

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO

DEPARTAMENTO DE EXPRESSÃO GRÁFICA

CURSO DE DESIGN

Luciano Gomes Teixeira

**Nas ruas e na rede:** Projeto de web app para o Jornal O Poder Popular

Florianópolis

2021

Luciano Gomes Teixeira

**Nas ruas e na rede:** Projeto de web app para o Jornal O Poder Popular

Trabalho Conclusão do Curso de Graduação em  
Design do Centro de Comunicação e Expressão  
da Universidade Federal de Santa Catarina como  
requisito para a obtenção do título de Bacharel em  
Design.

Orientador: Prof. Profa. Dra. Berenice Santos  
Gonçalves

Florianópolis

2021

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de  
Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC

Teixeira, Luciano

Nas ruas e na rede : Projeto de web app para o Jornal O Poder Popular / Luciano Teixeira ; orientadora, Berenice Santos Gonçalves, 2021.

145 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -  
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de  
Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis,  
2021.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design de Interação. 3. Design de Interface. 4. Publicação digital. 5. Jornal digital. I. Santos Gonçalves, Berenice . II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Luciano Gomes Teixeira

**Nas ruas e na rede:** Projeto de web app para o Jornal O Poder Popular

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de “Bacharel em Design” e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 03 de maio de 2021.

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mary Vonni Meürer

Coordenador do Curso

**Banca Examinadora:**

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Berenice Santos Gonçalves

Orientadora

Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cristina Colombo Nunes

Avaliadora

Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Mary Vonni Meürer

Avaliadora

Universidade Federal de Santa Catarina

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todos que fizeram parte da minha trajetória nesse momento de minha formação. Em especial, agradeço aos meus pais e irmão, por todo afeto, apoio e incentivo, com certeza não estaria nem perto daqui sem isso.

Agradeço também ao Lucca, meu companheiro, cobaia de muitos testes de usabilidade, parceiro de isolamento e de passeios, de adversidades e amenidades.

Agradeço à Isabela, primeiramente por ter sido parte indispensável à jornada de ingresso na universidade, mas também parceria em tantos momentos, dos perrengues de casa aos brigadeiros depois de dias cansativos. E não é possível deixar de agradecer à Julia, que se juntou a nós e aceitou tão prontamente a "tarefa" de transformar Florianópolis no puxadinho da sua casa nos carnavais que vivemos. Pra mim não tem férias sem vocês duas.

A todos colegas do design que fizeram parte desses anos também deixo aqui a minha imensurável gratidão, pela troca no desenvolvimento pessoal, profissional, militante e de conhecimento. Nesse até que grande contingente de pessoas, agradeço especialmente à Jaque, Juliana, Thabata e Alicia, que dentre pidas, Photoshots, idas ao RU e aulas, conseguiram se tornar das melhores amizades que tive e tenho.

Agradeço à professora Berenice pela disposição a me guiar nesse projeto, colocar meus pés no chão quando eu vagava por aí e me apresentado caminhos com uma orientação tão presente.

Por fim, minha gratidão a todos com quem dividi o caminho das lutas até então, aos camaradas do PCB, da UJC, do MUP e especialmente aqueles com os quais dividi as trincheiras no Centro Acadêmico de Design: nosso trabalho não foi e não é em vão, e dentre muitas das construções que dividimos, todos também se fazem presente neste PCC. Rumemos a uma sociedade onde comunicação, arte, pesquisa e tudo que perpassa nossa área de estudo e trabalho não sirva à mistificação da realidade e à exploração, mas à emancipação dos trabalhadores de todo o mundo.

A imprensa do partido precisa ajudar as organizações de base do Partido a ganhar a classe operária para a ideologia de vanguarda do proletariado, a unir o movimento operário com a ideologia socialista. A linguagem predominante em nossa imprensa é difícil e em geral inacessível às massas trabalhadoras e à própria base do partido, utiliza um vocabulário estreito do círculo de propagandistas que precisa ser abolido e substituído por outro à altura da compreensão do operário e das massas trabalhadoras mais pobres.

(Voz Operária 04.08. 51, p.11 *apud* SERRA, 2007 p.5).

## RESUMO

Este relatório documenta a execução do projeto de um web app ao Jornal O Poder Popular, até então só existente na sua versão impressa. O projeto é estruturado a partir de uma abordagem metodológica centrada no ser humano, elaborada por meio do cruzamento de elementos da NBR ISO 9241, do framework ICH proposto por Cardoso e do modelo espiralado de Van Amstel. As etapas de desenvolvimento relatadas foram estruturadas a partir do contato com a equipe editorial do jornal aliado a análises de similares e pesquisas de público, cujas descobertas foram sintetizadas em personas e histórias de usuários para geração de requisitos do projeto. Os requisitos foram materializados em artefatos para estudo da interação e semântica do produto, como o fluxo de interação, wireframes e painéis visuais, sendo estes avaliados a partir de ferramentas de testagem com usuários e pesquisas bibliográficas. O resultado final do projeto é um protótipo interativo do mencionado web app no formato para acesso via smartphone, além das especificações técnicas de design de interface do produto em um guia de estilos de forma a possibilitar futuros desdobramentos deste.

**Palavras-chave:** Design de Interação; Design de Interface; Publicação digital; Jornal digital.

## ABSTRACT

The following report documents the execution of a project of a web app for the newspaper “Jornal O Poder Popular”, which today only exists in its printed version. The project is structured through a user-centered methodological approach, developed from the conjunction of elements from NBR ISO 9241, the ICH framework proposed by Cardoso and the spiraled model from Van Amstel. The steps of development were structured through the contact with the newspaper’s editorial team together with similar analysis and user research, which had its findings synthesized through personas and user stories as a way of defining project requirements. The requirements were materialized through artefacts that allowed studies of the product’s interaction and semantics, such as the user flow, wireframes and semantics panels. All these were evaluated through user testing tools and bibliographical research. The project’s final result is an interactive prototype for the mentioned environment made for mobile access, besides the interface design specifications through a style guide as a way to allow the product’s future development.

**Keywords:** Interaction design; Interface design; Digital publishing; Digital newspaper.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Representação visual do framework ICH.	25
Figura 2: Representação do modelo espiralado de Van Amstel.	25
Figura 3: Representação visual do método de projeto adotado.	27
Figura 4A: Captura de Tela de publicação de gráfico na página do Facebook do Jornal.	39
Figura 4B: Captura de tela de publicação de texto na fanpage do Jornal no Facebook.	40
Figura 5: Captura de tela de publicação audiovisual na página do Facebook do Jornal.	40
Figura 6: Captura de tela ilustrando o recurso de conversão do texto em áudio no portal da CartaCapital.	44
Figura 7: Captura de tela ilustrando a incorporação de postagem do Twitter em uma publicação do portal do Brasil 247.	45
Figura 8: Captura de tela ilustrando o recurso de compartilhamento em redes sociais do portal da Folha com destaques do autor.	46
Figura 9: Captura de tela do formulário de submissão de pauta ao portal da Folha.	48
Figura 10: Captura de tela de cabeçalho de notícia original da Radio France Interationale no portal da CartaCapital.	49
Figura 11: Captura de tela de rodapé de notícia original da Radio France Interationale no portal da CartaCapital.	49
Figura 12: Respostas do questionário de público - Dados demográficos.	50
Figura 13: Respostas do questionário de público - Hábitos no ambiente digital.	51
Figura 14: Respostas do questionário de público - Hábitos de acesso a conteúdo jornalístico (primeira parte).	52

Figura 15: Respostas do questionário de público - Hábitos de acesso a conteúdo jornalístico (segunda parte).	53
Figura 16: Persona primária.	58
Figura 17: Persona secundária.	59
Figura 18: Mapeamento das histórias de usuário.	61
Figura 19: Fluxograma da primeira versão da arquitetura da informação.	65
Figura 20: Captura de tela do resultado do card sorting emitido via OptimalSort, expresso a partir de dendograma com realce do ponto de acordo em 50%.	66
Figura 21: Captura de tela do resultado do card sorting emitido via OptimalSort, expresso a partir de matriz de similaridade.	67
Figura 22: Captura de tela do resultado do card sorting emitido via OptimalSort, expresso a partir de sequência dos três agrupamentos mais similares entre si.	68
Figura 23: Fluxograma da versão final da arquitetura da informação.	69
Figura 24: Grid de quatro colunas aplicado aos wireframes.	72
Figura 25: Wireframes e componentes da página inicial.	74
Figura 26: Wireframes da ferramenta de busca.	75
Figura 27: Wireframes do menu e das páginas de editoria.	76
Figura 28: Wireframes do ambiente de leitura.	77
Figura 29: Wireframes dos pop-ups de adição de publicação à lista e de compartilhamento em rede social.	78
Figura 30: Wireframes da área de listas de leitura.	79
Figura 31: Wireframes das funcionalidades intituladas “Envie sua notícia” e “Faça sua contribuição”.	81
Figura 32: Wireframes das telas da área intitulada “Perfil”.	82

Figura 33: Wireframes das telas de login, cadastro e recuperação de senha.	83
Figura 34: Painel visual de conceito do projeto.	91
Figura 35A: Primeira parte do painel visual de produto do projeto.	92
Figura 35B: Segunda parte do painel visual de produto do projeto.	92
Figura 36: Alternativas de padrões de design visual ilustrados na tela inicial da interface.	94
Figura 37: Versão final dos padrões de design visual ilustrados na tela inicial da interface.	96
Figura 38: Seleção tipográfica da interface.	99
Figura 39: Seleção de cores da interface.	100
Figura 40: Seleção de ícones da interface.	101
Figura 41: Grid com margem de 16px aplicado na interface.	102
Figura 42: Componentes da interface com cantos arredondados.	103
Figura 43: Captura de tela do Figma com a primeira versão do protótipo de alta fidelidade.	104
Figura 44: Primeira verificação de contraste entre cor de fundo e cor secundária de texto realizado a partir da ferramenta Stark.	107
Figura 45: Sequência de telas desenvolvidas para o fluxo de criação de listas de leitura.	108
Figura 46: Ajuste de cor aplicado no tom de cinza secundário para textos.	109
Figura 47: Segunda verificação de contraste entre cor de fundo e cor secundária de texto realizado a partir da ferramenta Stark.	110
Figura 48: Interface das telas inicial, de publicação, de editoria, de menu e de stories no protótipo final.	111

Figura 49: Interface das telas do fluxo de uso da ferramenta de busca no protótipo final.	112
Figura 50: Interface das telas de Linha editorial, Acervo comunista, Faça sua doação e Envie sua notícia no protótipo final.	113
Figura 51: Interface das telas do fluxo de uso da área de listas de leitura no protótipo final.	114
Figura 52: Interface das telas do fluxo de uso da área de configuração de perfil no protótipo final.	115
Figura 53: Interface das telas de pop-ups e notificação para usuário logado no protótipo final.	115
Figura 54: Interface das telas da área de login no protótipo final.	116
Figura 55: Guia de estilo para espaçamento e elevação na interface.	117
Figura 56: Guia de estilo para cores na interface.	118
Figura 57: Guia de estilo para escala tipográfica na interface.	119
Figura 58: Guia de estilo para botões na interface.	120
Figura 59: Guia de estilo para cards na interface.	121
Figura 60: Guia de estilo para componentes de navegação na interface.	122
Figura 61: Guia de estilo para input de dados pelo usuário e notificações na interface.	123
Figura 62: Guia de estilo para ícones e figuras na interface.	124

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Síntese das informações coletadas nas entrevistas com as partes interessadas.	37
Quadro 2: Quadro de análise de similares.	43
Quadro 3: Matriz de Requisitos de Projeto.	62
Quadro 4: Tabela de resultado do teste de usabilidade com wireframes.	88
Quadro 5: Matriz de seleção de design visual da interface.	95
Quadro 6: Matriz de Seleção Tipográfica para navegação na interface.	97
Quadro 7: Matriz de Seleção Tipográfica para o ambiente de leitura.	98
Quadro 8: Tabela de resultado do teste de usabilidade com protótipo navegável.	105

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

PCB Partido Comunista Brasileiro

PCC Projeto de Conclusão de Curso

TIC Tecnologias da informação e comunicação

NBR Norma Brasileira

ISO International Organization for Standardization (Organização Internacional para Padronização)

ABNT Associação Brasileira de Normas Técnicas

ICH Inovação Centrada no Ser Humano

PCdoB Partido Comunista do Brasil

MRT Movimento Revolucionário de Trabalhadores

IVC Instituto Verificador de Comunicação

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	<b>19</b>
OBJETIVOS	22
Objetivo geral	22
Objetivo específico	22
JUSTIFICATIVA	23
MÉTODO DE PROJETO	24
Etapa Explorar	27
Análise da Etapa Explorar	28
Síntese da Etapa Explorar	30
Etapa Concretizar	31
Análise da Etapa Concretizar	31
Síntese da Etapa Concretizar	33
Etapa Avaliar	34
Análise da Etapa Avaliar	34
Síntese da Etapa Avaliar	34
DELIMITAÇÃO DE PROJETO	35
<b>DESENVOLVIMENTO</b>	<b>36</b>
ETAPA EXPLORAR	36
Análise	36
Entrevista com partes interessadas	36
Análise de Similares	41
Pesquisa de público	49
Síntese	57
Personas	57
Histórias de Usuário	60

Requisitos de Projeto	62
<b>ETAPA CONCRETIZAR</b>	<b>64</b>
Análise	64
Arquitetura da informação	64
Wireframes	70
Definição de Conceitos e Painéis semânticos	90
Síntese	93
Design visual	93
Protótipo navegável	103
<b>ETAPA AVALIAR</b>	<b>104</b>
Análise	104
Testagem com usuários	104
Síntese	107
Protótipo final	107
Guia de Estilos	116
<b>CONCLUSÃO</b>	<b>125</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>128</b>
<b>Apêndice A - Roteiro de Entrevista com Equipe Editorial do Jornal</b>	<b>132</b>
<b>Apêndice B - Sistematização das entrevistas com a equipe editorial</b>	<b>134</b>
<b>Apêndice C - Roteiro de Entrevista com Público</b>	<b>137</b>
<b>Apêndice D - Sistematização de dados das entrevistas com o público</b>	<b>138</b>
<b>Apêndice E - Wireframes desenvolvidos em papel</b>	<b>142</b>
<b>Apêndice F - Roteiro dos testes com protótipo de alta fidelidade</b>	<b>144</b>



## 1. INTRODUÇÃO

Disseminadas junto à população como elemento vigilante e comentarista do cotidiano mundial, nacional e local, as publicações jornalísticas hegemônicas<sup>1</sup> no Brasil se difundem a partir da aparência de serem algo alheio a posicionamentos políticos, propagandeando a ideia de que seu papel é o da mera denúncia dos fatos do dia-a-dia sem tomar lados. Uma análise mais cautelosa de qualquer artefato de comunicação, como textos jornalísticos ou dos próprios produtos de processos de design, demonstra que essa posição de neutralidade no que se comunica não se sustenta para além de uma primeira impressão.

É neste sentido que se encontra na literatura marxista apontamentos como o de Gramsci (1985), quando o autor aponta que viver é tomar partido, é estar inserido e conseqüentemente implicado em todo fato social e diante dele se posicionar. A partir desta ideia é possível afirmar-se que, em razão da estrutura midiática consolidada no Brasil até então, o jornalismo que hegemoniza a comunicação no país é sustentado por sua classe dominante, inevitavelmente cumprindo seu papel de classe na defesa dos interesses desta na conformação da opinião pública.

