

**PROCESSO METODOLÓGICO  
DE CONSTRUÇÃO COLETIVA  
PARA DESENVOLVER UM  
CONTEÚDO INTERATIVO  
PARA TABLETS EM SALA DE  
AULA**

METHODOLOGICAL PROCESS OF  
COLLECTIVE CONSTRUCTION TO  
DEVELOP INTERACTIVE CON-  
TENT FOR TABLETS IN THE  
CLASSROOM

PROCESO METODOLÓGICO DE  
CONSTRUCCIÓN COLECTIVA  
PARA EL DESARROLLO DE CON-  
TENIDO INTERACTIVO PARA LAS  
TABLETAS EN EL AULA

**Rita de Cássia Romeiro Paulino<sup>1, 2</sup>**

**RESUMO**

A construção coletiva de produto interativo em sala de aula, faz com que o conhecimento do fazer seja melhor interiorizado. A participação neste processo de produção nos remete a um certo criticismo sobre o que foi desenvolvido, bem como entender erros e prever soluções. A interatividade ainda é um desafio na área da comunicação, muitos autores a interligam com os aparatos tecnológicos para motivar tal interação. O presente artigo pretende apresentar uma pesquisa prática experimental, desenvolvido no Projeto de Extensão LabProJor – UFSC e PIBIC, com alunos de graduação e Pós-Graduação. Este experimento além de resultar em um exercício prático e metodológico para o de-

---

1 Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento, na área de Mídia e Conhecimento e Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Graduada em Educação Física (UDESC). Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, Orientadora da produção e pesquisa experimental. E-mail: [rcpauli@gmail.com](mailto:rcpauli@gmail.com).

<sup>2</sup> Endereço de contato da autora (por correio): Universidade Federal de Santa Catarina, Departamento de Jornalismo. Campus Trindade, Trindade, CEP: 88040-970, Florianópolis, SC, Brasil.

envolvimento de um conteúdo interativo para tablets, promoveu uma pesquisa conceitual sobre interatividade. Como pensar em um texto interativo a partir de um conteúdo de mídia impressa? Suas especificidades na prática. Este exercício perpassa a área da comunicação, e envolve áreas multidisciplinares tais como Novas Tecnologias e Design. Apesar da complexidade o aluno consegue uma imersão no processo produtivo que lhe dá condições de fazer uma análise mais criteriosa do que foi produzido e incentivar a inovação na área do Jornalismo e Comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Interatividade; Revistas Digitais; Jornalismo; Pesquisa Prática Experimental; Tablets.

#### **ABSTRACT**

The collective construction of interactive product in the classroom, That the knowledge of doing is better internalized. Participation in this production process leads us to a certain criticism about what has been developed, as well as to understand errors and foresee solutions. Interactivity is still a challenge in the field of communication, many authors interconnect it with technological devices to motivate such interaction. The present article intends to present a practical experimental research, developed in the Extension Project LabProJor - UFSC and PIBIC, with undergraduate and postgraduate students. This experiment, in addition to resulting in a practical and methodological exercise for the development of an interactive content for tablets, promoted a conceptual research on interactivity. How to think of an interactive text from a printed media content? Their specificities in practice. This exercise permeates the area of communication, and involves multidisciplinary areas such as New Technology and Design. In spite of the complexity, the student is able to immerse himself in the productive process that allows him to make a more careful analysis of what was produced and to encourage innovation in the area of Journalism and Communication.

**KEYWORDS:** Interactivity; Digital Magazines; Journalism; Experimental Practice Research; Tablets.

## RESUMEN

El colectivo de productos interactivos en el aula, hace el conocimiento para ser mejor internalizada. La participación en el proceso de producción nos lleva a una cierta crítica de lo que se ha desarrollado, así como entender los errores y ofrecer soluciones. La interactividad es todavía un reto en el ámbito de la comunicación, muchos autores se conectan con dispositivos tecnológicos para motivar tales interacción. Este documento tiene como objetivo presentar la investigación práctica experimental, desarrollado en LabProJor Proyecto de Extensión - UFSC y PIBIC con de grado y posgrado. Este experimento y el resultado en un ejercicio práctico y método lógico para el desarrollo de contenido interactivo para las tabletas, promovió una investigación conceptual en la interactividad. Cómo se puede pensar en un texto interactivo de un contenido de medios impresos? Su práctica específica. Esta zona de ejercicios perpassa de la comunicación, e involucra áreas multidisciplinares tales como New Tecnologías y Diseño. A pesar de la complejidad del estudiante logre un baño en el proceso de producción que le permite hacer un análisis más detallado que ha sido la producción y estimular la innovación en el periodismo y comunicación zona.

**PALABRAS CLAVE:** La interactividad; revistas digitales; el periodismo; Práctica de la Investigación Experimental; tabletas.

Recebido em: 08.02.2017. Aceito em: 20.04.2017. Publicado em: 01.05.2017.

## **Introdução**

A partir de 2010, com o surgimento e a difusão dos tablets, notabilizou-se uma interface altamente interativa e sensível ao toque (touchscreen). Desta forma, o design de interação, a linguagem gestual e a hibridização trazem questionamentos e respostas importantes acerca dos padrões de usabilidade na linguagem dos tablets. O tablets revolucionou a maneira de ver conteúdos na internet, uma vez que usa o sentido do toque (tato) como forma de interação com conteúdo. A interatividade é uma característica fundamental e pode ser definida como a possibilidade do público construir uma relação com os conteúdos de forma única. (CANAVILHAS, 2011)

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

Entendemos que o grande desafio está antes da ação do usuário, está em como os profissionais da comunicação pensam e compreendem a tal interatividade. Neste projeto procuramos aprofundar esta discussão e apresentar alguns recursos aplicados na Revista Já para tablets, que demonstram que uma representação estática pode se tornar mais atrativa e complementar, com a adição de simples elementos gráficos interativos.

## **Revistas digitais**

Em meados de 1660, as primeiras revistas começaram a surgir na Europa com a proposta de levar um conteúdo mais específico e de caráter didático. Os

meios de produção da época não se diferenciavam dos impressos do tempo em que se utilizavam dos tipos móveis de Gutenberg.

