar as adaptações que devem ser feitas na área para melhor comunicação com o usuário. Diante disso, foi verificado que o site Diário de Cuiabá necessita de melhorias quanto a características de usabilidade.

A aplicação da usabilidade no jornalismo é importante para a melhoria da comunicação estrutural. Neste período contemporâneo a informação é um bem público, comum e aberto à população e que cada vez mais a busca por notícias está agregada ao cotidiano. A procura por conteúdo é feita por um público diversificado, sendo tanto em gênero como por idade.

O diálogo feito então entre o jornalismo e a usabilidade está baseado nessa preocupação, de tornar acessível a estrutura do site, assim como deve ser acessível a notícia. A comunicação deve existir tanto no âmbito textual como no visual, pois é no primeiro contato que o internauta julgará se as informações ali passadas são de fácil assimilação.

A escolha pelo site Diário de Cuiabá foi feita justamente por ser diagnosticada a interferência que há no diálogo jornalismo online e a área de IHC, em especial as questões de usabilidade. Segundo o diretor de redação da empresa, o déficit de acesso apresentado se justifica pela falta de recursos de investimento, pois o site não consegue se sustentar sozinho, pois ainda depende dos lucros do impresso para se manter no ar.

A empresa pesquisada não foge a realidade de outras empresas de web jornalismo que se prendem ao medo de realizar alterações por causa de custos, quando os resultados podem ser mais satisfatórios ao adaptar as necessidades do leitor.

O histórico de ser o primeiro jornal impresso a disponibilizar as informações na internet foi um grande passo tomado pelo Diário, o que poderia levá-lo a continuar com processo de adaptação online, se tornando dessa maneira referência em jornalismo online nem Mato Grosso.

De acordo com a classificação feita por Pálacios (2002), o “Diário de Cuiabá” se encaixa ainda na primeira geração do WebJornalismo, no qual aconteceu a entrada dos jornais impressos na internet, mas aconteceu apenas por transposição

de conteúdo, sem haver o cuidado de ofertar um conteúdo mais específico para o meio de comunicação.

Uma empresa de comunicação é apresentada por meio do seu produto, no caso do Diário de Cuiabá, e apresentação deles para Cuiabá e regiões é o jornal impresso. Contudo o site é a representação da empresa não só para o local onde estão, mas para o mundo também.

A forte concorrência na área de informações faz com que o leitor procure outro meio para buscar o conteúdo que precisa, sendo assim, o cliente pode até ser prejudicado, mas busca outros recursos.

Desse modo, podemos perceber que se um site não demonstra preocupação com o conforto do leitor, logo começa a perder espaço para outros que oferecem o mesmo produto com melhor qualidade. E realizar alterações posteriores custará mais caro, já que a conquista dos leitores terá de ser restabelecida.

O investimento na melhoria do site pode trazer então para o empresário um maior número de acesso o que pode atrair mais publicidade. Essa publicidade pode vir então ser o suporte financeiro para os custos do site. O sistema funcionaria na mesma maneira como é realizado no impresso ou como em outros meios de comunicação.

Basicamente o trajeto a ser feito para a melhoria seria o investimento no site, com a aplicação de características como as da usabilidade, trazendo assim o possível aumento nos acessos e, por fim, adesão dos investimentos publicitários.

A continuação deste trabalho pode ser aplicando as observações feitas e assim realizar a atualização do site pesquisado, aprimorando a usabilidade e o acesso. Uma possibilidade é a de utilizar usuários reais para fazer testes e recolher a análise da utilização do site feita por eles por meio da observação. Também pode ser feita uma coleta de opinião de leitores do “Diário de Cuiabá Online”, aplicando um questionário no próprio site.

Mais a frente o estudo pode ser aprofundado com a inspeção de acessibilidade de sites com usuários Portadores de Necessidades Especiais (PNE's). Além disso, a ferramenta utilizada para análise tem aplicabilidade genérica, o que faz deste trabalho aplicável também para outras empresas de notícia.