Na contramão do jornalismo hegemônico, também conhecido como jornalismo comercial, e a partir da convicção sobre a possibilidade de uma nova estrutura social que coloque fim a exploração do homem pelo homem, é que se contextualiza o jornalismo político dos comunistas no Brasil. Inserido na trama da política nacional e inspirado pela experiência da Rússia soviética, o Partido Comunista Brasileiro (PCB) registra vasta experiência jornalística, tendo publicado periódicos de ampla circulação nacional e dedicados a ampliar a mobilização pelas pautas populares bem como difundir a linha política

---

<sup>1</sup> Neste trabalho, jornalismo comercial e hegemônico são tratados como sinônimos, tendo sua definição baseada em Gramsci apud Moraes (2013), onde o autor aponta que na visão gramsciana, é a responsável pela elaboração, divulgação e unificação de concepções de mundo. Em outras palavras, jornalismo hegemônico aqui é tratado como aquele que cumpre a função de difundir conteúdo que abordam o cotidiano para a compreensão dos fatos sociais, a partir de óticas alinhadas com determinado agrupamento social mais ou menos homogêneo e preponderante.”.

partidária, por exemplo, a partir da denúncia dos fatos cotidianos decorrentes das mazelas do capitalismo no Brasil e no mundo. Notadamente, fazem parte desse portfólio jornais como “A Classe Operária”, “Voz Operária” e “Imprensa Popular”.

Permeando sua atividade desde a fundação do PCB no início do século XX, em 1922, a cultura impressa dos comunistas no Brasil não se limita aos jornais, abrangendo também materiais propagandísticos como revistas, além do material institucional do próprio partido. Tal processo possui um hiato recente, que data início nos anos 80, período caracterizado pelo movimento de investida liquidacionista contra o PCB, seguido pelo embate à este: a campanha pela legalidade e a reconstrução revolucionária do partido a partir de 1992 e melhor definida a partir de 2005 (PCB, 2014).

Resumidamente, em razão do processo de desapropriação do patrimônio partidário iniciado a partir da repressão política durante a Ditadura Empresarial-Militar de 1964 no Brasil e também da investida liquidacionista de 1993, o PCB trabalha desde aquele período até então na reconstrução também de seu trabalho jornalístico. Passando por seus processos internos e análise de elementos como a conjuntura internacional e nacional do século XXI, a formação social, econômica e histórica do Brasil e retomando os clássicos do marxismo-leninismo atualizando-os com as determinações da contemporaneidade. Aos poucos o partido volta a ganhar corpo para uma intervenção qualitativa e expressiva na movimentação política nacional e com isso inaugura uma nova publicação jornalística, o Jornal O Poder Popular, com sua primeira edição datando janeiro de 2015 e vindo a ser distribuído desde então de forma impressa com periodicidade mensal em todo o território nacional.

Atualmente os trabalhos de sistematização do acúmulo histórico do jornalismo do PCB e sua adequação à estrutura midiática vigente no século XXI se tornam necessários, e assim, uma análise teórico-prática a partir do campo de

estudo do design e dos pontos de contato entre o Jornal O Poder Popular e seu público-alvo.

Visando a importância de qualificar o Jornal O Poder Popular rumo a sua consolidação como meio propagandístico adequado aos veículos comunicacionais e estrutura produtiva e de difusão de produções jornalísticas do século XXI, é necessária a reconstrução do trabalho jornalístico do PCB de forma a não apenas satisfazer as necessidades de seu público, mas de desenvolvê-las, através da formação de seus leitores e da ampliação de seu alcance, como delimita Gramsci (2004).

Tendo desde seus primórdios a comunicação visual como um de seus sustentáculos, a publicação jornalística no século XXI diante do contexto das mídias digitais passa a contar não só com elementos de design visual como parte de sua estrutura, mas também de design de interface e interação. Tais fatores entram neste cenário também como determinantes do elemento político do produto comunicacional em questão, tendo em vista que como aponta Bonsiepe (1965) apud Carvalho e Emanuel (2015) a informação em sua expressão pura e ausente de determinações políticas e sociais não é algo que existe para além do campo das ideias.

Constata-se então a necessidade de adequar estrutural e visualmente a produção jornalística dos comunistas, levando em consideração sua efetividade não só conteudística, mas também em sua expressão visual, como contextualiza Giannotti (1988), sobre o jornalismo impresso:

Em nossa sociedade dividida em classes o jornal acaba sendo visto pela classe operária como um instrumento da classe dominante. O jornal trata de política e de negócios. E quem faz política, nesta sociedade em que vivemos, são tão somente os políticos profissionais, e negócios são assunto dos patrões e do governo. O jornal é visto como um bem de consumo da classe dominante, dessa que faz e desfaz a política e a economia. O professor, o cientista, o professor da faculdade que for fazer uma pesquisa na porta de uma fábrica sobre a leitura de

um jornal será visto automaticamente como parte deste mundo, do outro mundo, do qual o operário é excluído.

Enfim, soma-se a esse contexto a consolidação do meio digital como espaço que passa a ter protagonismo no acesso ao conteúdo noticioso, neste meio o Jornal O Poder Popular hoje se restringe à inserção via redes sociais, não possuindo veículo próprio como site ou blog. É neste campo que se situa este Projeto de Conclusão de Curso, visando propor um web app<sup>2</sup> para o Jornal O Poder Popular.

## 1.1. OBJETIVOS

### 1.1.1. Objetivo geral

A partir dos elementos teóricos e aplicados de design centrado no usuário, este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo projetar um web app para o Jornal O Poder Popular.

### 1.1.2. Objetivo específico

- Analisar as demandas apresentadas pela equipe editorial do jornal bem como as que serão identificadas no processo de levantamento bibliográfico e de dados em geral.
- Identificar as necessidades, bem como os contextos de uso de produtos jornalísticos digitais, por parte do público alvo.
- Pesquisar produtos similares e concorrentes na disputa pela formação da opinião pública como contribuição na definição de requisitos projetuais.
- Delimitar funções do produto digital em seus aspectos de interação e interface.
- Desenvolver, prototipar e testar versões do produto visando o início de um processo iterativo de adequação deste às necessidades dos usuários.

---

<sup>2</sup> Neste trabalho, o termo web app é introduzido a partir do entendimento deste equanto uma versão híbrida entre aplicativo nativo para celulares e site da internet. O modelo combina recursos dos navegadores de internet com alguns recursos do próprio aparelho celular.

## 1.2. JUSTIFICATIVA

A retomada das publicações jornalísticas do PCB se depara com um novo cenário quando analisado seu contexto no século XXI. Este se apresenta não só ao texto noticioso, mas a todo tipo de publicação anteriormente veiculada de modo impresso: a ascensão e popularização do meio digital e da internet. Canavilhas e Seixas (2014) já apontam elementos acerca da transição ao meio digital no contexto jornalístico em 2013, principalmente a partir de dispositivos móveis: os números provam que, não só a venda, como consumo de notícias através de dispositivos móveis tem crescido a cada dia no Brasil, na Europa e Estados Unidos de acordo com o Reuters Institute Digital News Report, 2013. Os autores também apontam que uma em cada três pessoas em países como Dinamarca, Reino Unido, Estados Unidos utilizam dispositivos móveis para acessar notícias de acordo com o Reuters Institute Digital News Report, 2014.

Não só os dispositivos móveis como também os computadores pessoais são meios onde o conteúdo jornalístico digital tem presença, bem como objetos informacionais diversos. Dados da pesquisa TIC Domicílios 2019, realizada pelo Centro Regional para o Desenvolvimento de Estudos sobre a Sociedade da Informação, vinculado ao Comitê Gestor da Internet no Brasil apontam que três em cada quatro brasileiros acessam a internet, o que equivale a 134 milhões de pessoas. Apesar disso, o nível de acesso é inevitavelmente sensível à condição material da população: 61% entre os que ganham menos de um salário mínimo, 86% entre os que recebem de três a cinco salários mínimos e 94% entre os usuários com remuneração acima de 10 salários mínimos.

Sendo assim, o presente Projeto de Conclusão de Curso está situado em um contexto multi e interdisciplinar onde entram em contato elementos do campo teórico, prático e político relacionados ao jornalismo e principalmente ao design. O design se insere neste como área que contribui na definição e implementação de estratégias para mediação estrutural e visual do produto digital, potencializando o

alcance, absorção e engajamento do conteúdo verbal, visual e audiovisual veiculado pelo Jornal.

Práticas e conhecimentos teóricos de design de interação, de interface e editorial se adensam para a viabilização e materialização do projeto.

### 1.3. MÉTODO DE PROJETO

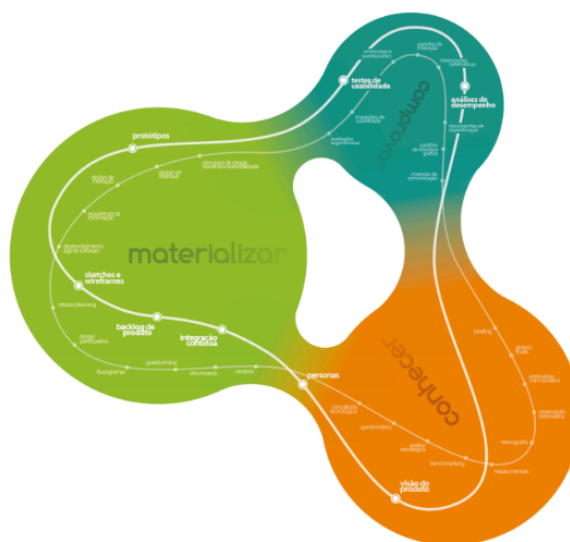
O método de projeto indica elementos dos processos que conduziram à criação do produto de design, no caso deste PCC, o web app do Jornal O Poder Popular.

Cabe destacar inicialmente, que foi necessária uma revisão e análise do que já existe contemporaneamente na área de publicações jornalísticas do Partido Comunista Brasileiro em meio digital, bem como a necessidade de aprimoramento sobre o entendimento do que é normatizado nos termos da NBR ISO 9241 (ABNT, 2011). A norma técnica indica ser útil a coleta e análise de informações sobre o contexto atual de uso do produto com o objetivo de se entender e materializar diretrizes acerca das tarefas desempenhadas pelo usuário no contexto onde o projeto se situa. A norma aponta também a análise de sistemas existentes ou similares como fonte de informações acerca de uma gama de questões do contexto, revelando necessidades, problemas e restrições que se situam no cenário de uso do produto em desenvolvimento.

Assim, a revisão bibliográfica sobre métodos para desenvolvimento de produtos digitais, principalmente a consulta da norma mencionada, indica dentre as práticas mais efetivas o uso de ciclos de iteração como recurso de aprimoramento da interface e de sua interação tendo em vista a centralidade do usuário e o retorno obtido a partir da análise de dados derivados do uso de tais produtos.

Deste modo, no presente projeto de PCC, realiza-se uma apropriação das etapas propostas por Cardoso (2012) embasadas na abordagem do desenvolvimento ágil de produtos digitais a partir da inovação centrada no usuário como forma de indicar

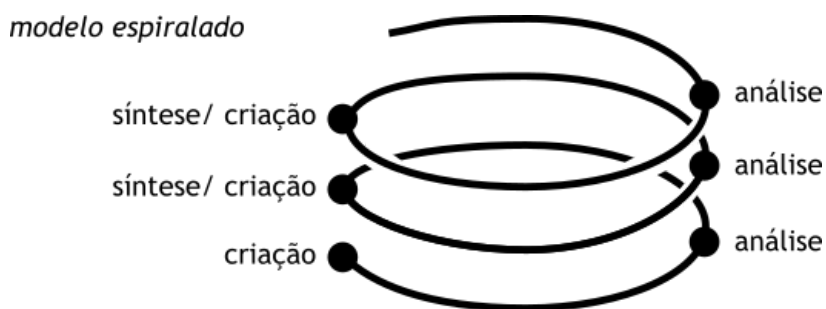
um roteiro de desenvolvimento. A metodologia formulada por Cardoso se concretiza em três grandes etapas: Conhecer, Materializar e Comprovar.



**Figura 1:** Representação visual do framework ICH. **Fonte:** Cardoso (2012).

A abordagem de Cardoso incorpora princípios necessários ao desenvolvimento do produto digital ao colocá-lo em constante avaliação e desenvolvimento. Neste sentido, o trabalho materializado (como requisitos de projeto, protótipos e afins), pode ser caracterizado como tese que é confrontada com uma antítese, o contexto de uso real, para derivar um estágio superior do projeto, uma síntese.

Assim, o produto digital se coloca em movimento, como também é proposto no modelo referenciado na abordagem dialética - vinculada à perspectiva teórica do marxismo-leninismo, corrente teórica fundante para o Jornal O Poder Popular -, que é caracterizado por Van Amstel (2016) a partir do modelo espiralado, representado a seguir:

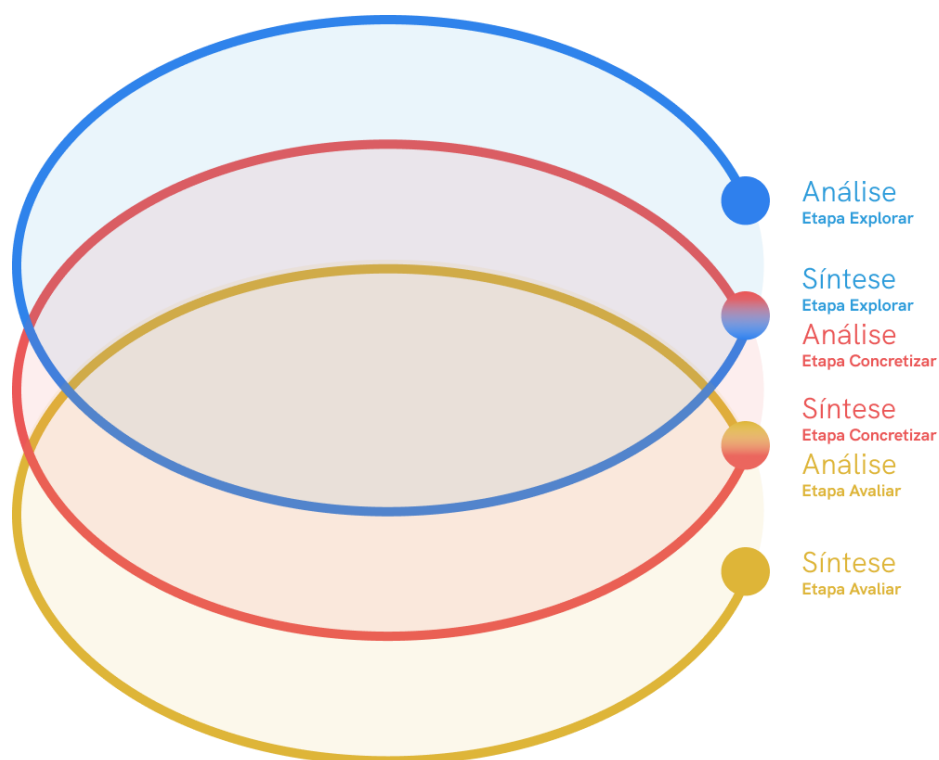


**Figura 2:** Representação do modelo espiralado de Van Amstel. **Fonte:** Van Amstel (2016). Acesso em 08 de outubro de 2020.