Graficamente, as primeiras revistas eram parecidas com os livros e os jornais da época, com o passar do tempo é que foram se modificando e passaram a incluir cultura, textos em colunas, ilustrações, fotografias, dentre outras coisas mais, em suas páginas (MOURA,2011).

Esse processo se estendeu até o século 20 e se modificou com a revolução tecnológica e surgimento dos computadores, internet e dispositivos móveis. A mídia online advinda destas transformações tecnológicas nos apresenta uma situação diferenciada para os modos de produção de impressos e interação com os usuários. Uma característica híbrida se faz presente nestas nas revistas digitais, fruto destas transformações, diferente por ter uma linguagem nova, que reúne o que há de melhor da mídia impressa em conjunto com a mídia digital e suas características específicas do meio: conteúdo segmentado, personalizado, portátil, com recursos multimídia, interativos e hipertextuais (PAULINO, 2013).

As organizações midiáticas que operam de acordo com a lógica da convergência estendem o fluxo de seus conteúdos para múltiplas plataformas informacionais, provocando reconfigurações em estruturas produtivas, operacionais e tecnológicas. Os aplicativos autóctones (BARBOSA *et al*, 2013), desenvolvidos para *tablets*, figuram entre os novos suportes pelos quais o conteúdo passa a ser distribuído, o que exige dos profissionais a concepção de materiais que levam em conta as especificidades do aparelho e de sua interface. Assim, a narrativa das histórias do cotidiano ganha novas possibilidades de interação e de manuseio da informação.

Paulino (2013) observa que as publicações criadas para *tablets* concentram possibilidades de apresentação de uma linguagem que mescla elementos da mídia impressa e da digital. Do impresso, a autora elenca: *Periodicidade*, a atualização dos aplicativos pode ser bimestral, mensal, quinzenal, semanal ou diária; *Segmentação*, as publicações são voltadas a apenas um ou diversos públicos; *Portabilidade*, fáceis de manipular e transportar, ainda simulam o folhear de páginas; *Identidade gráfica*, além das publicações manterem elementos estéticos do projeto gráfico do impresso, suportam a adição de novas mídias ao documento, como áudio e vídeo.

Quanto aos atributos da mídia *online*, Paulino (2013) cita: *Leitura multimídia*, combinação de elementos estáticos, texto e gráficos com dinâmicos, como áudio, vídeo, infográficos interativos; *Hipertexto*, união de blocos de informações – textos, imagens ou sons – por meio de *links*, o que promove diversas rotas de leitura, possibilitando a construção de narrativas não lineares, à maneira do leitor; *Interatividade*, muito além de experiências simples como apertar botões, há a possibilidade de acessar a *web* sem sair da página de uma publicação, bem como entrar em redes sociais.

### **A interatividade como diferencial**

Os *tablets* também possuem características próprias, a exemplo da orientação dupla. Nos artefatos, o conteúdo pode ser visualizado tanto no modo horizontal quanto no vertical e ainda está disponibilizada a profundidade, com páginas acima e abaixo de outras. Ao virar uma página, a diagramação se adequa à nova direção (PAULINO, 2013).

No jornalismo mediado por telas tácteis, publicações exibem recursos que originam o que Barsot e Aguiar (2013) chamam de um jornalismo centrado

na lógica das sensações. “[...] não basta à notícia ser apenas lida, vista ou ouvida; ela é, sobretudo, sentida, experienciada pelas sensações, vivenciada ao máximo pelos sentidos.” (BARSOTTI; AGUIAR, 2013, p. 297). A recepção promove uma experiência imediata, como se fosse reflexo da busca constante pelo instantâneo que caracteriza a contemporaneidade e demanda o uso de três dos cinco sentidos: a visão, a audição e o tato (BARSOTTI; AGUIAR, 2013). O leitor ganha a possibilidade de uma leitura multissensorial, com grande apelo estético e visual.

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

O autor interpreta a interatividade a partir da postura das organizações em relação à audiência, isto é, da capacidade de aumentar ou restringir a atuação de seus públicos na seleção de conteúdos e na amplitude do diálogo a ser estabelecido com receptores. Rost (2014) pondera:

A interatividade implica uma certa transferência de poder do meio para os seus leitores. Poder, por um lado, quanto aos caminhos de navegação, recuperação e leitura que podem seguir entre os conteúdos que oferece. E, por outro lado, relativamente às opções para se expressar e/ou se comunicar com outros utilizadores/as (ROST, 2014, p. 55).

A partir da ideia do nível de intensidade da presença e da participação dos usuários diante do conteúdo digital, Rost (2014) aponta uma diferenciação entre dois modelos de interatividade. A seletiva, relacionada ao acesso, ocorre

quando o receptor pode escolher o ritmo e a sequência do consumo das mensagens. “Quantas mais opções de acesso aos conteúdos ofereça o meio, e quantas mais se ajustem às necessidades do utilizador, maior será o grau de interatividade seletiva.” (ROST, 2014, pp. 56, 57). Entre os exemplos, estão o desenho da estrutura hipertextual, os menus, a utilização de motores de busca, opções para personalizar páginas – tamanho de fonte, cores, ordenação de temas –, entre outros.

Se a interatividade seletiva figura em “fazer coisas” sobre os conteúdos, a comunicativa representa as oportunidades de conversação com a audiência. Esse modelo é evidenciado em opções como o espaço para comentários em notícias, *blogs*, fóruns, perfis em redes sociais abertas à participação de internautas, pesquisas, publicação de endereços de *e-mails* de jornalistas etc. “Por meio destas opções interativas, o leitor procura dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de uma forma ou de outra, entabular uma relação com outros (comunicação).” (ROST, 2014, p. 58).

De acordo com Primo (2011), os intercâmbios estabelecidos entre dois ou mais interagentes, sendo seres vivos ou não, são considerados interações. O pesquisador complementa as ideias de Rost (2014) ao também abordar o fenômeno da interatividade a partir de uma distinção nas relações efetuadas entre interagentes com mediação de uma máquina. Contudo, ele ressalta que um contexto interacional mediado tecnologicamente pode promover ou potencializar relações sociais, indo, portanto, além da performance da plataforma.