## REFERÊNCIAS

ABNT- Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR ISO 9241-11:1998 **Requisitos Ergonômicos para Trabalho de Escritórios com Computadores** Parte 11 – Orientações sobre Usabilidade. ABNT 2002

ALVES, Rosental. **Jornalismo Digital: Dez anos de web... e a revolução continua.** 2006.  
[http://danielegross.com.br/site/Alumni/Fiam\\_Faam/Comunicacao\\_e\\_Midia/JornalismoDigital\\_10anos.pdf](http://danielegross.com.br/site/Alumni/Fiam_Faam/Comunicacao_e_Midia/JornalismoDigital_10anos.pdf) acesso: 27 de outubro 2012

AMARAL, Luís. **Técnica de jornal e periódico.** 2ª.ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro/MEC, 1987.

BOSTELMAM, Ana C. A. **Interação e a Convergência dos Meios na Comunicação: exemplos de mensuração e vigilância de mercado.** 2009. Trabalho apresentado ao X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, Blumenau, 2009.

CANAVILHAS, J. **Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web,** 2001. <http://www.bocc.ubi.pt/index2.html> acesso: 27 de julho de 2012

**Anuário Estatístico de Mato Grosso** Vol. 32./ Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral. Cuiabá : SEPLAN-MT. 2010.

**Anuário Estatístico de Mato Grosso** Vol. 31./ Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral. Cuiabá : SEPLAN-MT. 2009.

**Anuário Estatístico de Mato Grosso** Vol. 30./ Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral. Cuiabá : SEPLAN-MT. 2008.

**Anuário Estatístico de Mato Grosso.** Vol. 29./ Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral. Cuiabá : SEPLAN-MT. 2007

**Anuário Estatístico de Mato Grosso.** Vol. 28./ Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral. Cuiabá : SEPLAN-MT. 2006

**Anuário Estatístico de Mato Grosso.** Vol. 27./ Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral. Cuiabá : SEPLAN-MT. 2005

**Anuário Estatístico de Mato Grosso.** Vol. 26./ Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral. Cuiabá : SEPLAN-MT. 2004

**Anuário Estatístico de Mato Grosso.** Vol. 25./ Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral. Cuiabá : SEPLAN-MT. 2003

**Anuário Estatístico de Mato Grosso.** Vol. 24./ Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral. Cuiabá : SEPLAN-MT. 2002

**Anuário Estatístico de Mato Grosso.** Vol. 23./ Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral. Cuiabá : SEPLAN-MT. 2001

ANDRADE, A. L. L., **Usabilidade de interfaces Web: Avaliação Heurística no jornalismo online.** Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

BRIGGS, M., **Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar.** College Park: Universidade de Maryland, 2007. Disponível em: [http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo\\_20.pdf](http://knightcenter.utexas.edu/Jornalismo_20.pdf). acesso em: 27 maio 2012

BASTIEN, J. M. Christian; SCAPIN, Dominique L. **Ergonomic criteria for the evaluation of human-computer interfaces.** INRIA, Rocquencourt, France, 1993. <http://www.labiutil.inf.ufsc.br/CriteriosErgonomicos/LabiUtil2003-Crit/100conduc.html> acesso 13 de outubro 2012

CANAVILHAS, J.(2008). **Webnotícia: Propuesta de Modelo Periodístico para la WWW. Coleção Estudos em Comunicação.** Covilhã: LabcomBooks. Disponível em: [http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas\\_webnoticia\\_final.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf). Acesso em: 04 de março de 2012.

DUARTE, R. **Pesquisa qualitativa: reflexões sobre o trabalho de campo.** Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/%0D/cp/n115/a05n115.pdf>. Acesso em 30 de outubro de 2012

FIGUEIREDO, B. **Web Design, Estrutura, concepção e produção de sites Web,** 3.º edição, 2004, FCA.

GRANDIM, A. **Os gêneros e a convergência: o jornalista Multimédia do século XXI.** Disponível em <http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/02/gradim-anabela-generos-convergencia.pdf> acesso 27 de outubro 2012

LYNCH, P. J.; HORTON, S. **Guia de estilo da web: princípios básico de design para a criação de web sites.** 2 ed. Barcelona: editorial Gustavo Gili, 2004. 225p.