Van Amstel (2016) aborda o modelo espiralado baseando-se também em uma abordagem iterativa quando aponta que cada vez que um momento de um projeto é revisitado, este já está num nível mais avançado de desenvolvimento. Assim, a compreensão sobre o produto e seu contexto de uso é maior do que no primeiro contato e, portanto, a perspectiva de se obter resultados na etapa de análise é maior. Abordado a partir do modelo espiralado, o projeto se confronta cotidianamente com a realidade das partes interessadas e dos usuários, tendo como finalidade a adequação do resultante às necessidades e objetivos do veículo jornalístico bem como dos usuários do produto.

Sendo assim, com base no que foi exposto, o método de projeto adotado neste PCC seguiu três grandes fases de análises, as quais derivam sínteses que delimitam o produto digital e têm por pressuposto a iteração nos processos em desenvolvimento. As referidas fases intitulam-se explorar, concretizar e avaliar e são ilustradas na figura abaixo, onde os pontos demarcam o início e fim de cada processo, e os arcos, o desenvolvimento, ou seja, a aplicação das ferramentas ilustradas adiante. É importante reiterar que a síntese de uma etapa é também momento que deriva objetos de análise para a etapa que a segue, sendo a análise da etapa explorar a que inicia o ciclo de iteração e a síntese da etapa avaliar a que finda. A somatória das fases caracterizaria um ciclo completo.





**Figura 3:** Representação visual do método de projeto adotado. **Fonte:** Do autor, construído a partir de Amstel (2016) e Cardoso (2012).

### 1.3.1. Etapa Explorar

Caracterizada pelo uso de ferramentas relativas à definição de requisitos iniciais do projeto, a etapa Explorar compreendeu no âmbito da análise: entrevista com partes interessadas, análise de similares e pesquisa de público. A etapa gerou como síntese as personas e o mapeamento de história dos usuários, bem como requisitos do projeto. Sendo assim, a etapa pode ser apontada enquanto momento de conceituação geral do produto e definição das diretrizes do que será concretizado.

### 1.3.1.1. Análise da Etapa Explorar

#### **Entrevista com partes interessadas**

Definidas por Cooper et al. (2007) como sujeitos com autoridade e/ou responsabilidade pelo projeto em desenvolvimento, as partes interessadas, ou *stakeholders* como caracterizado pelos autores, compreendem no projeto em desenvolvimento a equipe editorial do Jornal O Poder Popular, instância que formula diretrizes e opera o jornal nacionalmente em meios digital e impresso.

A entrevista com as partes interessadas foi feita na etapa de análise em questão com fins de viabilizar o entendimento dos objetivos políticos e comunicacionais da equipe responsável pela publicação bem como de elementos do contexto técnico no qual se situa o produto em desenvolvimento. Após a análise destas, as informações coletadas na entrevista subsidiaram a geração de requisitos de projetos.

#### **Análise de Similares**

Ferramenta aplicada com finalidade de identificar funcionalidades e conteúdos de produtos similares já existentes, a análise de similares é caracterizada por Teixeira (2015) como momento para estudo acerca do que já está em prática no ambiente digital<sup>3</sup> como forma de identificação de padrões já difundidos bem como aberturas para inovação no desenvolvimento projetual. Os produtos similares são avaliados a partir de parâmetros pré-estabelecidos que tornam a análise objetiva, estes podem agregar tanto critérios pertinentes ao contexto específico do produto quanto gerais acerca da usabilidade destes.

No caso do presente projeto, os produtos foram avaliados a partir de critérios adaptados de Canavilhas (2014) quando caracteriza sete atributos que marcam e distinguem a publicação jornalística em meio digital. Sendo assim, a análise dos similares teve por critérios sua:

---

<sup>3</sup> A abordagem do conceito de ambiente digital aqui presente busca caracterizar o que integra a rede mundial de computadores em sua totalidade.

- **Hipertextualidade:** critério caracterizado pela complexidade da arquitetura do conteúdo online, que qualifica o contexto da informação veiculada e dinamiza a publicação a partir de elementos como links, por exemplo.
- **Multimedialidade:** critério caracterizado pelo uso de recursos midiáticos diversos na publicação, a exemplo de vídeos, imagens, sons e textos.
- **Interatividade:** critério caracterizado pela abertura do conteúdo jornalístico à interação com o leitor a partir de recursos como comentários e interação em redes sociais, por exemplo, bem como a interação humano-computador como elemento que potencializa a dinâmica de produção e consumo informacional.
- **Memória:** critério caracterizado por meio do uso do ambiente jornalístico digital como espaço de documentação histórica, com introdução de elementos de arquivos anteriores como parte integrante das plataformas e conteúdos.
- **Instantaneidade:** critério ligado à dinâmica da distribuição, produção e consumo da informação a partir das plataformas noticiosas online de forma imediata.
- **Personalização:** critério caracterizado pela adaptação ao usuário de aspectos de distribuição e consumo, como a responsividade da interface a diferentes dispositivos ou mesmo a customização das publicações em ordenações parametrizadas a partir de algoritmos.
- **ubiquidade:** critério caracterizado pela onipresença do conteúdo jornalístico no meio digital, presente na publicação jornalística em meio digital a partir de notícias geradas através da cobertura de fatos por toda parte e por meio de recursos diversos, como o que o autor caracteriza por jornalismo cidadão ou mesmo mecanismos de informação geolocalizada.

### **Pesquisa de público**

Desenvolvida a partir de métodos de pesquisa em design, a pesquisa com público-alvo é caracterizada como primeiro momento onde o usuário do produto é incluso em seu processo de desenvolvimento com fins de investigar questões primárias em relação ao seu comportamento diante do produto e o contexto de

tarefas em que este se insere. A partir da execução de abordagens como as aplicadas neste projeto, questionários e entrevistas, a pesquisa de público deriva informações quantitativas e também qualitativas que contribuem para o processo de geração e decisão de requisitos do produto, parametrizando a quem este está voltado. Teixeira (2015) ainda aponta a ferramenta enquanto momento de se entender a motivação do usuário para interagir com o produto, suas necessidades e anseios durante o uso bem como particularidades do comportamento do público que influenciam decisões de aspectos do projeto.

### 1.3.1.2. Síntese da Etapa Explorar

#### **Personas**

Ferramenta que viabiliza a segmentação de público a partir de aspectos geográficos, demográficos e comportamentais, a construção de personas é o momento em que a estratégia de design delimita um grupo societal prioritário com a intenção de tê-lo como alvo das decisões projetuais e faz uso da definição de usuários modelo para o qual o projeto está voltado como forma de representação de tais decisões.

Em Cooper et al. (2007) o uso da ferramenta é apontado como oposição a uma segmentação de público ampla em razão da imprecisão do produto final que tende a não se adequar a nenhum público com propriedade, tendendo a um escopo de funcionalidades pouco coeso bem como tendo na interação e interface elementos de sobrecarga cognitiva dos usuários.

É relevante ressaltar a posição da ferramenta na etapa de síntese em razão de esta ser constituída a partir de elementos derivados da pesquisa de público.

#### **Histórias de Usuário**

A construção de soluções de design a partir de histórias de usuário como caracterizado em Carroll (2007 apud Cooper et al.) foca em descrever como os

usuários realizam suas tarefas. A ferramenta entra no momento de síntese da etapa Explorar enquanto recurso que aglutina as informações e impressões obtidas a partir da análise desenvolvida e delimita um primeiro escopo de funções do produto que serão organizadas e validadas na etapa seguinte.

### **Requisitos de Projeto**

A etapa de definição dos requisitos de projeto é a responsável por atribuir o que o produto de fato é, suas limitações, objetivos prioritários e secundários, Cooper et al. (2007) também cita a atribuição pela delimitação de quais informações e capacidades os usuários requerem para uso do produto.

#### **1.3.2. Etapa Concretizar**

Na etapa concretizar as sínteses da etapa anterior foram tomadas como ponto de partida para as análises desta. As histórias de usuário geraram estudos acerca da arquitetura da informação, nos quais os usuários foram envolvidos a partir do uso da ferramenta de card sorting e a ferramenta de wireframing foi também utilizada. Também foi nesta etapa que se deu a definição de diretrizes para a delimitação de aspectos estéticos da interface. A síntese final da etapa em questão foi a geração do protótipo de alta-fidelidade que foi ponto de partida à etapa seguinte, as decisões que embasaram este momento foram justificadas e alinhadas com a etapa de síntese antecedente.

##### **1.3.2.1. Análise da Etapa Concretizar**

#### **Arquitetura da informação**

A arquitetura da informação é uma técnica que delimita o fluxo de uso do produto e sua hierarquia informacional. Garrett (2011) define arquitetura da informação

enquanto a preocupação diante do processamento cognitivo da informação por parte do usuário.

Para a definição da arquitetura da informação a partir de um processo centrado no usuário é aplicada uma ferramenta que permite a validação da hierarquia e fluxo da informação do produto quando comparado ao modelo mental<sup>4</sup> já estabelecido pelo usuário chamada card sorting. A técnica consiste em solicitar aos usuários para agruparem cartões que correspondem a funcionalidades da interface, de forma a permitir o desenvolvimento projetual parametrizado pelos padrões mais familiares aos usuários como caracterizado por Teixeira (2015). A aplicação do card sorting pode ser feita de forma fechada, com categorias pré definidas a serem preenchidas com funcionalidades pelos usuários, ou aberta, a partir da indefinição da quantidade e qualidade das categorias previamente, de forma que o usuário recebe a atribuição por esta definição.

A representação final da arquitetura da informação foi feita a partir da construção de fluxograma que organiza a interação do produto em sentido generalista, sendo que este fluxo foi desdobrado e especificado na sequência a partir dos wireframes.

## **Wireframes**

Guia visual para representação da estrutura e hierarquia da página, como definido por Teixeira (2015), os wireframes são o primeiro momento de estudo da interface do usuário bem como sua interação que podem inclusive ser validados através de testes com usuários. Os wireframes determinam uma primeira proposta de fluxo de navegação e devem ser desenvolvidos de forma que o elemento predominante seja a interação com sua carga semântica minimizada para que sejam testados os

---

<sup>4</sup> Cooper et. al. (2007) caracteriza o modelo mental enquanto o atalho cognitivo desenvolvido por usuários diante de tarefas complexas. O atalho compreende o que é necessário para o usuário articular determinada interação alienando a mecânica por trás da mesma.

esquemas de uso apresentados sem que o retrabalho seja grande na iteração pós avaliação.

### **Definição de Conceitos e Painéis semânticos**

A definição de conceitos para o web app foi feita para determinação de uma abordagem estética coesa com as necessidades dos usuários e alinhadas ao universo visual do produto.

Tais conceitos foram estudados a partir da construção de painéis semânticos, técnica que permite a geração de ideias acerca da interface visual do produto em desenvolvimento baseadas na análise sites e apps que já são familiares às personas e alinhados à identidade visual do Jornal O Poder Popular a partir do preenchimento de estruturas digitais com diferentes tipos de referências visuais (FONSECA, 2018).

#### 1.3.2.2. Síntese da Etapa Concretizar

### **Design Visual**

A definição do design visual foi a fase projetual dedicada a sintetizar as ideias coletadas nos painéis semânticos a fim de definir a abordagem estética da interface a partir de aspectos como cores, tipografia e grid alinhados aos conceitos e outros produtos que compõem o universo da marca do Jornal O Poder Popular.

### **Protótipo navegável**

O protótipo navegável é a esquematização do produto a partir das sínteses obtidas a partir das ferramentas anteriormente aplicadas. Podendo ser de baixa ou alta fidelidade, o protótipo é encarregado de simular visual e interativamente o que deve ser o produto de forma a viabilizar tanto sua testagem quanto representação para entrega aos responsáveis pelo desenvolvimento de software, como caracterizado por Teixeira (2015).

### 1.3.3. Etapa Avaliar

A última etapa compreendeu o momento de validação dos aspectos organizacionais, informacionais, estéticos e afins. O âmbito analítico da etapa está compreendido em avaliações de usabilidade, neste caso os testes com usuários. Em síntese, o que foi coletado pelas avaliações de usabilidade parametrizou o refinamento final da primeira versão do produto em desenvolvimento e o guia de estilos da interface gráfica.

#### 1.3.3.1. Análise da Etapa Avaliar

##### **Testagem com usuários**

A testagem com usuários foi mais um momento de inclusão do público-alvo no desenvolvimento do projeto com fins de avaliação e validação do que está materializado.

O desenvolvimento dos testes foi feito a partir da interação do usuário com o protótipo diante da supervisão do autor. Os testes costumam ser estruturados a partir de um momento de navegação livre seguido pela execução de um elenco de tarefas pré determinadas que devem buscar validar os padrões de interação das principais histórias de usuário e, possivelmente, aqueles mais dúbios e/ou complexos para geração de *insights* acerca de melhorias necessárias no projeto.

#### 1.3.3.2. Síntese da Etapa Avaliar

##### **Protótipo final**

Os *insights* gerados no momento de análise da etapa avaliar após aplicados no protótipo interativo geram uma primeira versão final deste.



O protótipo final encerra um primeiro processo de projeção. Após o desenvolvimento de software e algum período de implementação, dados obtidos a partir do uso podem ser fonte para um novo ciclo de iterações.

### **Guia de Estilos**

O guia de estilos é a documentação final das decisões de design feitas e delimitou especificações técnicas dos aspectos visuais do produto de forma a permitir uma maior consistência visual na totalidade da interface bem como facilitar o desenvolvimento de desdobramentos deste de forma descentralizada de acordo com Garrett (2011).

#### **1.4. DELIMITAÇÃO DE PROJETO**

O escopo do projeto visou a construção do web app do Jornal O Poder Popular desde o seu momento estratégico até o visual, de interação e informacional. Foram utilizadas para coleta de dados bem como validação destes a prática de entrevistas com a equipe editorial do Jornal, sendo que a definição de requisitos projetuais esteve subordinada prioritariamente aos critérios e práticas do design centrado no usuário como delimitadas pela NBR ISO 9241 (ABNT, 2011).

A geração de requisitos de projeto determinou a construção de protótipo interativo de alta fidelidade da interface com fins de viabilizar a execução de testes com usuários reais bem como a iteração diante dos resultados obtidos, sendo que este protótipo se ateve a planejar a interface em seu principal formato de acesso, atestado na pesquisa de público como o *mobile*.

## 2. DESENVOLVIMENTO

### 2.1. ETAPA EXPLORAR

#### 2.1.1. Análise

##### 2.1.1.1. Entrevista com partes interessadas

A partir do contato com a equipe editorial do Jornal O Poder Popular a indicação de dois representantes desta diante do projeto em desenvolvimento foi feita e ambos foram contatados separadamente para execução da entrevista com partes interessadas. Com base em requisitos adaptados a partir de Cooper et al. (2007), o roteiro de entrevistas (Apêndice A) foi pensado abordando perguntas:

- **Sobre o Jornal:** questões visando o entendimento de elementos gerais e preliminares acerca do contexto em que se insere o produto em desenvolvimento, bem como limitações e oportunidades técnicas.
- **Sobre o público:** questões visando o entendimento da impressão das partes interessadas acerca do público.
- **Sobre as metas:** questões visando o entendimento dos objetivos da equipe para com o produto em desenvolvimento.
- **Sobre similares:** questões visando a indicação de similares pelas partes interessadas que poderiam subsidiar os produtos entendidos enquanto concorrentes e/ou similares.