Dessa forma, Primo (2011) enumera dois modos de interação. A mútua é caracterizada por conversações, nas quais os participantes acabam se afetando mutuamente. As expressões promovem transformações de visões de mundo, novos conhecimentos visuais, comunicacionais e intelectuais. Podemos identifi-

car esse tipo de interação em exemplos já citados acima, entre os quais, trocas de *e-mails*, participações em fóruns e *blogs*.

Na interação reativa, o internauta interage com informações disponíveis em um banco de dados. “Uma pessoa, ao interagir com tal máquina, terá de adaptar-se à formatação exigida, manifestando-se dentro das condições e dos limites previstos.” (PRIMO, 2011, p. 135). É o caso de botões e *menus* de um *software*. O seu funcionamento está condicionado a uma configuração previamente testada e aprovada. “Inclusive, a eficiência de um programa pode ser avaliada por sua habilidade em sempre interagir conforme prevê o programador; em sempre repetir o que o algoritmo determina [...]” (Primo, 2011, p. 150).

A interatividade, por conseguinte, precisa de um meio tecnológico para acontecer. Esse meio pode flexibilizar ou impedir conexões do usuário com conteúdos digitais. Em alguns casos, o recurso é a chance para receptores agir como coautores na produção de conteúdos. A interatividade, então, emerge de uma circunstância tecnológica que “simula a interação entre as pessoas através de um meio, seja ele, eletrônico, virtual, ou mídia tradicional.” (GOBBI; BERNARDINI, 2013, p. 45).

Em revistas digitais para *tablets*, a interatividade é o componente de navegação que entra em ação através do toque do usuário na interface *touchscreen*, que adiciona à interação uma maior sensação de atividade, superando o mero apontar e arrastar do ponteiro do *mouse* (AGNER, 2011). O usuário interage com uma mescla de linguagens conectadas, chamadas de lexias hipermídias, como texto, fotos, vídeo, áudio, infográficos, mapas, o que garante uma leitura mais lúdica (PAULINO, 2013).

Os produtos jornalísticos são adaptados à tela tátil dos artefatos, a qual possibilita a utilização de movimentos gestuais específicos. Nesse modelo que

dispensa *mouse* e teclado, o uso das mãos gera o *input* na tela. A utilização dessa extremidade do corpo humano permite maior naturalidade na interação com a informação e a interface (AGNER, 2011) e indica caminhos de navegação.

A maneira pela qual os usuários acessam e interagem com conteúdos móveis digitais está diretamente ligada a interfaces específicas, assim como a propriedades exclusivas dos artefatos, ou seja, *affordances* que “decorrem de características ou potencialidades da materialidade do suporte e que têm efeitos práticos sobre a formatação de conteúdos para esses dispositivos [...]” (PALACIOS *et al*, 2015, p. 21).

Palacios *et al* (2015) citam as seguintes *affordances* como geradoras de utilizações próprias de conteúdos digitais para dispositivos móveis: *Tactilidade*, telas sensíveis ao toque; *Nivelabilidade*, relacionada aos movimentos rotacionais do aparelho, alternando entre telas horizontais e verticais; *Opticabilidade*, a câmera acoplada permite a utilização de recursos de Realidade Aumentada e leitura de *QR Codes*; *Localibilidade*, o uso de *GPS* proporciona a personalização do recebimento de conteúdos mediante a geolocalização do usuário. Os autores explicam:

Os modos de incorporação de *affordances* possibilitadas pelas quatro funcionalidades em narrativas jornalísticas aqui exemplificadas são, de certa maneira, apropriações simples e diretas, que se apresentam de forma quase imediata ao designer. Podem ser chamadas de *affordances* aparentes ou salientes, no sentido de que são as imediatamente visíveis/perceptíveis e muitas vezes apenas emulam *affordances* anteriores, de outros suportes, como o deslizar de dedos por sobre a interface para passar páginas (PALACIOS *et al*, 2015, p. 28).

Também considerados *affordances*, botões que sinalizam ações ao usuário e *links* clicáveis aparentes ou ocultos habilitam interações e revestem de movimento o consumo das informações. O fluxo de ações do receptor é regido

pela exploração de *affordances* do dispositivo, contribuindo para dar vazão aos diversos intercâmbios possíveis de se manter com a plataforma.

### **Métodos e Técnicas Utilizadas**

A Revista Já, embora funcione como um laboratório para que alunos do curso de Jornalismo da UFSC possam se aproximar de rotinas produtivas praticadas pelo mercado, é uma atividade que coloca em exercício a lógica de elaboração de conteúdos digitais para dispositivos móveis, em especial o *tablet*. Os estudantes experienciam como a articulação de funcionalidades pode constituir narrativas e provocar efeitos práticos sobre a concepção e formatação de materiais para esse aparelho.

Os alunos ganham uma visão aprofundada e verídica das diferentes etapas envolvidas no processo, absorvendo particularidades que caracterizam esses tipos de narrativas jornalísticas, enriquecidas com elementos interativos, multimidiáticos e convergentes.

A seguir, abordamos as fases envolvidas na elaboração e publicação da Revista Já, explicitando como a adição de elementos gráficos interativos pode tornar determinado conteúdo mais atrativo e informativo.

### **Descrição do produto ou processo**

#### **A Revista Já**

A *Revista Já* é uma revista temática feita pela produtora de conteúdo jornalístico para meios impressos jornalísticos JÁ Livros. A origem da editora

reside no surgimento do periódico de mesmo nome em 1985 – período das Diretas Já.

A Revista JÁ foi lançada pela primeira vez em 2007 e retrata temas relacionados com questões políticas, econômicas e ambientais. Para o desenvolvimento da versão para *tablet*, utilizamos a edição de abril de 2014, primeira de uma série sobre os 50 anos da Ditadura Militar. Retratou em treze matérias, distribuídas em 54 de 60 páginas, o Golpe de 1964. A edição seguinte retratou a consolidação do governo militar e, por último, foi narrado histórias dos “Anos de Chumbo” - com os centros de tortura e a repressão - até a abertura.