MATTOSO, G. Q. **Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação.** Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/mattoso-guilherme-webjornalismo.pdf>, acesso em 29 de maio 2012

MEDEIROS, Francisca Bezerra de E Outros. **Banco de dados em jornalismo: Projeto Diário de Cuiaba.** Cuiabá, 1994.

NIELSEN, J. **Homepage: 50 Websites desconstruídos.** Jakob Nielsen, Marie Tahir; tradução de Teresa Cristina Feliz de Souza. Rio de Janeiro: Campus, 2002

NIELSEN, J. (1994a) Heuristic Evaluation. In J. Nielsen and R.L. Mack (eds.) *Usability Inspection Methods*. New York: John Wiley e Sons.

NIELSEN, J. (2000). **Designing Web Usability.** New Riders

NIELSEN, J (2001) Ten Usability Heuristic. [www.useit.com/papers/heuristic](http://www.useit.com/papers/heuristic)



OLIVEIRA, I. Interface de usuário: Interação Homem-Computador Através dos Tempos. Revista Olhar Científico, 2010. Disponível em <http://www.olharcientifico.kinghost.net/index.php/olhar/article/viewFile/28/29> acesso em 1 de novembro de 2012

PREECE J. **Design de interação**. Porto Alegre, Bookman Editora, 2005.

PRIMO, A; TÄSEL, M. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. In: VIII Congresso Latino-Americano de Pesquisadores da Comunicação, 2006, São Leopoldo (Brasil). Anais, 2006.

REVISTA ÉPOCA. **Metade da população brasileira tem acesso à internet**. Disponível em <http://revistaepoca.globo.com/Ciencia-e-tecnologia/noticia/2011/11/metade-da-populacao-brasileira-tem-acesso-internet.html>. Acesso em 18 de agosto 2012

RIBAS, B. **Características da notícia na web: considerações sobre modelos narrativos**. Disponível em [http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004\\_ribas\\_sbpjor\\_salvador\\_modelosnarrativos.pdf](http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2004_ribas_sbpjor_salvador_modelosnarrativos.pdf), acesso em 25 de outubro de 2012

SANTOS, Sérgio Leandro; TEIXEIRA, F.G. **Design de uma Interface de Interação Tridimensional com Foco na Usabilidade e no Desempenho Gráfico**. PgDesign. Porto Alegre, p. 39-50, jan, 2010.

SANTINHO, M. **Usabilidade e comunicação na internet**. Disponível em <http://www.seara.com/fotos/editor2/usabilidade.pdf>, acesso em 10 de outubro 2012

## Apêndice

### Questionário aplicado à empresa “Diário de Cuiabá”.

**Entrevistado: Gustavo Oliveira**

**Cargo: Diretor de Redação**

As perguntas elaboradas neste questionário tem o intuito de saber o que levou a criação do site, qual a visão institucional para a ferramenta do jornalismo online. Buscou-se também verificar se o jornal institucional acredita que pode ser uma ferramenta de retorno financeiro, qual a importância do site para a comunicação dos leitores com a empresa.

O Diário de Cuiabá foi o primeiro jornal online, quais as principais barreiras que vocês encontraram na conquista do público?

Quais as principais alterações que você sentiu na empresa após criar o site? Houve alterações nas vendas?

Qual a importância que o site tem diante da estrutura do jornal?

Vocês acreditam que o site pode se tornar o principal meio de comunicação da empresa?

Há alguma diferenciação das notícias do jornal impresso para o Online?  
Como é a interatividade com os leitores através do site, há muitas participações por comentário?

Em relação ao conforto de navegação dos usuários, quais as principais ferramentas são utilizadas?

O que vocês acham da usabilidade do site?

Como o jornal trabalha com a ordem de disponibilização de conteúdo na parte principal do site?

As propagandas do site geram lucro para a empresa?

Há alguma seleção de notícias que vão para o site e para o impresso?

Como foi preparar a equipe para o novo meio de comunicação? Foi fácil a adaptação?