O Quadro 1 expõe uma síntese das informações apresentadas pelos entrevistados a partir das questões. Tanto neste quanto na tabulação completa dos dados (Apêndice B) a identidade dos entrevistados foi resguardada, porém cabe ressaltar que na equipe editorial do jornal o Entrevistado 1 desempenha funções mais voltadas ao desenvolvimento do jornal impresso enquanto o Entrevistado 2 trabalha principalmente com a gestão das redes sociais deste bem como do conteúdo audiovisual.

**Quadro 1:** Síntese das informações coletadas nas entrevistas com as partes interessadas.

<p><b>Sobre o Jornal</b></p>	<p>Ambos apontam a dificuldade de adequação das publicações jornalísticas do PCB ao meio digital bem como a assimilação deste por parte do conjunto dos membros da organização política.</p> <p>O Entrevistado 1 vê o jornal impresso como veículo que permite um contato dirigido com o público almejado, coisa que vê como dificultada no meio digital.</p> <p>O Entrevistado 2 aponta que o conteúdo do jornal impresso se caracteriza mais enquanto publicação opinativa do que jornalística, impressão endossada pelo Entrevistado 1. Coloca também que o conteúdo do site partidário cumpre melhor o papel de veículo jornalístico neste sentido em razão do fator temporal e do caráter dos textos quando comparado à publicação impressa.</p> <p>Também o Entrevistado 2 aponta que hoje o site partidário predomina sobre o trabalho jornalístico do PCB. Sobre o site ainda caracteriza este como um espaço misto entre um agregador de textos jornalísticos externos e também difusor de conteúdo opinativo original.</p> <p>O Entrevistado 1 expõe que a equipe editorial atual ainda é enxuta, o que acaba gerando um produto final impresso com poucos textos, principalmente tendo em vista sua publicação com periodicidade mensal. Sobre a equipe do site partidário expõe que existe uma pessoa que administra o Wordpress do site partidário, que atualmente publica notícias, e outra que faz a curadoria de conteúdo.</p> <p>Também sobre a equipe o Entrevistado 2 aborda sobre os responsáveis pelo trabalho jornalístico nas redes sociais: Um grupo que agrega militantes de todo território nacional voltado ao trabalho de comunicação.</p> <p>Estão presentes no Instagram, Twitter, Facebook e Youtube.</p> <p>O Entrevistado 2 coloca também que muito do que deve ser o web app do Jornal em termos de conteúdo é o que está presente no Facebook deste hoje.</p>
<p><b>Sobre o Público</b></p>	<p>O Entrevistado 1 define o público alvo como o povo trabalhador em geral, o jovem trabalhador principalmente. Trata principalmente do impresso. Aponta que camadas médias da sociedade são o público atual.</p> <p>O Entrevistado 2 expõe que o público atual do jornal é consequência da faixa demográfica onde o trabalho partidário se desenvolve mais, nesse sentido pode ser caracterizado pelo trabalhador mais intelectualizado. Aborda dados do público da página do Facebook do Jornal: No âmbito da escolaridade: Com graduação, pós-graduação acima da taxa média do próprio Facebook; no âmbito profissional: Serviço Social, Artes, Saúde, Servidores Públicos como áreas majoritárias dentre o público; no âmbito de gênero: 50/50. Apesar disso, entende o público atual como distinto do público alvo, acredita que o conteúdo semanticamente acaba limitando muito o alcance da produção jornalística ao trabalhador menos escolarizado, com o qual se objetiva ampliar o diálogo.</p>
<p><b>Sobre objetivos</b></p>	<p><b>os</b></p> <p>O Entrevistado 1 entende a criação de ambiente em meio digital como um objetivo da equipe. É também pensada a reformulação do projeto gráfico do jornal impresso, mas a longo prazo.</p> <p>O Entrevistado 2 aponta que na história dos Jornais que o PCB já teve existiu muito a interação entre estes e os trabalhadores de fora do Partido. Sessão de cartas,</p>

	denúncias e afins são exemplos das publicações oriundas desta interação. Aponta que é necessária a abertura desse espaço no meio digital.
<b>Sobre similares</b>	<p>O Entrevistado 1 aponta não como concorrentes, mas sim sites parceiros, que inclusive são fontes de conteúdo para publicação no site do PCB, os sites LavraPalavra e Revista Ópera,</p> <p>O Entrevistado 2 acredita que concorrem com o Jornal O Poder Popular no meio digital imediatamente os sites: Vermelho, Brasil 247, Esquerda Diário, entre outros jornais de partidos de esquerda. Principalmente o Vermelho e o Esquerda Diário. Acredita que jornais hegemônicos não são identificados como concorrentes tendo em vista que apesar de atingirem o público-alvo, têm estrutura material e alcance extremamente maiores que o Jornal O Poder Popular.</p>

**Fonte:** Autor.

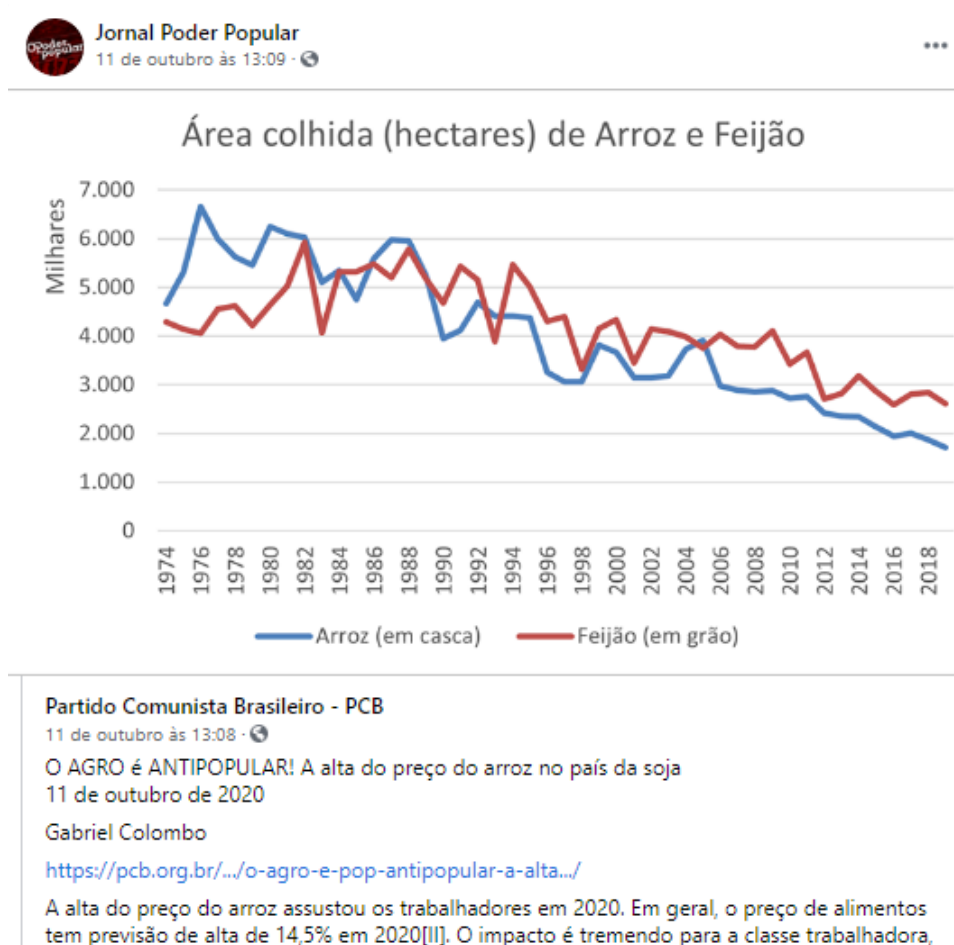
Analisando as informações oriundas das entrevistas algumas hipóteses podem ser desenhadas ao projeto visando o alinhamento entre os usuários e as partes interessadas.

Primeiramente é importante reiterar que a entrevista atesta a necessidade de um web app próprio ao jornal. Apesar disso, a definição de objetivos do que pode constituir tal produto ainda é difusa por parte da equipe, sendo que hoje as publicações jornalísticas partidárias têm sua distribuição feita diariamente em meio digital a partir do site institucional do PCB, assim, este trabalho de atualização de conteúdo se direcionará ao produto em desenvolvimento após implementado.

Abordando o aspecto conteudístico das publicações se evidencia que a semântica destas é fator que dificulta a eficácia da estratégia de público do jornal. Também o aspecto conteudístico, aliado a configuração da equipe dedicada ao trabalho jornalístico, demonstra que o produto em desenvolvimento veiculará conteúdo do próprio Jornal O Poder Popular mas também de outros grupos jornalísticos que passam por uma curadoria. Sendo assim, o web app em desenvolvimento se caracteriza como portal jornalístico mas também como um agregador, caracterizado por (Torres apud Canavilhas e Seixas, 2014) como produto que disponibiliza em uma única página publicações de veículos diversos.

Analisando-se o conteúdo publicado na página do Facebook do Jornal, apontado enquanto referência para se pensar o que será veiculado no ambiente, é possível se constatar que as publicações são em suma compostas por:

- gráficos, tabelas (figura 4A) e imagens acompanhados de texto (figura 4B), o qual por sua vez estruturado em dois níveis de título, além do corpo de texto;
- conteúdo audiovisual, como transmissões ao vivo (figura 5), reportagens e similares;



**Figura 4A:** Captura de Tela de publicação de gráfico na página do Facebook do Jornal. **Fonte:** Autor.



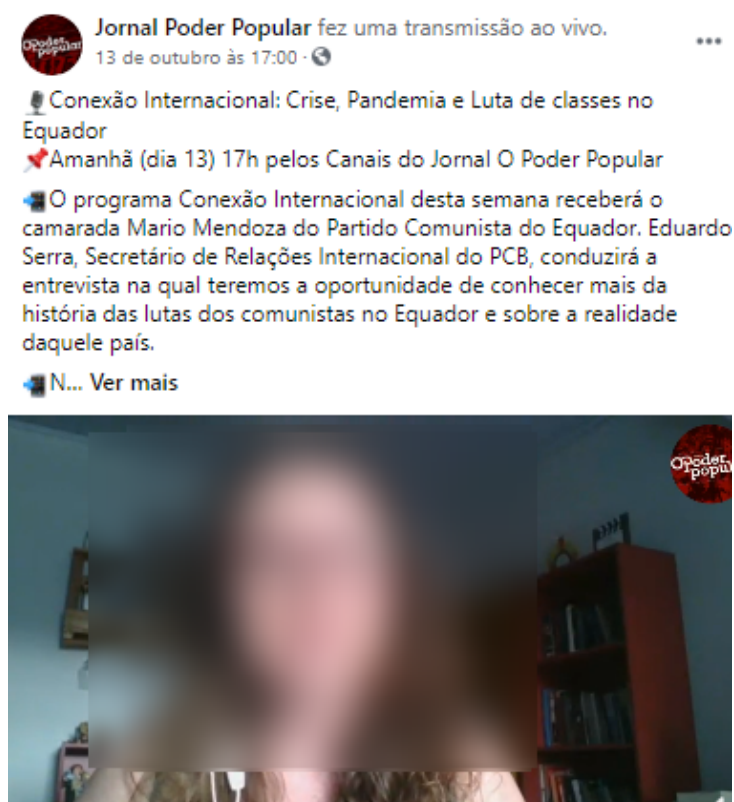
## O desastre econômico da administração de Paulo Guedes

 JORNAL PODER POPULAR · QUARTA-FEIRA, 2 DE SETEMBRO DE 2020 · TEMPO DE LEITURA: 12 MINUTOS 

*Edmilson Costa\**

Os últimos números anunciados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

**Figura 4B:** Captura de tela de publicação de texto na fanpage do Jornal no Facebook. **Fonte:** Autor.



**Figura 5:** Captura de tela de publicação audiovisual na página do Facebook do Jornal. **Fonte:** Autor.

O público-alvo por sua vez se demonstra na entrevista dentre os elementos mais indefinidos pela equipe na estratégia de comunicação do jornal, já que definem um público amplíssimo - os trabalhadores brasileiros. Conforme apontam Nããtãnen e Summala apud Frascara (2000), a comunicação visual dirigida a grupos específicos tende a ser mais eficaz do que a genérica, complementando o argumento, em Lenine (1902) é encontrado a definição do trabalho jornalístico do partido comunista enquanto organizador coletivo da atuação dos militantes deste, elemento que unifica nacionalmente a atividade político-partidário, a partir de tais apontamentos é possível delimitar que o trabalho de divulgação do jornal e por consequência seu alcance, está intimamente vinculado a atuação do próprio partido, ou seja, o público do jornal se segmenta em função dos campos de influência do PCB.

Por sua vez, a audiência atual das redes sociais demonstra parcialmente o alcance oriundo da influência do PCB e seu jornal na sociedade brasileira no meio digital como informado na entrevista, ou seja, tem-se como central o público com ensino superior, de todos os gêneros, de todo território nacional e engajado com as pautas progressistas. Apesar disso, como é objetivo da equipe do jornal o alcance de público menos escolarizado, este fator deve ser levado em consideração para decisões de projeto e também sendo ponderada a complexidade da comunicação no produto final que perpassa a semântica verbal do conteúdo veiculado.

Por fim, é interessante destacar a indicação da necessidade de espaços que permitam a contribuição do leitor ao conteúdo veiculado no portal tendo em vista a adequação de formas do trabalho jornalístico do PCB durante sua história ao meio digital, elemento que pode distinguir o produto final do Jornal O Poder Popular conteudística e estruturalmente.

#### 2.1.1.2. Análise de Similares

Buscando-se uma gama diversa de informações pertinentes ao projeto, foram analisados os seguintes produtos:

- **Vermelho**, portal do jornal oficial do Partido Comunista do Brasil - PCdoB <<https://vermelho.org.br/>>.
- **Esquerda Diário**, portal do jornal oficial do Movimento Revolucionário dos Trabalhadores (MRT), organização política brasileira <<https://www.esquerdadiario.com.br>>.
- **Brasil 247**, portal brasileiro de grupo jornalístico independente <<https://www.brasil247.com/>>.
- **CartaCapital**, portal da revista semanal brasileira CartaCapital, sob responsabilidade de grupo jornalístico privado <<https://www.cartacapital.com.br>>.
- **Folha**, portal de notícias brasileiro mantido pelo Grupo Folha e colocado em primeiro lugar no ranking de circulação de exemplares digitais durante o primeiro trimestre de 2020, de acordo com dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC). <<https://www.estadao.com.br>>.

Os portais submetidos à análise se situam dentro do escopo de sites nacionais que disputam prioritariamente o público progressista, caracterizado pela equipe do Jornal O Poder Popular como público atual deste, com exceção do site do jornal Folha, escolhido em razão de sua inserção junto ao grande público no país, bem com seu desempenho em ranking de circulação em meio digital, podendo indicar boas práticas da publicação noticiosa online em aspectos generalistas.

Para fins de sistematização da análise, em cada um dos similares os critérios já apontados foram considerados e qualificados de acordo com o uso destes. A qualificação foi sistematizada em três enquadramentos de acordo com o cumprimento do uso adequado e efetivo dos aspectos conforme apontado em Canavilhas (2014). Codificados com cores para facilitar a visualização dos dados no quadro de análise, os enquadramentos são:

- Cumpre;
- Não cumpre;
- Cumpre em parte.



A análise foi desenvolvida a partir da interação com os portais via *smartphone Android* e simultaneamente via computador.