### **Processo de Produção**

A tarefa de transformar a *Revista JÁ - Golpe de 64* em uma versão para *tablet* foi repassada aos alunos participantes do *Laboratório de Suporte Operacional e Pesquisa aos Produtos Jornalísticos do Departamento de Jornalismo* (Labprojor/UFSC) por volta do final do primeiro semestre de 2015, em julho. Em reunião no dia 17 de julho de 2015, as treze seções dos jornal foram divididas e classificadas entre matérias curtas, médias e grandes. Em seguida, foram distribuídas entre quatro alunas para posterior diagramação, de forma que ficassem responsáveis por uma quantidade equivalente de tarefas. Nessa mesma data foram compartilhados arquivos da *Revista JÁ*, que incluía a revista completa em formato .pdf, textos completos de cada matéria em formato .doc e fotos. Além do material que compôs a revista, foram disponibilizados fotos e vídeos que não couberam na edição, mas poderiam ser usufruídos no suporte digital.

Antes de qualquer modificação e rascunho das páginas para *tablet*, porém, foi organizado um cronograma para estudo de bibliografia relacionada com interatividade e conteúdo para *tablet*. O mês de agosto ficou reservado à

pesquisa, mas também a revisão dos recursos *Folio Builder* da plataforma Adobe Indesign CC 2015 e CS6. A versão varia, já que as alunas - apesar de planejarem e coordenarem as atividades de forma conjunta - realizaram a diagramação individualmente em seus computadores pessoais. Foi utilizado para o estudo a apostila *Adobe Digital Publishing Suit - Getting Started Guide*, além de vídeos tutoriais no YouTube da própria Adobe e também aqueles disponibilizados por outros usuários.

Além do estudo de ferramentas do programa, buscamos exemplos de recursos interativos utilizados em revistas para *tablet* no mercado, com objetivo de averiguar de que forma a interatividade de dá nesses produtos. Cada integrante apresentou suas descobertas e notas em reunião realizada em 27 de agosto.

Cabe destacar nesse período de estudo a importância de artigos feitos por antigos integrantes do Labprojor, que compartilharam processos e dificuldades de criação de conteúdo para revistas digitais. É sempre útil ver os percalços dos colegas e aprender que dificuldades passaram, antes de tomarmos nossas próprias iniciativas, com intuito de não cometer os mesmos erros. Pode-se destacar a experiência da *Revista Sinale* (VENTURA *et al.*, 2014), *Ilha do Arvoredo* (BALBOA, 2013) e *Ticuna em Dois Tempos* (BELLO *et al.*, 2013). *Ilha do Arvoredo* foi um produto para tablets desenvolvido pela aluna Joice Balboa em 2013 a partir de uma série de matérias sobre o local. Utilizou-se como critério de seleção do tema a disponibilidade de arquivos multimídia, como fotos e vídeos. Tratando-se de uma adaptação de conteúdo produzido originalmente para o ND Online, a aluna ressaltou as dificuldades que tal processo implica:

O desafio de repensar um produto que já tem uma identidade visual e uma linguagem reconhecida pelo leitor era fazer com que o leitor iden-

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v3n3p139>

tificasse a publicação com a qual já está acostumado, e ainda surpreendê-lo com a interatividade que o novo dispositivo propõe (BALBOA, 2013, p. 3).

No caso da *Revista JÁ*, tentou-se manter de certa forma a identidade visual a partir da repetição do logo da revista, além do uso das cores. O preto foi utilizado majoritariamente nas fontes e alguns recursos gráficos, de modo que o laranja foi usado particularmente nos elementos interativos como botões. A fonte dos títulos e legendas foram mantidas. A fonte do corpo do texto foi alterada, já que fontes serifadas próprias do impresso mas não apresentam boa legibilidade em telas digitais. As serifas acabam se tornando ruído e não auxiliam na leitura. Da mesma forma, optou-se por colunagem distinta do meio impresso por conta do novo suporte. Enquanto no papel se utilizou três colunas, no *tablet* é uma única coluna ocupando  $\frac{2}{3}$  da tela na posição vertical.

A principal dificuldade desse trabalho foi pensar nos recursos interativos a partir de um material publicado no ano anterior. As matérias jornalísticas foram, evidentemente, pensadas para integrar uma revista impressa e, portanto, os recursos interativos tiveram que ser extraídos do próprio texto. Também houve espaço para inserção de foto que haviam sido descartadas da versão impressa, mas que de qualquer maneira não eram numerosas. O desafio aumenta na medida que o conteúdo foi produzido por terceiros, e requer maior cuidado na hora da edição para que o conteúdo não fosse alterado de forma a modificar o sentido. Após passar pelo processo de diagramação, foi possível entender porque os alunos que elaboraram *Ticuna em dois tempos* relataram que

O planejamento, combinado com diagramação e muita edição, exige planejamento conhecimento pleno do produto que se tem em mãos, diferente do que ocorre com uma página impressa, que muitas vezes é

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/ufv.2447-4266.2017v3n3p139>

diagramada sem nunca precisar ler o que há nos textos (BELLO et al, 2013, p. 5).

Por isso foi necessário algumas leituras de cada reportagem para separar elementos que pudessem ser ocultos e acionados pelo leitor a partir de *affordances*. Somente após esse processo de triagem, separação e rascunho que se passou para a diagramação eletrônica. Os elementos do texto que se fala são explicações de determinadas siglas, mais informações sobre determinado termo, contextualização e fotos relacionadas com determinados trechos. Essas informações foram posicionadas em  $\frac{1}{3}$  do *tablet*, onde ficava o espaço vazio destinado justamente para esse fim. Esses dados eram relevados a partir de cliques em trechos sublinhados com um tracejado pontilhado laranja.

Outra parte dos recursos interativos são exibidos ao mudar a orientação (Figura 1) do tablet para a horizontal. Essa orientação também foi destinada para receber conteúdo a mais, enquanto a vertical ficou com o texto das matérias. Foi descartada desde o princípio o conteúdo duplicado para as duas orientações por conta do trabalho necessário de diagramar o conteúdo todo duas vezes.