**Quadro 2:** Quadro de análise de similares.

	Vermelho	Esquerda Diário	Brasil 247	Carta Capital	Folha
<b>Hipertextualidade</b>	Cumpre em parte	Cumpre	Cumpre	Cumpre	Cumpre
<b>Multimedialidade</b>	Cumpre	Cumpre	Cumpre	Cumpre	Cumpre
<b>Interatividade</b>	Cumpre	Cumpre	Cumpre	Não cumpre	Cumpre
<b>Memória</b>	Não cumpre	Cumpre em parte	Não cumpre	Cumpre em parte	Cumpre
<b>Instantaneidade</b>	Cumpre	Cumpre	Cumpre	Cumpre	Cumpre
<b>Personalização</b>	Cumpre em parte	Cumpre em parte	Cumpre em parte	Cumpre em parte	Cumpre em parte
<b>Ubiquidade</b>	Cumpre	Cumpre em parte	Cumpre	Cumpre em parte	Cumpre

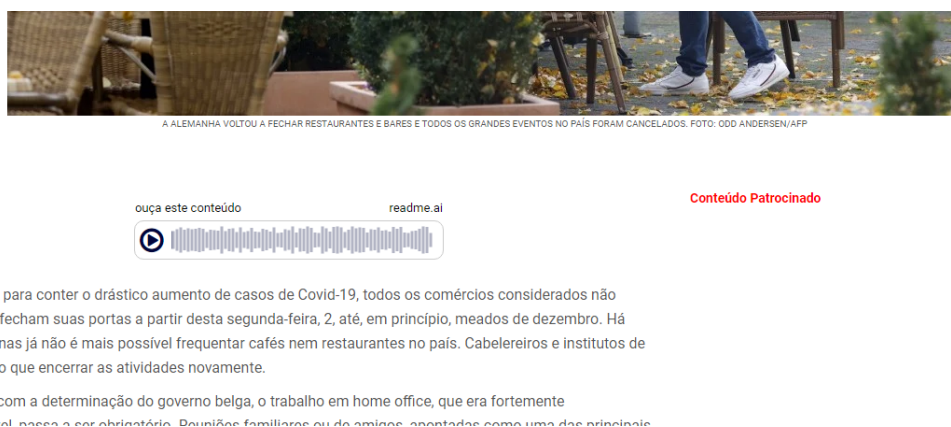
**Fonte:** Dados do autor.

Realizadas as análises, foi possível identificar padrões presentes nos produtos similares que contribuem para a formulação das diretrizes do presente projeto a partir dos critérios definidos.

Abordando as constatações a partir dos critérios estudados, é possível apontar que o uso da hipertextualidade em todos os similares analisados sempre está presente a partir de hiperlinks inseridos no próprio texto remetendo a conteúdos situados no escopo da publicação que se acessa, sendo que o recurso também está presente por exemplo, em campos dedicados a indicação de publicações com temas afins ao leitor após o fim de uma notícia. Cabe ser citada a ausência da adaptação das publicações ao meio digital no caso do Vermelho, que não usa de nenhum recurso

de hipertexto além da indicação de textos similares fora da publicação, por isso se enquadrando como critério parcialmente cumprido.

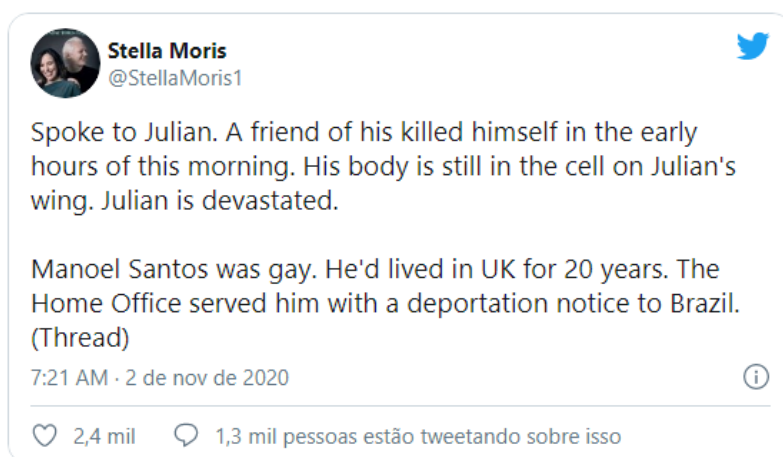
A multimídia esteve presente unanimemente em todos os portais a partir da incorporação de imagens e vídeos nas publicações. Para além destes recursos, o site da Folha permite também a interação com gráficos e tabelas, que facilita a visualização dos dados apresentados de acordo com o *input* do usuário, enquanto os outros portais se limitaram a usar recursos do tipo no formato de imagens. Cabe se destacar o recurso de conversão de texto em áudio, ampliando a acessibilidade do conteúdo publicado, encontrado no site da CartaCapital (figura 6) e também o uso de postagens de redes sociais incorporadas em publicações, encontrada no site do Brasil247 (figura 7), remetendo também ao critério da ubiquidade.



**Figura 6:** Captura de tela ilustrando o recurso de conversão do texto em áudio no portal da CartaCapital. **Fonte:** Autor.

um ano e meio, aguardando o julgamento de um pedido de extradição feito pelo governo dos EUA, que o acusa dos crimes de espionagem e conspiração.

Confira a postagem de Stella Moris sobre o assunto.



**Figura 7:** Captura de tela ilustrando a incorporação de postagem do Twitter em uma publicação do portal do Brasil 247. **Fonte:** Autor.

Em termos de interatividade, todos os portais analisados fizeram uso de tal recurso a partir de campos dedicados à submissão de comentários por parte do leitor nas respectivas publicações, além de botões dedicados ao compartilhamento destas no Twitter e Facebook. Este recurso se demonstrou central a partir da entrevista com público, que permitiu a identificação de redes sociais como principais espaços de distribuição e busca por conteúdo noticioso.

É exceção deste caso o portal da CartaCapital, que não apresentou nenhum recurso de interação inserido nas publicações diretamente. E se destaca a forma como o site da Folha faz o uso do recurso de redes sociais, incorporando a opção de compartilhamento em rede social já nos *cards* de notícias da página inicial (figura 8).



**Figura 8:** Captura de tela ilustrando o recurso de compartilhamento em redes sociais do portal da Folha com destaques do autor. **Fonte:** Autor.

O estudo dos similares também indicou que aspectos vinculados à memória das publicações dos jornais analisados só estiveram presente no portal do jornal Folha, que possui uma página dedicada ao acervo do portal e também faz o resgate de publicações anteriores em novas notícias a partir de hiperlinks. Este recurso também é utilizado pelo Esquerda Diário e pela CartaCapital, enquanto o estudo do Vermelho e do Brasil 247 não identificou nenhum elemento que cumprisse com tal critério.

O critério da instantaneidade foi unanimemente cumprido pelos similares analisados, o uso do recurso de campo dedicado a veicular chamadas às últimas notícias publicadas foi identificado no layout das páginas iniciais do Vermelho, do Esquerda Diário e do Brasil 247, o último possuindo também um campo na página inicial que

incorpora o canal do Youtube do jornal ao vivo. Os sites da CartaCapital e da Folha, por sua vez, cumprem o critério a partir de páginas dedicadas às últimas notícias. A Folha também veicula chamadas às publicações recentes como indicação no fim de cada notícia que se abre no site.

O estudo da personalização dos produtos analisados permitiu a identificação da responsividade da interface a diferentes formatos de tela como elemento unânime em todos os portais, e tratando-se do Vermelho e do Esquerda Diário, o único recurso pelo qual cumprem o critério. Outro recurso também identificado como pertinente à personalização e presente nos sites do Brasil 247, da CartaCapital e da Folha foram mecanismos de notificação do usuário mediante novas publicações a partir de newsletters e recursos para a inclusão dos portais em ferramentas que agregam notícias de diversas fontes, como o Google News. Um grau maior de personalização também é proporcionado pela CartaCapital e pela Folha mediante pagamento de uma assinatura mensal, que dão direito a benefícios como acesso a publicações exclusivas dos jornais. Atributos com a segmentação de conteúdo a partir de temas de interesse individuais ou mesmo a adaptação de elementos da interface visual como cor ou tamanho da tipografia não foram encontrados em nenhuma das análises.

Por fim, a ubiquidade foi critério cuja análise se deu a partir do conteúdo das publicações e da abertura à contribuição do leitor nos portais. O conteúdo em todos os portais possui um grau de integração com elementos derivados de diversos ambientes da rede mundial de computadores, principalmente das redes sociais, sendo este o único meio que se identificou a presença do critério nos portais do Esquerda Diário e da Carta Capital. Os portais do Vermelho, do Brasil 247 e da Folha possuem indicação de formas para submissão de conteúdo pelo leitor para publicação, cabendo destaque à Folha que, diferentemente dos outros que indicam e-mails para o envio de contribuições, possui um formulário que já delimita a forma do envio (figura 9).

Caso você presencie algo que possa influenciar o dia a dia de outras pessoas ou de sua cidade preencha o formulário abaixo com um texto final ou informações sobre o fato que você deseja ver publicado. Após a apuração dos dados, seu texto ou imagem poderá ser publicado.

#### PREENCHA OS DADOS

Nome

E-mail\*

Telefone

Local

Resumo da informação\*

Quando

Horário

#### ARQUIVOS

Tamanho dos anexos não poderá ultrapassar 3MB.

Vídeos: .avi, .mpeg, .wmv, .mp4, .3gp

Imagens: .jpeg, .gif, .png, .bmp

Som: .mp3, .wav, .wma

Documentos: .doc, .xls, .pdf, .txt

SELECIONE O ARQUIVO

Autorizo a reprodução das informações acima e a utilização do meu nome nos créditos.

ENVIAR

\* Campos obrigatórios

**Figura 9:** Captura de tela do formulário de submissão de pauta ao portal da Folha.


**Fonte:** Autor.

Para além dos elementos observados a partir dos critérios delimitados, se destacou o fato de a CartaCapital ter função diretamente similar à uma das características indicadas na entrevista com as partes interessadas como importantes ao Jornal O Poder Popular, que é a republicação de notícias de grupos parceiros. A forma da publicação no caso deste similar segue como o conteúdo original do próprio grupo, porém com a indicação da fonte no cabeçalho e rodapé do texto (figuras 10 e 11).

CARTACAPITAL

## Europa volta a usar o lockdown para frear nova onda de Covid-19

Países como Bélgica, França e Alemanha fecharam lojas, restaurantes e bares

 RFI  2 DE NOVEMBRO DE 2020

**Figura 10:** Captura de tela de cabeçalho de notícia original da Radio France Interationale no portal da CartaCapital. **Fonte:** Autor.



RADIO FRANCE INTERNATIONALE

Rádio pública francesa que produz conteúdo em 18 línguas, inclusive português. Fundada em 1931, em Paris.

**Figura 11:** Captura de tela de rodapé de notícia original da Radio France Interationale no portal da CartaCapital. **Fonte:** Autor.

### 2.1.1.3. Pesquisa de público

#### Questionário de público

A pesquisa de público foi executada em dois momentos. O primeiro consistiu no envio de questionário a partir das redes sociais a grupos de pessoas que militam em ou têm proximidade com movimentos sociais diversos em todo território nacional. O objetivo desta primeira etapa foi coletar informações acerca dos hábitos de consumo de publicações jornalísticas em meio digital pelo público que já está no escopo que o Jornal O Poder Popular alcança. As perguntas, resultados e discussões são apresentados a seguir.

Quanto ao perfil sócio-demográfico dos 35 respondentes, observa-se que a principal faixa etária é a que abrange pessoas dos 13 aos 29 anos de idade e escolaridade do grupo com graduação incompleta ou em curso, como ilustra a figura 12.



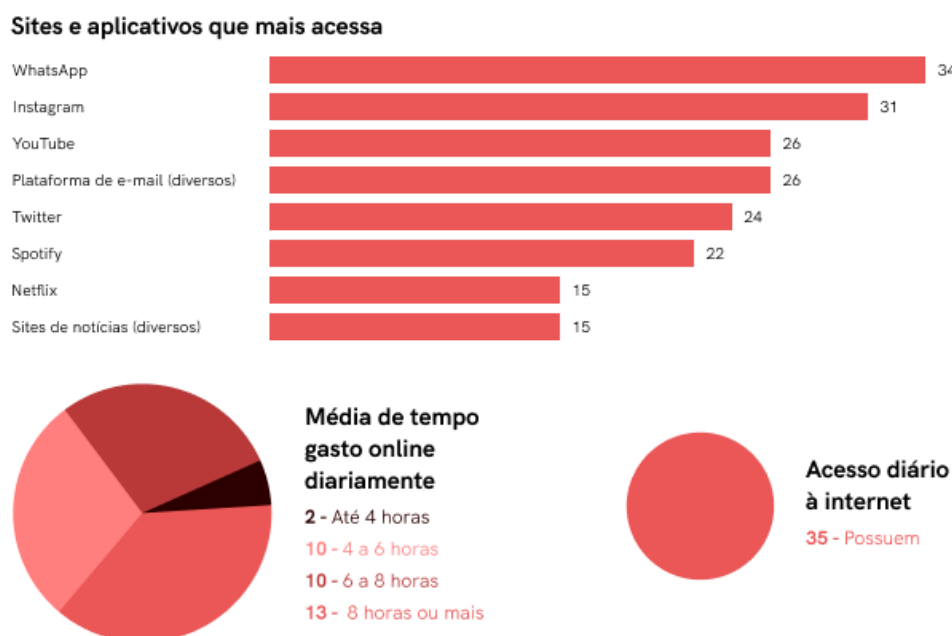
**Figura 12:** Respostas do questionário de público - Dados demográficos. **Fonte:**

Autor.



Os dados demográficos referentes ao público do questionário permitem a qualificação da abrangência deste como uma amostragem limitada comparativamente aos dados do público de páginas do Jornal O Poder Popular em redes sociais, informados na entrevista com as partes interessadas, por ter em sua maioria respostas de estudantes de graduação, por exemplo. Ainda assim, são dados úteis pois tal grupo é expressivo dentre as bases do PCB e, por consequência, do jornal, como também é possível ser verificado nos dados mencionados na entrevista com as partes interessadas.

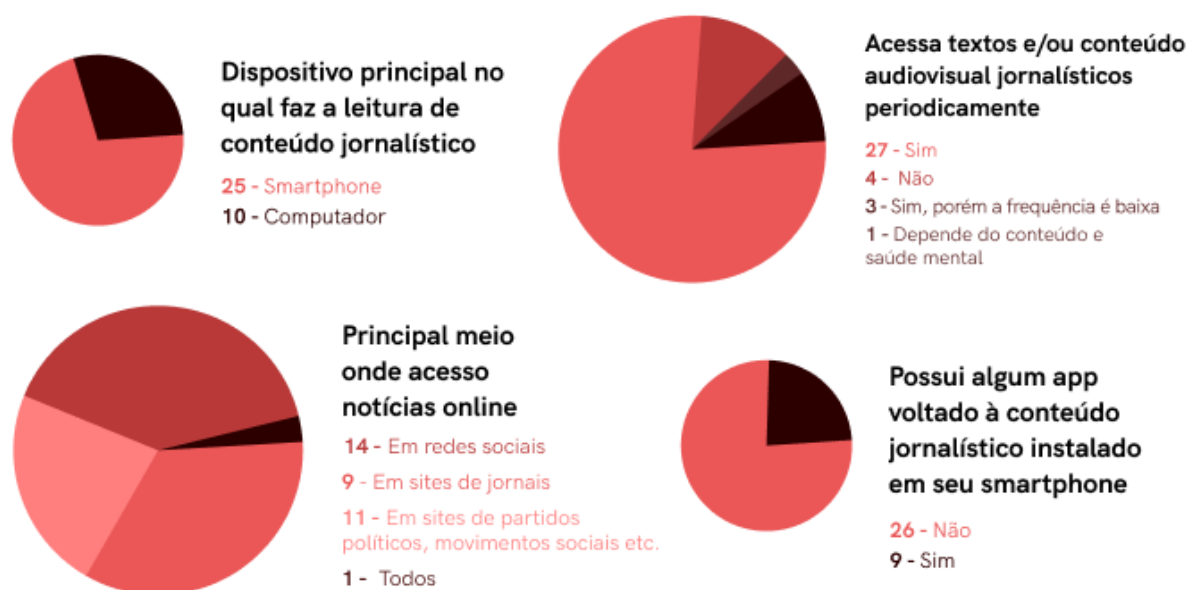
Quanto aos hábitos no ambiente digital por parte dos respondentes, a partir da figura 13 destaca-se a identificação de redes sociais como principal forma de uso deste espaço, seguidas por uso de plataformas de e-mails e tendo o acesso direto a sites de notícias como um dos usos com menor adesão. O acesso diário à internet e uma média de uso desta acima de 4 horas também são padrões evidenciados a partir das respostas. Cabe destacar que estes dados provavelmente foram influenciados pelo contexto da pandemia da COVID-19, período em que se desenvolveu este projeto.



**Figura 13:** Respostas do questionário de público - Hábitos no ambiente digital.

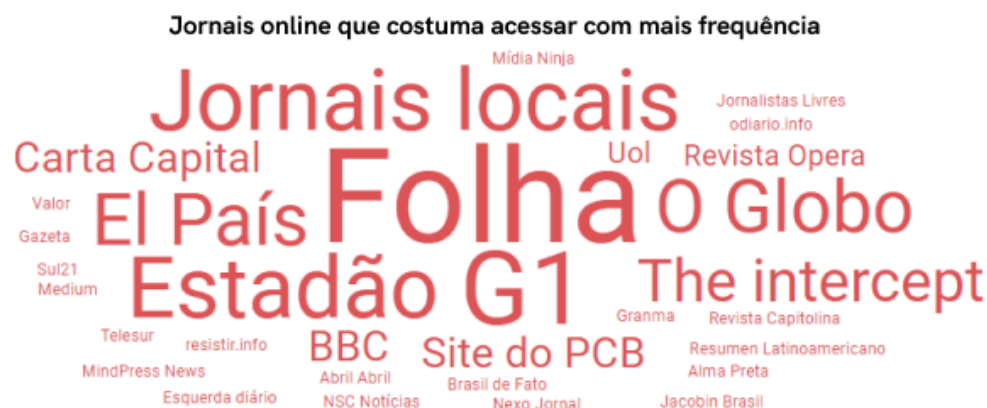
**Fonte:** Autor.

Com relação aos hábitos de leitura, as questões buscavam identificar de que modo e a partir de quais dispositivos os respondentes liam notícias na internet. O questionário também viabilizou a identificação do público alcançado como tendo hábito de acesso a conteúdo jornalístico com frequência expressiva e, como reflexo dos hábitos gerais de uso serem centrados nas redes sociais pela maioria das pessoas questionadas, também se constatou que estes ambientes estão dentre os principais meios de difusão de conteúdo junto ao público.



**Figura 14:** Respostas do questionário de público - Hábitos de acesso a conteúdo jornalístico (primeira parte). **Fonte:** Autor.

Tratando-se da forma da tecnologia, também foi possível constatar que a interação dos usuários questionados com publicações jornalísticas online se dá majoritariamente via smartphone. Porém em poucos casos tal uso é feito a partir de um aplicativo dedicado a esta função, e sim a partir de navegadores de rede.



**Quando faz a leitura de conteúdo jornalístico online, como costuma engajar com este**

**Curte, comenta e/ou compartilha via rede social**

**Os que possuem local de atuação militante, articulam o trabalho político cotidiano com a propaganda em meio digital das seguintes formas:**

**Engajamento de publicações via redes sociais próprias**  
Adição de síntese/comentário próprio sobre publicação via redes sociais próprias  
 Criação para e gestão de redes sociais de páginas de coletivos políticos  
Criação de publicações via redes sociais próprias  
Divulgação de eventos via redes sociais próprias

**Figura 15:** Respostas do questionário de público - Hábitos de acesso a conteúdo jornalístico (segunda parte). **Fonte:** Autor.

Por fim, foi identificado acesso expressivo a jornais locais por parte do público, além de o contexto das redes sociais ter sido reafirmado também como espaço onde o trabalho político das pessoas questionadas é integrado com a divulgação de propaganda política em meio digital e também como meio onde é centrado o engajamento por parte do público.

### **Entrevistas de público**

Com o objetivo de aprofundar a investigação do comportamento de usuários que apresentaram mais envolvimento com a temática do projeto, realizou-se um segundo contato que consistiu na execução de entrevistas com algumas das

peças que responderam ao questionário previamente mencionado. A seleção desses usuários foi parametrizada por critérios de investigação de hábitos de usuários experientes de produtos similares e de potenciais usuários do produto resultante deste PCC, parâmetros adaptados de Cooper et al. (2007). Foram selecionadas cinco pessoas a serem contatadas, sendo que os critérios à seleção foram estabelecidos como os seguintes perfis:

- uma pessoa selecionada randomicamente com o objetivo de validar o roteiro da entrevista;
- uma pessoa de escolaridade abaixo do ensino superior e uma que não tem espaço de atuação política, mas demonstra interesse na leitura de publicações jornalísticas similares, visando analisar o contexto e hábitos de acesso a publicações jornalísticas online de sua parte, tendo em vista que estes são perfis enquadrados pela equipe do Jornal como estratégicos (entrevistados 1 e 2);
- duas pessoas que apresentaram ter hábitos de uso intensivo do ambiente digital e de publicações jornalísticas online, visando identificar suas impressões sobre o contexto onde se situa o PCC em desenvolvimento (entrevistados 3 e 4);

O roteiro de perguntas realizadas na entrevista buscou resgatar elementos já presentes no questionário para aprofundá-los. Também incluiu novos fatores, sendo que a entrevista piloto indicou apenas a necessidade da supressão de questões estritamente objetivas que viriam a ser redundantes já que os usuários já haviam respondido ao questionário, como nome e estado de residência. O roteiro final da entrevista está descrito na íntegra no Apêndice C, enquanto suas respostas estão tabuladas no Apêndice D.

Com o objetivo de destacar os aspectos principais identificados nas entrevistas, foi elaborada uma síntese das respostas de acordo com aspectos que foram identificados como relevantes ao projeto.

Nas questões relativas à periodicidade de acesso a conteúdo jornalístico cabe ressaltar que o **acesso diário a notícias** foi mencionado unanimemente em todas as entrevistas, assim como foi **unânime o acesso ser feito principalmente via internet**.

Além disso, o entrevistado 2 comentou ter hábito de assistir a jornal televisivo ao menos uma vez ao dia e o entrevistado 4 comentou ter por costume a leitura de notícias em jornal impresso quando possível, por julgar ser mais confortável.

Questionados sobre dispositivos usados e hábitos de acesso a notícias online, os entrevistados 2 e 3 apontam que têm preferência pela leitura de notícias online via smartphone, enquanto o restante via computador. A leitura dos entrevistados 1 e 4 se dá por smartphone **apenas quando são direcionados ao conteúdo via rede social**, evento que é apontado pelo primeiro como muito presente no seu dia-a-dia.

Apenas o entrevistado 2 apontou ter instalado em seu smartphone um app dedicado exclusivamente à leitura de notícias, tendo apontado que não gosta de ler este conteúdo via navegador do smartphone.

Foi unânime dentre os entrevistados a constatação de que **não têm costume de fazer a leitura de um mesmo texto em diferentes dispositivos**, tendendo a seguir até o fim a partir de onde iniciaram. Cabe destaque ao que menciona o entrevistado 4 neste ponto, onde relata que geralmente quando lendo via smartphone algum texto mais extenso tende a deixar a leitura para outro momento via computador mas acaba nunca retomando-o.

A forma com a qual encontram novas notícias online bem como a relação que têm com mecanismos de notificação foi tema das questões apresentadas. Nestes aspectos a busca de novidades por meio de **ferramentas de busca** como o Google foi mencionada pelos entrevistados 1 e 4, sendo que o primeiro e também o segundo entrevistado apontam as **redes sociais** como meio onde se atualizam cotidianamente. Os entrevistados 3 e 4 apontam a procura por conteúdo **diretamente em portais de notícias** como forma principal que realizam esta tarefa.

No tocante ao recebimento de notificações, tanto o entrevistado 3 quanto o 4 apontaram não fazerem uso nem terem interesse em tal mecanismo. Os entrevistados 1 e 2 recebem notificações em seus smartphones e julgam ser uma forma interessante de se manterem atualizados para além da busca ativa por novidades. Além disso, o segundo aponta que está inscrito em newsletter que recebe via e-mail.

Os entrevistados também foram interrogados sobre funcionalidades e diretrizes visuais que valorizam em portais noticiosos, sendo que dentre as respostas se destacam:

- indicação de notícias relacionadas ao que lê anexada ao conteúdo (entrevistado 1);
- diagramação bem hierarquizada e pouco adornada (entrevistados 2, 3 e 4);

- ter todo o conteúdo na tela inicial, fator que lhe dá a impressão de menos trabalho já que é reduzida a quantidade de cliques que precisa dar para encontrar algo (entrevistado 3);
- ter a sequência de notícias na página inicial organizada em ordem cronológica, não uma divisão arbitrária entre editorias (entrevistado 4).

E são elementos que os entrevistados apontaram que não lhes apeteçam:

- anúncios de publicidade em meio às notícias (entrevistado 2);
- interrupções na leitura, como a indicação de outros conteúdos no meio de um texto (entrevistado 3);

Sendo que são elementos funcionais e visuais que julgam importantes ao produto em desenvolvimento neste PCC:

- o uso de elementos já convencionados no design de portais noticiosos (entrevistado 1);
- a limpeza visual na interface e bom planejamento da segmentação do que entra na página inicial (entrevistado 4).

Sendo assim, a entrevista permitiu a identificação de padrões unânimes dentre os usuários e também singulares de acordo com seu respectivo perfil. É possível afirmar, por exemplo, a preferência pelo uso das redes sociais como forma de encontrar notícias ou até mesmo lê-las, bem como receber notificação de novidades, por parte dos usuários enquadrados como alvo atual do Jornal O Poder Popular. Por outro lado, é possível afirmar que de acordo com a entrevista o contrário é estabelecido para os usuários que são públicos atuais do jornal, preferem buscar notícias por conta, sem notificações, e diretamente nos portais dos jornais que têm interesse.

Em relação à tecnologia, identificou-se que o smartphone é meio pelo qual o acesso se dá majoritariamente, de acordo com o questionário (figura 14), sendo que a entrevista permitiu a constatação da ausência de um padrão consolidado que indique o que determina este comportamento para além de particularidades do contexto da atividade profissional e/ou de estudo do usuário. Este aspecto, dedutivamente, justifica o motivo de o celular ter protagonismo no questionário. A entrevista do usuário 3 permitiu também a identificação de uma necessidade do público atual por uma forma de salvar notícias para ler depois quando deseja transicionar entre um dispositivo e outros, apesar de ser algo periférico em seu hábito de leitura.

As sugestões ao produto deste PCC feitas pelos usuários entrevistados apontam a necessidade de uma análise e decisão criteriosas no tocante a arquitetura do web

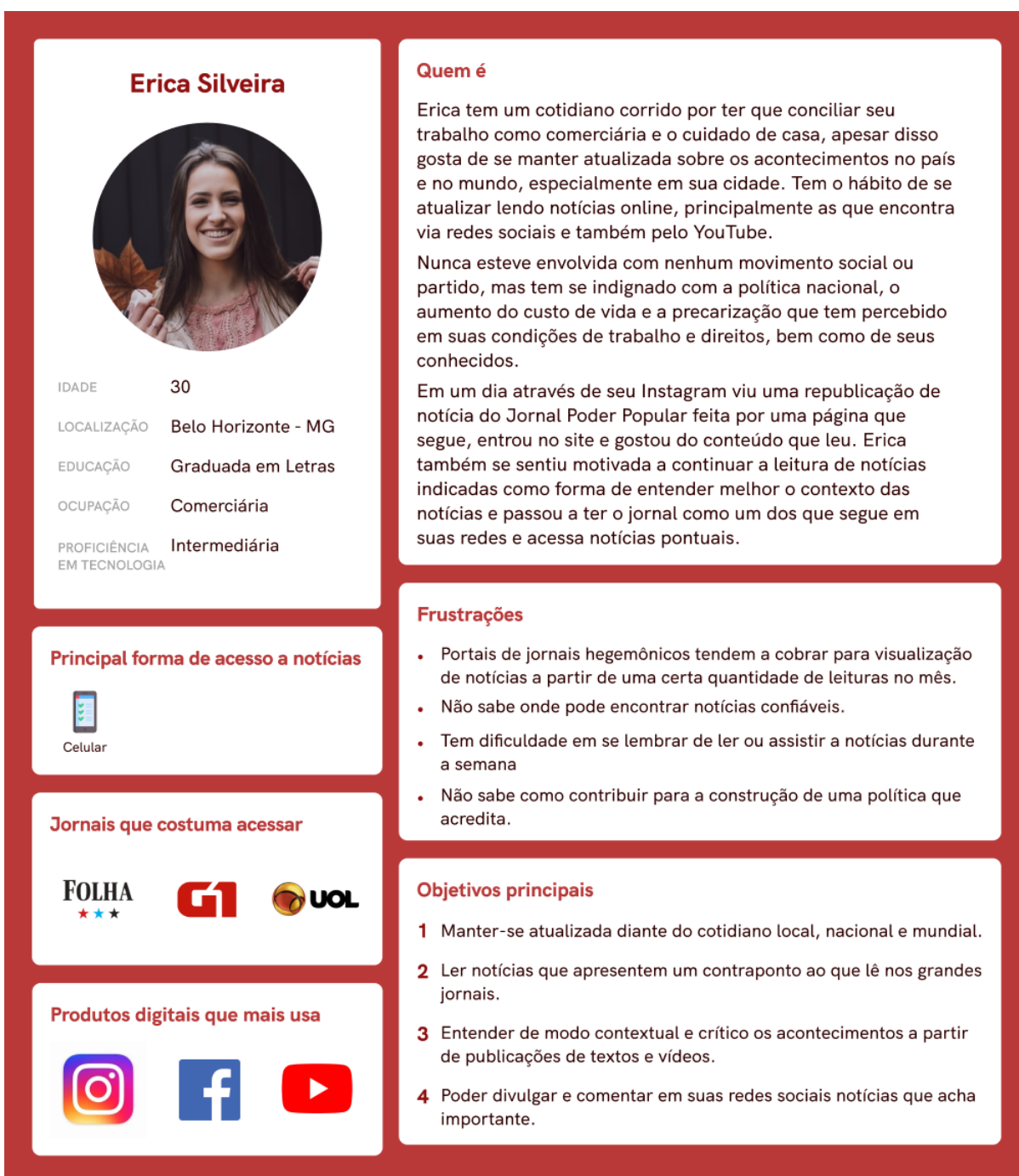
app, aspecto abordado principalmente pelos usuários 3 e 4 que fazem uso mais intenso de produtos similares como forma também de encontrar conteúdo para leitura e não apenas lê-lo. Por fim, a redução de adornos na interface como forma de propiciar uma leitura com pouca ou nenhuma distração também pode ser mencionada como fator abordado expressivamente na etapa da entrevista como desejo dos usuários durante seu momento de leitura.