**Figura 1.** Capa horizontal e vertical da Revista Já 2014 para tablets.

## Modelos de interatividade

A versão digital para *tablet* da *Revista Já* conta com diversos recursos interativos com o objetivo de atrair, sensibilizar e oferecer um tipo de leitura mais dinâmico ao leitor. Alguns dos recursos usados serão apresentados nos tópicos a seguir com uma breve explicação de suas finalidades.

### *Botões*

Os botões podem adicionar diferentes funcionalidades em versões digitais de revistas. Para utilizar espaços em branco, ou otimizar espaços já completados por fotos e textos os botões surgem como uma opção de esconder uma informação que pode ser facilmente acessada pelo leitor. No exemplo abaixo a legenda da foto pode ser lida quando o leitor aperta o botão com sinal positivo.

Versão impressa	Versão digital
	 <p data-bbox="826 645 895 658">LEGALIDADE</p> <p data-bbox="826 770 906 860">Brizola e Jango no Palácio Piratini, aplaudidos pelo coronel Neme. O golpe estava derrotado.</p>
<p data-bbox="512 965 587 978">LEGALIDADE</p> <h2 data-bbox="512 987 719 1093">Vitória de Brizola</h2> <p data-bbox="363 994 496 1106">Jango ainda dormia quando o telefone tocou no quarto do Hotel Raffles, em Singapura, no amanhecer do dia 26 de agosto de 1961. Era um repórter da Associated Press, agência de notícias norte-americanas. Ligou de Nova Jorqu para ouvi-lo sobre a renúncia do presidente Juscelino Kubitschek, no dia anterior.</p> <p data-bbox="363 1106 496 1240">Jango, na condição de vice-presidente, dirigiu uma reunião comercial que percorria o Extremo Oriente, em busca de negócios e investimentos para o Brasil. Estava na República Popular da China, o maior país comunista do mundo, na viagem, chegou a Singapura, "a espinha do mundo". Jantara com parlamentares integrantes do mundo sem contataram malho, perto do hotel, e se recolheu. Acordou com o pedido do repórter da AP: "Desse que se informar para depois falar."</p> <p data-bbox="331 1173 347 1218">12</p> <p data-bbox="331 1256 379 1272">REVISTA J.A.</p> <p data-bbox="523 1256 596 1267">REVISTA O Golpe de 1964</p>	<h2 data-bbox="922 949 1187 1099">Vitória de Brizola</h2> <p data-bbox="927 1128 1177 1218">Resistência organizada pelo governador gaúcho levou o povo às ruas e frustrou a primeira tentativa de golpe, em 1961 derribou o parlamentarismo. Até abraçar as reformas...</p> <p data-bbox="927 1128 1177 1218">Resistência organizada pelo governador gaúcho levou o povo às ruas e frustrou a primeira tentativa de golpe, em 1961 derribou o parlamentarismo. Até abraçar as reformas...</p>

### *Hiperlinks a partir de botões*

A inserção de hiperlinks por meio de botões podem otimizar a diagramação da revista digital, na medida que os espaços já preenchido por textos ou fotos podem ser sobrepostos por elementos ocultos que ao serem acionados por botões disponibilizam mais conteúdos. No exemplo abaixo um recorte de jornal está oculto na página da versão digital até o momento que a seta laranja é puxada para cima.

**Versão impressa**

reformas particulares de petróleo, para incorporar às 5 Petróbras. Foi em agosto ao Congresso "para que votassem com mais diligência as reformas de base" e convocou o povo a se mobilizar para pressionar o parlamento.

"O reticente discurso pôs camuflamento da missão que era imposta de imediato à luta pela renovação da sociedade brasileira, como o propósito de combater, mediante conscientização e o comprometimento de todas as forças políticas programáticas, por meio do seu voto, mas uma vez, ao Congresso Nacional, a necessidade imperiosa de atendermos aos anseios e reclamos da Nação pelas reformas de base".

Defendeu com veemência a necessidade de reformas estruturais: reforma educacional, administrativa, agrícola, urbana, bancária, cambial, universitária.

Uma reforma para a reforma agrícola. Era necessário mudar a Constituição para permitir que o governo pudesse desapropriar terras de interesse público sem ter que pagar um direito.

Jango tentaria a responsabilidade para o Congresso e convocava o povo a pressionar. Muitos dias que estavam em sua mão sempre poluísse defendiam as reformas "na lei ou na marra".

Alguns concluíam que o autoritarismo, Revolução principalmente, chegava a pedir que se dissolvesse o Congresso para impor as reformas.

Para demonstrar sua vontade de disposição de fazer a reforma agrícola, Jango anunciou o decreto desapropriando por interesse social terras improdutivas situadas numa faixa de 10 quilômetros ao longo das rodovias federais e outras beneficiadas com investimentos da União.

"Espero que em menos de 60 dias já comecem a ser divididos os lotes das terras de base, em latifúndios ao lado das ferrovias e rodovias, das escolas construídas com o dinheiro do povo, ao lado de áreas de saneamento realizadas com o sacrifício da Nação".

"O Brasil de ontem não está mais adiante que se prolongou o dilema: processo de mudança que demora mais de quatro séculos e realiza o conteúdo mítico de Brasília e condições subumanas de existência".

Luiz Landolfi escreveu na Folha da Manhã: "O governo revolucionário está desmoralizado. Seu chefe

**Versão digital**

o ataque.

Quinze dias antes, Jango recebera o prefeito de Porto Alegre, Serejo Chaise, na sala residencial do Palácio Rio Negro, o palácio de verão da presidência.

Conheciam-se desde que Jango era deputado estadual e ele, Chaise, era da "ala moça" do PTB em Porto Alegre.

Serejo Chaise fez um relato da situação política no Rio Grande do Sul e revelou sua preocupação com os movimentos do general Adalberto Pereira dos Santos e outros que conspiravam abertamente para derrubar o governo.

Jango chamou o general Assis Brasil, chefe do seu "dispositivo militar" para ouvir o que o prefeito estava dizendo. "Nós sabemos isso e mais do que o prefeito está falando. Mas temos o controle...", disse Assis Brasil.