## **2.1.2. Síntese**

### **2.1.2.1. Personas**

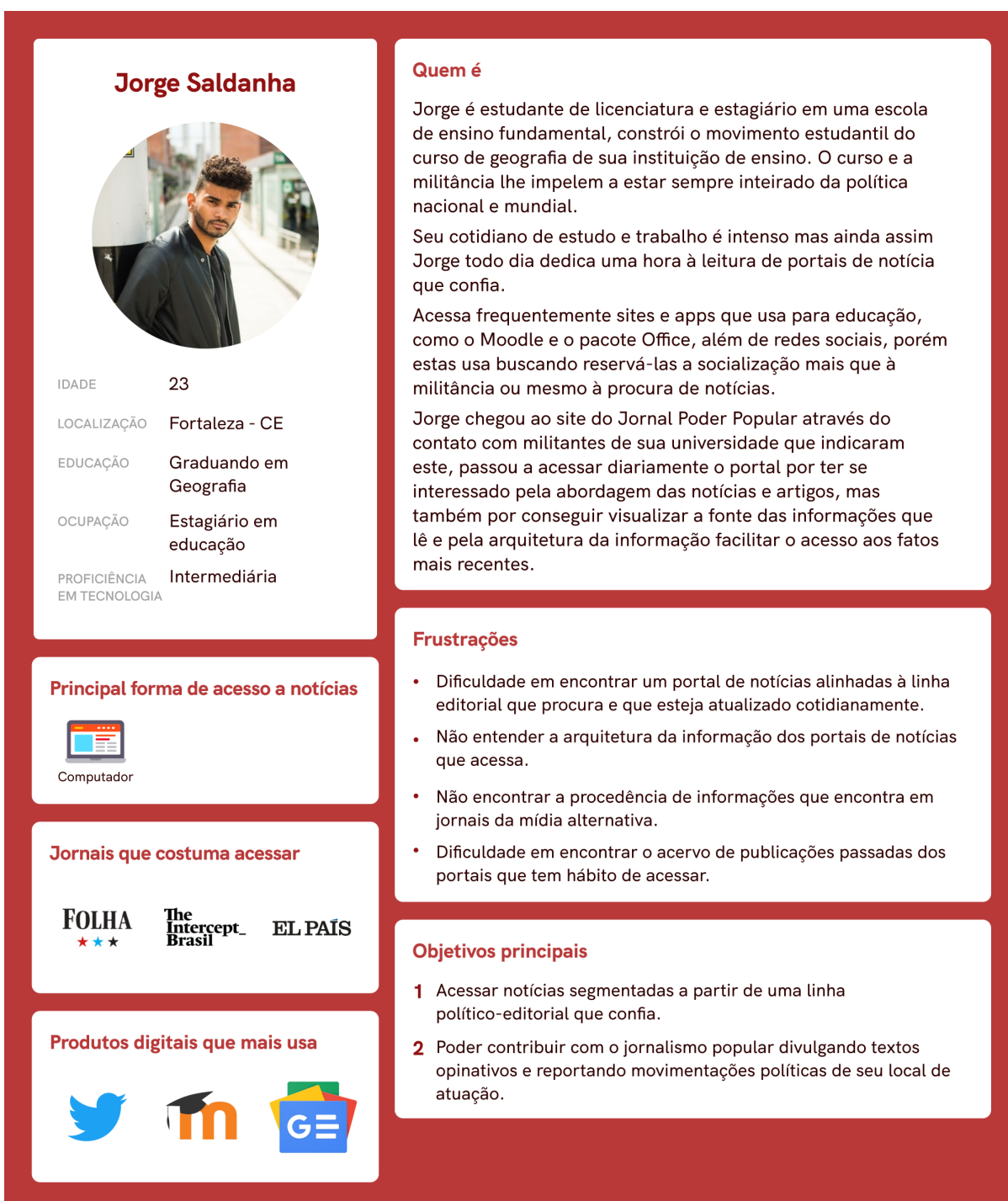
A partir do estudo e cruzamento dos dados coletados no momento de análise desta etapa - entrevista com partes interessadas, análise de similares e pesquisa de público -, foi possível a modelagem das personas do produto em desenvolvimento.

O processo de síntese deriva duas personas (figuras 16 e 17) que têm sua caracterização dada entre primária e secundária visando qualificar a segmentação do público do jornal também de acordo com os objetivos políticos do PCB em mobilizar e dialogar com setores da classe trabalhadora para além do meio onde já está inserido, como o ambiente universitário, mas ainda mantendo este como parte do público para o qual se desenvolve o portal do Jornal O Poder Popular.



**Figura 16:** Persona primária. **Fonte:** Autor.





**Figura 17:** Persona secundária. **Fonte:** Autor.

### 2.1.2.2. Histórias de Usuário

Com base nos dados já obtidos na etapa de análise e nos objetivos principais definidos para cada persona, as histórias de usuário abordam e destringem em funcionalidades as tarefas que os usuários desejam realizar no produto em desenvolvimento.

Tendo por base padrões que são necessários a portais online de notícias, as histórias de usuário tem por pressuposto a existência de uma página inicial que sumariza determinado contingente de notícias e também páginas dedicadas à leitura de cada publicação. Seguindo a síntese da etapa explorar, as histórias e seus mapeamentos foram divididos de acordo com os objetivos de cada persona, sendo:

- Como usuário eu desejo encontrar notícias recentes para poder me manter inteirado das atualidades.
- Como usuário eu desejo encontrar notícias de acordo com temáticas para poder me atualizar em áreas que me interessem.
- Como usuário eu desejo receber notificações de novidades que me interessam para poder facilitar meu processo de procura por atualidades.
- Como usuário eu desejo encontrar artigos e notícias relacionados ao que estou lendo para poder entender as informações mais contextualizadamente.
- Como usuário eu desejo encontrar a origem das informações presentes nas notícias que leio para poder me certificar da credibilidade do conteúdo lido.
- Como usuário eu desejo ter acesso a um histórico de publicações para poder me localizar temporalmente resgatando notícias prévias.
- Como usuário eu desejo poder salvar notícias em listas de leitura para poder lê-las depois ou organizá-las em listas agrupamentos personalizados.
- Como usuário eu desejo interagir com o portal jornalístico que leio para poder ter uma participação crítica e construtiva nos debates cotidianos.
- Como usuário eu desejo compartilhar em minhas redes sociais notícias que julgo interessante para poder publicizar opiniões próprias sobre estes bem como as próprias notícias.

- Como usuário eu desejo submeter materiais para construção de notícias ou mesmo textos opinativos autorais para poder contribuir com as publicações do jornal.

Os mapeamentos ilustrados na figura 18 sequenciam estes objetivos e necessidades dos usuários.



**Figura 18:** Mapeamento das histórias de usuário. **Fonte:** Autor.

### 2.1.2.3. Requisitos de Projeto

Com o intuito de sistematizar a documentação de requisitos delimitados ao projeto, a síntese final da Etapa Explorar é exposta a partir de uma matriz de requisitos de projeto, onde se demonstra as especificações do produto até o momento e de onde decorrem em ordem de importância decrescente.

**Quadro 3:** Matriz de Requisitos de Projeto

Objetivo do Usuário	Requisito			Fonte
	Funcional	De Conteúdo	De Experiência	
Encontrar notícias recentes e também de acordo com temáticas que me interessem.	<p>Área dedicada às últimas publicações do jornal.</p> <p>Áreas dedicadas às principais temáticas respectivamente.</p> <p>Função de busca no portal.</p>	Conteúdo das publicações	Facilidade na descoberta.	Pesquisa de público
Compartilhar conteúdos que julgo interessante em minhas redes sociais.	Botão de compartilhamento em redes sociais.	Não há.	Percepção de maior integração a partir da interação em redes sociais.	Entrevista com partes interessadas, pesquisa de público e análise de similares.
Receber notificações de novas notícias que me interessem.	Formulário para criação de e acesso a cadastro que permita ao usuário configurar forma e frequência de notificação.	Textos instrucionais dos formulários.	Atualização.	Pesquisa de público e análise de similares.
Entender a origem das informações em uma publicação.	Área vinculada à publicação dedicada a informar fontes de conteúdo e dados.	Fontes de conteúdos e dados	Credibilidade na informação.	Entrevista com partes interessadas e análise de similares.
Aprofundar o entendimento sobre algum tema a partir de artigos e notícias	<p>Ferramenta de busca.</p> <p>Box para indicação de publicações similares na página</p>	Microtextos .	Contextualização das notícias e informações.	Pesquisa de público e análise de similares.

relacionados às minhas leituras.	de leitura.			
Salvar notícias em listas de leitura, como “Ler depois”, por exemplo.	<p>Botão para adicionar publicação a uma lista.</p> <p>Formulário para criação de e acesso a cadastro no portal que permita a vinculação da lista ao usuário.</p> <p>Fluxo de criação e edição de lista e salvamento de publicação.</p> <p>Área de acesso às listas do usuário.</p> <p>Fluxo para exploração e compartilhamento de listas de próprias e de terceiros.</p>	Textos instrucionais dos formulários	Curadoria personalizada e compartilhável.	Pesquisa de público.
Submeter materiais para construção de notícias ou mesmo textos opinativos autorais	<p>Área e fluxo para submissão de conteúdo à equipe editorial do jornal.</p> <p>Formulário para submissão de conteúdo</p>	Orientações sobre a forma de envio de contribuições.	Participação.	Entrevista com partes interessadas e análise de similares.
Acessar publicações anteriores do jornal.	Área dinâmica de acesso ao acervo de publicações.	Microtextos	Documentação.	Análise de similares.
Poder visualizar dados com maior facilidade.	Incorporação de gráficos interativos em publicações.	Não há.	Interatividade e facilidade no processo informacional.	Análise de similares.

**Fonte:** Dados do autor.

Ao final desta primeira fase de projeto, com o objetivo de validar os dados coletados na etapa explorar, a matriz de requisitos e a origem destes foi apresentada à equipe editorial do jornal, nenhuma correção ou recomendação foi feita por esta, além da

sugestão de inclusão de uma área dedicada à captação de doações financeiras para o jornal por parte do leitor.

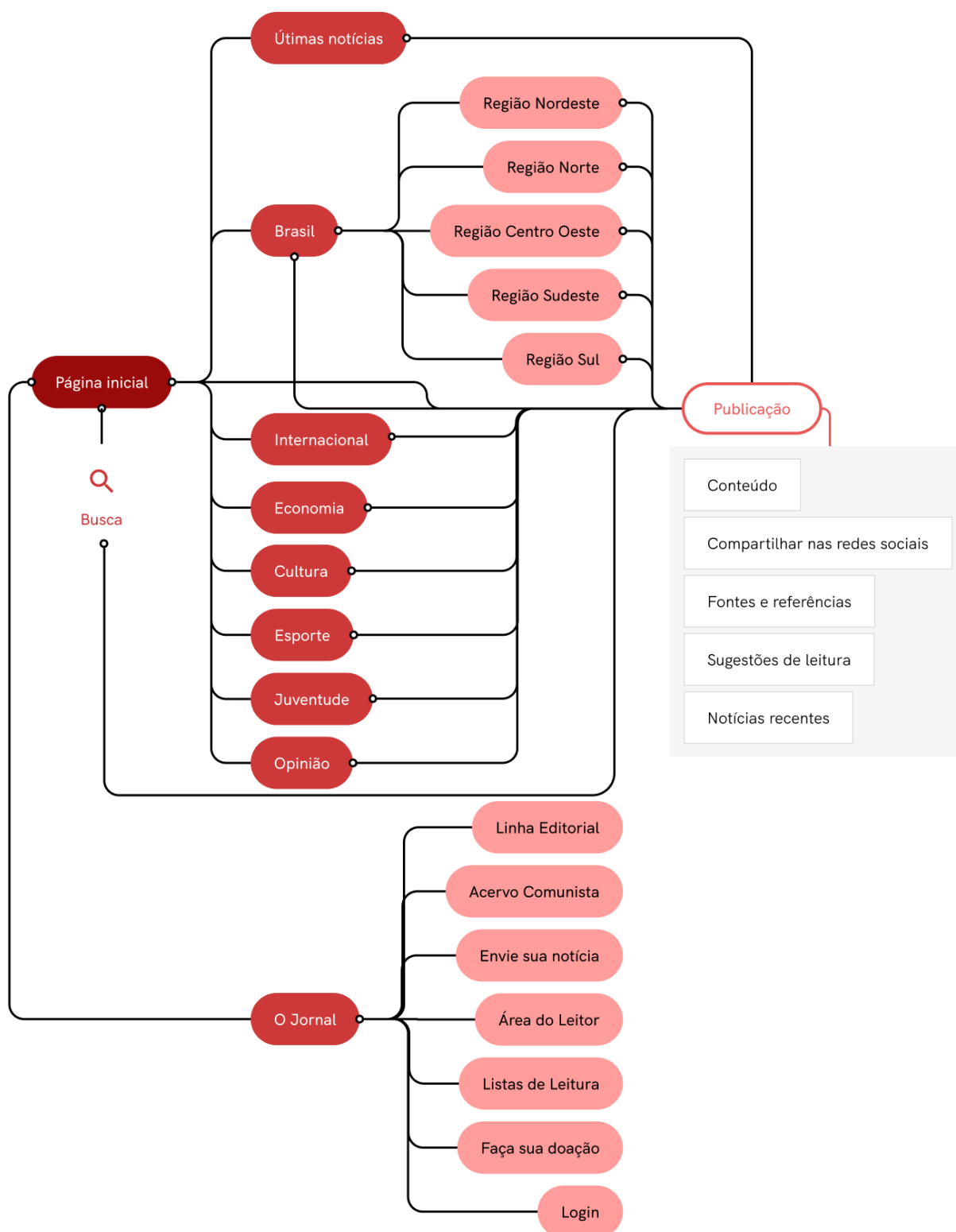
## 2.2. ETAPA CONCRETIZAR

Após levantadas, analisadas e tratadas as informações para a geração da matriz de requisitos, a etapa concretizar foi iniciada com o objetivo de materializar em soluções de design as necessidades dos usuários, partindo de um momento mais abstrato para definição do design de informação ao mais objetivo para definição do design visual do produto.