Quando o general se retirou, seguiram falando de política, da agitação que se intensificava e, então, Jango disse uma frase que Serejo não esqueceu: "Brizola pensa que é líder de massas, vou mostrar quem é líder de massas nesse país..."

Scrollable content

**Versão impressa**

Naquele ano, a revelação no futebol se chamava Alcindo. As revistas falavam de Liz Taylor. Os anúncios recomendavam fumar e engordar

PORTO ALEGRE, 1964

**Carro era o**

No futebol, nascia uma estrela, um certo Alcindo. Ele "deixou marca nas malhas do Aymoré" – marca em malha e como se dizia na época, o Aymoré era de São Leopoldo e o garoto seria um dos grandes centro-avantes gremistas de todos os tempos. O Inter, com menos sorte naqueles dias, estava negociando um tal de Croaré.

No teatro São Pedro estava indo certo para a estreia de "O Impresário" de Haroldo Pinheiro, com direção de Antônio Albuquerque. Estaria no Cinema Capricoso "Cartas de Luis", com Dora Day.

A celebridade de 44 era Sofia Loren. A notícia de que ela queria se mudar estava na capa da revista O Cruzeiro, e Carlos Magalhães disse: "Outra estrela era Liz Taylor e seus amores tumultuosos".

Menos um mês da novidade, depois de três dias de show, a Secretaria Municipal da Fazenda anunciou que confiscaria uma hêlice contra canchão na Volantões da Pátria, à Casa Costas, na

**Versão digital**

Carro era o

**Simca Tufão**

Naquele ano, a revelação no futebol se chamava Alcindo. As revistas falavam de Liz Taylor. Os anúncios recomendavam fumar e engordar.

Renan Antunes de Oliveira

Na Porto Alegre do golpe o carro da hora era o Simca Tufão V8. Marca de TV era Franklin, nada de Sony, Panasonic ou W. Não existiam bandas de rock. Quem animava os salões dançantes da sociedade local era o conjunto de Norberto Baldauf, com destaque para o seu violoncelo.

No futebol, nascia uma estrela, um certo Alcindo. Ele "deixou marca nas malhas do Aymoré" – marca em malha é como se dizia na época, o Aymoré era de São Leopoldo e o garoto seria um dos grandes centro-avantes gremistas de todos os tempos. O Inter, com menos sorte naqueles dias, estava negociando um tal de Croaré.

No teatro São Pedro estava tudo certo para a estreia

O recurso de *scrollable content* nas telas permite ultrapassar os limites impostos pelo papel como suporte. No caso da Revista Já, que é um material originalmente formulado para meio impresso, o *scrollable content* traduziu-se no conteúdo de uma matéria concentrado em uma única página e sem a necessidade de deslizar a tela como um todo (apenas o espaço em que se concentra o texto). A **infinidade** de espaço também permite o uso de tipos em tamanhos maiores e linhas mais extensas, proporcionando maior conforto para a leitura.

## Slideshow



O slideshow de fotografias com a funcionalidade de orientação da página permitem uma melhor visualização das imagens. Enquanto na versão impressa temos um grande volume de texto competindo em uma mesma página com fotos

e outros elementos, na versão digital da Revista Já podemos usar recursos da interatividade para reorganizar a diagramação. Ao informar ao leitor que a mudança de orientação dos tablets permitirá acesso a mais conteúdos, cria-se a possibilidade de aproveitar muitos materiais, como fotos, que na versão impressa não foram utilizados. Em galerias como observamos na imagem abaixo, com imagens e legendas em maior tamanho, o usuário consegue perceber com maior facilidade detalhes que contribuem para a narrativa.

### 5.3.5 Infográficos (linhas do tempo)

**Versão impressa**

Segundo Dirlener, a ADP tinha sua ação política patrocinada pela seção carteira da CIA, a agência de inteligência americana.

A partir de 1962, jetaram-se as duas entidades na criação do complexo IPES/IBAD, matriz ideológica e operacional da conspiração que daria o golpe e, depois, promoveria os quadros e dirigentes do aparelho estatal que sustentou o regime militar.

Em 1963, os 80 membros originais do IPES pediram para ZOU. Em 1964, os 26 de Junho da IPESA a maior federação industrial do país.

Em Porto Alegre, a versão local tinha o nome de IPESUL, e sobrenomes bastantes como o lepta Fábio Amato Santos, da sede IP Santos, José Zambraga e Ary Burger, diretor do Grupo Gardian, Antonio Sant'Antonio, presidente da Farad, entre muitos outros.

A articulação dos empresários com os militares era feita pelo Grupo de Levantamento da Conjuntura (GLC) do IPES, comandado pelo general Golbery do Couto e Silva.

A equipe de Golbery distribuiu nos quartéis uma circular biotomada mimeografiada, com citação da fonte, avaliando a atividade "comunista" no país, apontando o dedo para "adversários infiltrados no governo" e empunhando suas ações. Só no Rio de Janeiro o GLC de Golbery tinha 100 mil cópias impressas.

O grupo de general ocupava quatro das 11 salas que o IPES havia alugado no 27 andar do Ed. Avenida Central, na av. Rio Branco. A conta de telefone era faturada em nome

de general da reserva Henrique Galvão, irmão de Fernando. Em Porto Alegre, o IPESUL operava no quarto andar do Ed. Palácio do Comércio, no centro.

**Três frentes**

O GLC articulava a produção diária da imprensa do país e produzia mensalmente cerca de 200 artigos, disseminados pelos jornais ou divulgados em forma de palestras. O Grupo de Ação Parlamentar (GAP) do IPES previa qualquer menção à sigla, que era camuflada como "Território da Inimiga". O plano era simples e mortal: o IPES, através do IBAD e da ADP, empunhava a governos Congressos, criando um boço sem saída parlamentar e um ponto morto do Executivo.

Era fundamental manipular a expressão da sociedade. O objetivo central do Grupo de Opinião Pública (GOP) do IPES era disseminar seus objetivos na imprensa falada e escrita.

Desmistificado, o grupo criava o nome "opinião pública", preferindo as expressões "divulgação" e "promulgação". O GOP era a base de toda a engrenagem. "Compartilhar a opinião pública" era a essência da ação política do grupo.

O principal articulador do GOP era o comissário de Polícia, José Rubem Fonseca, que se tornou, depois, um dos escritores mais conhecidos do país. Outros destacam-se do GOP no Rio eram os jornalistas Cláudio Cavonius e Wilson Figueiredo, chefe do corpo editorial do jornal do Rio.

Em São Paulo, o GOP atuava com Genildo Abreu, chefe da Notícia Propaganda, e nomes bastantes do O Estado de São Paulo, como Elio Pinheiro e Hairo Galvão. Contava ainda com Jorge Nogueira e Alvaro de Castro, os dois nomes centrais de "Repórter Esso" da TV Tupi, o equivalente ao Jornal Nacional de hoje.

O GOP se valia da tecnologia da época: enviava milhares de cartas e telegramas e fazia chamadas telefônicas, antecipando em décadas o advento da telemática. Em novembro de 1962 chegou a três mil nomes a lista de organização de rádio e TV mobilizada pelo GOP. Mas não só funcionava o GOP, Grupo de Publicações/Editorial, que disseminava material impresso pelo país.

Esta campanha de guerra psicológica era feita de ex-comunistas e comunistas Rubem Fonseca, que mobilizava intelectuais respeitados como Augusto Frederico Schmidt, Odílio Costa Filho e Raul de Queiroz. Atuavam em três frentes: artigos para jornais e revistas, panfletos para circular entre estudantes, militares e operários, e filmes que comparavam a democracia com a empresa privada.

Nomes fortes do mercado editorial, como Soares, Cia, Editora Nacional e CIB Editora, colaborem

**Versão digital**

Promotion

ESG

IPES

GPE

GLC

GOP

GAP

IBAD

ADP

Grupo de publicações e divulgação de material impresso por todo o país. Tinha como principal articulador José Rubem Fonseca e outros intelectuais

Versão impressa
Versão digital

na publicação da chamada "literatura doméstica".

**Sinal verde**

Em janeiro de 1963 a demanda por recursos era tão grande que o comando do IPES decidiu aprovar uma contribuição anual padrão de meio por cento do capital de cada sócio. O caixa 2 ou "contabilidade paralela" da entidade já somava US\$ 4 milhões. O orçamento oficial do ano anterior estabelecia despesas mensais de 10 milhões de cruzeiros (US\$ 300 mil na época) só no IPES carioca. A projeção do novo ano previa o dobro das despesas, sem contar o gasto com atividades esportivas e recreativas.

A CPI que investiga a ligação do IPES com o IBAD aponta que, nas eleições gerais de outubro de 1962,

Com a renúncia de Jânio Quadros, Jango se torna presidente após 14 anos de sua primeira eleição. É estabelecido o parlamentarismo, manobra política para imobilizá-lo e barrar programa de reformas

55

Os infográficos e linhas do tempo diagramadas com recursos interativos, como o aparecimento do texto por meio de um clique, permitem a transformação do conteúdo disposto de forma clássica numa estrutura mais dinâmica e arejada, o que torna a experiência do usuário mais agradável.

## Orientação dupla

Versão impressa	Versão digital
 <p><b>Presidente Jango em São Paulo. Em primeiro plano, Minervino de Góes, o primeiro governador eleito para o estado.</b></p> <p><b>N</b>ascido e criado numa estância, na fronteira do Rio Grande do Sul com a Argentina, João Belchior Goulart foi um fenômeno político. Aos 15 anos, segundo a lenda, ouviu de Getúlio Vargas a frase que torceu seu destino de próspero estancieiro: "Esse guri vai longe" sentenciou o presidente depois de ouvi-lo. Foi longe e rápido.</p> <p>Em 1947, aos 28 anos, elegeu-se deputado estadual sem fazer campanha. Foi um deputado relapso, mas se tornou o chefe regional do partido. Quando Vargas voltou ao poder, em 1950, levou-o para o Ministério do Trabalho. Ele deu força às centrais sindicais, dominadas por comunistas e "pelegos", tornou-se o alvo preferido da oposição a Vargas.</p> <p>Quando propôs aumento de 100% para o salário mínimo, em 1952, um manifesto militar ameaçou o governo. Vargas demitiu o ministro, mas manteve o aumento. Na manhã de 24 de agosto de 1954, quando Getúlio Vargas deu um tiro no peito, Jango tinha no bolso a carta testamentária que o presidente lhe entregara num envelope lacrado.</p> <p>Tornou-se o "herdeiro político de Vargas" e nessa condição elegeu-se vice-presidente, tendo mais votos do que Juscelino Kubitschek, o presidente eleito. Na eleição seguinte, em 1960, foi novamente candidato a vice na chapa do marechal Henrique Teixeira Lott. O marechal perdeu, mas ele ganhou, como vice de Jânio Quadros, o primeiro grande fenômeno eleitoral da era pós-Vargas. Sete meses depois, Jânio Quadros renunciou e, após muita resistência e até a ameaça de guerra civil, João Goulart chegou a presidência em setembro de 1961, 14 anos depois da primeira eleição.</p> <p>A posse de Jango na presidência configurou um oxímoro político.</p> <p>Foram 5,6 milhões de votos em Jânio Quadros na eleição de 1960, rejeitando a plataforma reformista e populista de Lott.</p> <p>Um ano depois, o presidente era Jango, eleito vice com</p>	 <p><b>N</b>ascido e criado numa estância, na fronteira do Rio Grande do Sul com a Argentina, João Belchior Goulart foi um fenômeno político. Aos 15 anos, segundo a lenda, ouviu de Getúlio Vargas a frase que torceu seu destino de próspero estancieiro: "Esse guri vai longe" sentenciou o presidente depois de ouvi-lo. Foi longe e rápido.</p> <p>Em 1947, aos 28 anos, elegeu-se deputado estadual sem fazer campanha. Foi um deputado relapso, mas se tornou o chefe regional do partido. Quando Vargas voltou ao poder, em 1950, levou-o para o Ministério do Trabalho. Ele deu força às centrais sindicais, dominadas por comunistas e "pelegos", tornou-se o alvo preferido da oposição a Vargas.</p> <p>Quando propôs aumento de 100% para o salário mínimo, em 1952, um manifesto militar ameaçou o governo. Vargas demitiu o ministro, mas manteve o aumento. Na manhã de 24 de agosto de 1954, quando Getúlio Vargas deu um tiro no peito, Jango tinha no bolso a carta testamentária que o presidente lhe entregara num envelope lacrado.</p> <p>Tornou-se o "herdeiro político de Vargas" e nessa condição elegeu-se vice-presidente, tendo mais votos do que Juscelino Kubitschek, o presidente eleito. Na eleição seguinte, em 1960, foi novamente candidato a vice na chapa do marechal Henrique Teixeira Lott. O marechal perdeu, mas ele ganhou, como vice de Jânio Quadros, o primeiro grande fenômeno eleitoral da era pós-Vargas. Sete meses depois, Jânio Quadros renunciou e, após muita resistência e até a ameaça de guerra civil, João Goulart chegou a presidência em setembro de 1961, 14 anos depois da primeira eleição.</p> <p>A posse de Jango na presidência configurou um oxímoro político.</p> <p>Foram 5,6 milhões de votos em Jânio Quadros na eleição de 1960, rejeitando a plataforma reformista e populista de Lott.</p> <p>Um ano depois, o presidente era Jango, eleito vice com</p>

Ao criar e organizar um folio no programa Indesign há a possibilidade de orientar os conteúdos vertical e horizontalmente. Porém é possível escolher as duas formas de orientação. Nesta edição da Revista Já foram consideradas as duas orientações para aproveitar o volume de conteúdos disponíveis para a diagramação da versão digital. Os textos foram diagramados na orientação vertical, enquanto as fotos, slideshows, e outros elementos como infográficos foram pensados na orientação horizontal, para assim aproveitar a largura que esta escolha permite.

## **Conclusões Finais**

O objetivo deste experimento foi realizar um trabalho coletivo com o foco na releitura de uma revista originalmente pensada para o impresso para uma revista digital com ênfase na interatividade. Pesquisamos conceitos e aplicabilidade dos recursos fornecidos pela Plataforma *Adobe Publish Suíte* e aplicamos no estudo de caso da Revista Já.

Constatamos que a principal dificuldade desse trabalho foi pensar nos recursos interativos a partir de um material publicado para o impresso. As matérias jornalísticas foram, evidentemente, pensadas para integrar uma revista impressa e, portanto, os recursos interativos tiveram que ser extraídos do próprio texto.

Concluimos que a interatividade precisa ser pensada por agentes de comunicação em todos os processos de confecção de uma matéria jornalística, iniciando-se pelo o momento da pauta prevendo as diversas possibilidades e riscos que o caminho da captação de conteúdo pode encontrar. Para ter um feedback com usuários sobre a efetividade das interatividades propostas, sugerimos aplicar um método de observação de usuários denominado STBI - Scenario and Tasks Based Interviews (Entrevistas Baseadas em Cenários e Tarefas - AGNER. 2012). A segunda etapa deste projeto prevê uma análise de recepção com usuários que terão o contato com a revista no formato impresso e depois no digital para tablets. O método prevê a observação dos usuários com as interatividades propostas e assim refinar ou melhorar as formas de interação com textos e mídias.

## Referências

AGNER, Luiz, et all. **Design de interação no jornalismo para tablets: avaliando interfaces gestuais em um aplicativo de notícias.** Anais do 4º Congresso Sul Americano de Design de Interação. 2012.

AGNER, Luiz. **Em busca de um olhar interdisciplinar sobre a arquitetura de informação, a usabilidade e a metacomunicação em dispositivos móveis com interfaces gestuais.** Anais do Simpósio Nacional da ABCiber. Florianópolis: ABCiber, 2011. ISBN: 978-85-61682-64-4.

BARBOSA, Suzana; FIRMINO, Fernando; NOGUEIRA, Leila; ALMEIDA, Yuri. A atuação jornalística em plataformas móveis: Estudo sobre produtos autóctones e a mudança no estatuto do jornalista. **Brazilian Journalism Research** (Online), v. 9, p. 1-20, 2013. Disponível em: < <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/549/489> >. Acesso em: 15 abr 2016.

BARSOTTI, Adriana; AGUIAR, Leonel. Produção de notícias para dispositivos móveis: A lógica das sensações e o infotimento. In: CANAVILHAS, J. (Org). **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis.** Covilhã, Portugal: Livros LabCOM, 2013. p. 295-318.

GOBBI, Maria Cristina; BERNARDINI, Gleice. Interatividade: um conceito além da internet. **Revista GEMInIS** (Online), v. 1, n. 2, ano 4, p. 42 – 56, 2013. Disponível em: < <http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/143> >. Acesso em: 15 abr 2016.

HOMEM MÁQUINA. **O que é Affordance e como projetar pensando nisso.** Disponível em: < <http://www.homemmaquina.com.br/blog/design/o-que-e-affordance/> >. Acesso em 15 abr 2016.

MOURA, R., L., **História das Revistas Brasileiras – informação e entretenimento.** História da Mídia Impressa, VIII Encontro Nacional de História da Mídia, Unicentro, Guarapuava, PR. 2011.

PALACIOS, Marcos, BARBOSA, Suzana, FIRMINO, Fernando, CUNHA, Rodrigo da. Jornalismo móvel e inovações induzidas por affordances em narrativas para aplicativos em tablets e smartphones. In: CANAVILHAS, J.; SATUF, I. (Orgs). **Jornalismo para Dispositivos Móveis:** produção, distribuição e consumo. Covilhã, Portugal: Livros LabCOM, 2015. p. 7-42.

PAULINO, Rita. Conteúdo digital interativo para tablets-ipad: Uma forma híbrida de conteúdo digital. In: PAULINO, R.; RODRIGUES, V. (Orgs.). **Jornalismo para Tablets:** Pesquisa e Prática. Florianópolis: Insular, 2013, p. 15-27.

PRIMO, A. **Interação mediada por computador:** comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2011 (Coleção: Cibercultura) 239 p.

ROST, Alejandro. Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo:** 7 características que marcam a diferença. Covilhã, Portugal: Livros LabCOM, 2014. p. 58-88.