### 2.2.1. Análise

#### 2.2.1.1. Arquitetura da informação

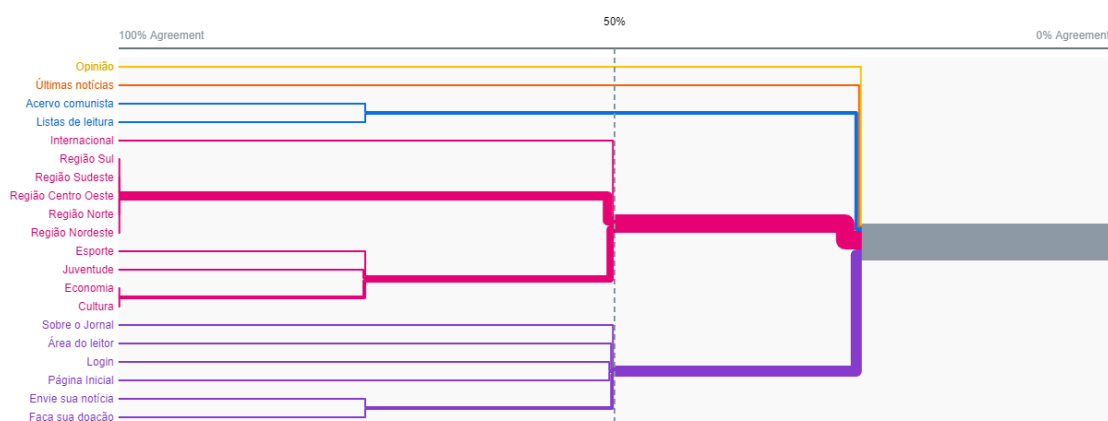
Com a intenção de se obter um parâmetro inicial para estudo da arquitetura da informação, uma primeira proposta de fluxo a ser validada com usuários através da ferramenta de card sorting foi formulada. Nesta foi proposta a organização de editorias acessadas a partir da tela inicial, além de um menu que engloba as funções secundárias para a leitura de notícias, por sua vez as publicações podem ser acessadas tanto a partir da página inicial, quanto por meio das respectivas editorias e da ferramenta de busca, como ilustra a figura 19.



**Figura 19:** Fluxograma da primeira versão da arquitetura da informação. **Fonte:** Autor.

A aplicação do card sorting se deu de forma remota pela plataforma OptimalSort<sup>5</sup> conjuntamente com conferência com cada respondente visando também obter suas impressões verbalmente e enriquecer o contingente de dados qualitativos nesta etapa. A ferramenta foi aplicada em quatro usuários de perfil aproximado às personas, respondentes do questionário enviado na Etapa Explorar: três mais próximos à primária e um mais alinhado à secundária. Os usuários receberam uma lista com vinte funcionalidades para serem agrupadas, quanto ao formato optou-se pelo card sorting híbrido, com pré-definição apenas de uma categoria denominada “Editorias”, sendo as restantes criadas livremente. Por serem funcionalidades que já possuem padrões de interação já bem consolidados no contexto de similares do produto, optou-se pela não disponibilização das funcionalidades de ferramenta de busca bem como as próprias notícias.

O resultado da aplicação do card sorting pôde ser visualizado a partir de um dendograma (figura 20) que representa os cruzamentos entre os agrupamentos feitos pelos usuários gradualmente e também a partir de uma matriz de similaridade, que indica a quantidade de usuários que agruparam igualmente cada categoria (figura 21).



**Figura 20:** Captura de tela do resultado do card sorting emitido via OptimalSort, expresso a partir de dendograma com realce do ponto de acordo em 50%. **Fonte:** Autor.

<sup>5</sup> OptimalSort <<https://www.optimalworkshop.com/optimalsort/>>. Acesso em 08 de abril de 2021.



Economia																			
100	Cultura																		
75	75	Juventude																	
75	75	50	Esporte																
50	50	50	25	Internacional															
0	0	0	0	50	Região Sul														
0	0	0	0	50	100	Região Sudeste													
0	0	0	0	50	100	100	Região Centro Oeste												
0	0	0	0	50	100	100	100	Região Norte											
0	0	0	0	50	100	100	100	100	Região Nordeste										
0	0	0	0	25	25	25	25	25	25	Últimas notícias									
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	Login								
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50	Área do leitor							
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	50	Envie sua notícia						
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	50	75	Faça sua doação					
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	50	25	25	Sobre o Jornal				
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	25	0	0	25	Listas de leitura			
0	0	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	75	Acervo comunista		
25	25	25	0	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	25	25	Opinião	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	50	50	0	0	25	25	0	0	Página Inicial

**Figura 21:** Captura de tela do resultado do card sorting emitido via OptimalSort, expresso a partir de matriz de similaridade. **Fonte:** Autor.

Em relação à denominação das categorias criadas pelos usuários, a figura 22 demonstra os três agrupamentos mais similares entre si e as respectivas denominações de cada.

**Similar IAs: 4/4**  
6 groups submitted by participant #2

**Notícias regionais e internacionais**  
Similar group labels  
Notícias do Brasil e do mundo  
Acontece no Brasil  
Região

- Internacional
- Região Sul
- Região Sudeste
- Região Centro Oeste
- Região Norte
- Região Nordeste

**Agrupamentos temáticos**  
Similar group labels  
Editorias  
Matérias

- Economia
- Esporte
- Juventude
- Cultura

**Notícias da Última Hora**  
Similar group labels  
Destques

- Últimas notícias

**Editorias**  
Similar group labels

- Opinião
- Acervo comunista
- Listas de leitura

**Parte interativa**  
Similar group labels

- Sobre o Jornal
- Envie sua notícia
- Faça sua doação
- Área do leitor
- Login

**Página Inicial**  
Similar group labels

- Página Inicial

**Similar IAs: 3/4**  
9 groups submitted by participant #3

**Acontece no Brasil**  
Similar group labels  
Região  
Notícias regionais e internacionais  
Notícias do Brasil e do mundo

- Região Sul
- Região Sudeste
- Região Centro Oeste
- Região Norte
- Região Nordeste

**Notícias da Última Hora**  
Similar group labels  
Destques

- Últimas notícias

**Política**  
Similar group labels  
Editorias  
Agrupamentos temáticos  
Matérias

- Economia
- Opinião
- Juventude
- Cultura
- Internacional

**Indicações**  
Similar group labels

- Acervo comunista
- Listas de leitura

**Colabore conosco**  
Similar group labels

- Envie sua notícia

**Esporte e entretenimento**  
Similar group labels

- Esporte

**Menu**  
Similar group labels

- Sobre o Jornal
- Página Inicial
- Área do leitor

**Faça sua parte**  
Similar group labels

- Faça sua doação

**Login**  
Similar group labels

- Login

**Similar IAs: 2/4**  
6 groups submitted by participant #4

**Notícias do Brasil e do mundo**  
Similar group labels  
Notícias regionais e internacionais  
Acontece no Brasil  
Região

- Internacional
- Últimas notícias
- Região Sul
- Região Sudeste
- Região Centro Oeste
- Região Norte
- Região Nordeste

**Matérias**  
Similar group labels  
Agrupamentos temáticos

- Economia
- Esporte
- Cultura

**Editorias**  
Similar group labels

- Opinião
- Sobre o Jornal

**Contribuições**  
Similar group labels

- Envie sua notícia
- Faça sua doação

**Comunismo**  
Similar group labels

- Juventude
- Acervo comunista

**Interface do leitor**  
Similar group labels

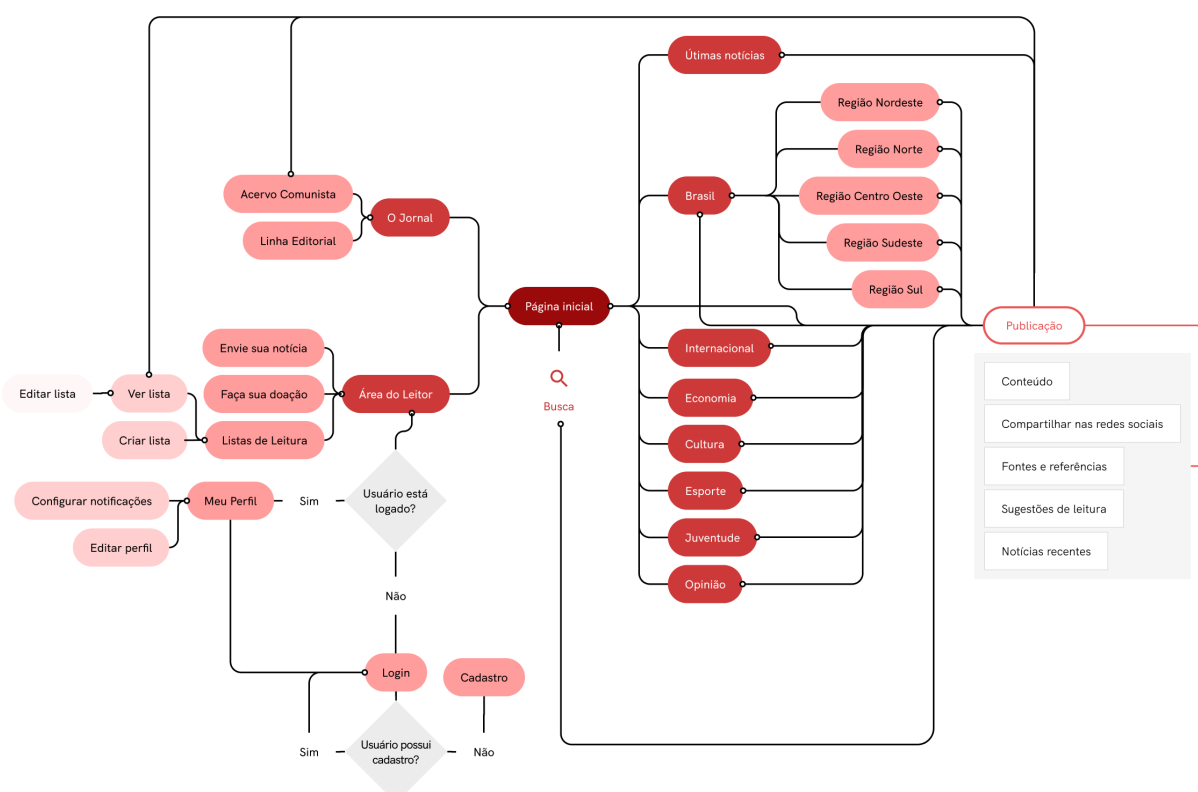
- Página Inicial
- Listas de leitura
- Área do leitor
- Login

**Figura 22:** Captura de tela do resultado do card sorting emitido via OptimalSort, expresso a partir de sequência dos três agrupamentos mais similares entre si.

**Fonte:** Autor.

A partir da análise do resultado é possível afirmar que poucas são as incompatibilidades entre este e o fluxo de uso proposto inicialmente. Destacou-se em todas as respostas obtidas a criação de subcategorias dentro do que, no modelo inicial, eram as editorias, estes agrupamentos secundários foram denominados pelos usuários como “Agrupamentos temáticos”, “Política” e “Matérias”, por exemplo. Nota-se também que não houve um claro padrão para o agrupamento das funcionalidades não vinculadas à segmentação das publicações, como a área do leitor, a dedicada à submissão de notícias ou mesmo a de apresentação da linha editorial do jornal.

Sendo assim, o fluxo abaixo (figura 23) ilustra a versão final da arquitetura da informação proposta para a interface, tendo como principal mudança em comparação à figura 19 a criação de duas subcategorias não ligadas diretamente à tarefa de acesso a uma notícia, são elas “O Jornal” e “Área do Leitor”.



**Figura 23:** Fluxograma da versão final da arquitetura da informação. **Fonte:** Autor.

Em suma, o novo fluxo apresenta ao usuário a possibilidade de, a partir da tela inicial, navegar pelas editorias definidas e por meio de destas abrir uma publicação, ou fazer uma busca até o conteúdo desejado, ou ir diretamente à uma postagem, para esta última interação deve ser planejado a partir dos wireframes a organização do *feed* de notícias apresentado ao usuário quando entrar no site.

Para além do acesso a publicações, a partir da tela inicial o usuário pode também acessar os dois submenus: O primeiro é intitulado “O Jornal”, onde encontrará acesso ao acervo de notícias do jornal online e também uma página apresentando a linha editorial do Jornal Poder Popular - esta última funcionalidade teve seu nome alterado de “Sobre o jornal” para “Linha editorial” por ter sido confusa aos usuários durante a realização do card sorting. O segundo foi denominado “Área do Leitor”, através do qual o usuário tem acesso ao formulário para submissão de uma notícia, à área de doação financeira ao jornal, à área de listas de leitura, onde pode criar e ver suas próprias listas, e ao seu cadastro no site, função que permite a criação das listas personalizadas e configuração de notificações.

Por fim, as páginas de publicações estão organizadas a partir do conteúdo, seguido por uma área dedicada ao compartilhamento em redes sociais, um campo para informar da fonte e referência da notícia e dois campos dedicados à indicação de outras postagens, similares à que o usuário leu e recentemente publicadas.

#### 2.2.1.2. Wireframes

Buscando-se esquematizar os aspectos de arquitetura da informação e interação no produto em desenvolvimento, os wireframes foram desenvolvidos a partir de quatro etapas, são elas: a esquematização da interface em papel, a definição das tipografias aplicadas na interface, a criação dos wireframes e a validação destas decisões a partir de testes de usabilidade.

A etapa inicial permitiu a identificação da necessidade de desenvolvimento dos wireframes com uma maior fidelidade como forma de validar aspectos pertinentes à

leitabilidade das notícias no portal, já que, diferentemente de outros tipos de produto, um ambiente que veicula publicações digitais tende a ter a leitura como tarefa primária desenvolvida pelo usuário neste. Assim foi feita a seleção tipográfica já nesta etapa, sendo que o detalhamento desta decisão está explanado na seção intitulada “Design Visual”, isso se justifica também pela possibilidade de identificação de falhas na seleção tipográfica antes de um estágio avançado de desenvolvimento do produto. Sendo assim o desenho de wireframes em papel foi interrompido antes de sua conclusão, as telas desenvolvidas estão disponibilizadas no Apêndice E.

Após selecionadas as tipografias, foram desenvolvidas as telas de wireframes ilustrando as funcionalidades mapeadas na etapa de definição da arquitetura da interface. As telas foram estruturadas a partir de um grid baseado na multiplicidade em 8px, o que permite a adequação responsiva do layout das páginas em telas de resoluções variadas. Para os espaçamentos verticais e horizontais, tendo quatro colunas na vertical com o *gutter* - espaçamento entre colunas - em 8px e a margem também em 8px, exceto no ambiente de leitura das publicações, onde a margem é de 16px (figura 24).



**Figura 24:** Grid de quatro colunas aplicado aos wireframes. **Fonte:** Autor.

As telas de wireframes são descritas a seguir e ilustradas a partir da figura 25: Considerando-se as histórias dos usuários e sua priorização, a necessidade principal

dos usuários, encontrar e ler notícias, é suprida a partir da exibição de uma página inicial contendo *cards* que levam às principais publicações em cada editoria (figura 25), além do cabeçalho onde é possível o acesso à ferramenta de busca e também ao menu, é importante destacar que a partir dos wireframes já é feito uso do logotipo atualmente utilizado pelo Jornal em sua comunicação online e impressa.

A figura 25 ilustra também os cinco tipos de *cards* visualizados na página inicial, planejados de forma a hierarquizar as notícias dentro da página de destaques, são eles: o primário, exibido no topo da página com seus componentes (imagem de capa e tipografia) comparativamente maiores a todos os outros *cards*; o de stories, que faz uso da imagem de capa como elemento de ênfase e busca uma estruturação visual análoga à funcionalidade homônima presente em redes sociais; os secundários, que veiculam as publicações no menor nível de hierarquia da página e possuem versões dedicadas a publicações próprias, de terceiros ou de colonistas, pensadas para suprir a necessidade de apresentar o Jornal Poder Popular também como um agregador de notícias para além de suas publicações autorais. Todos os *cards* são estruturados para veicular na página inicial a foto de capa, data de publicação, título, linha de apoio e uma palavra ou frase de chamada à cada notícia, sendo que, com exceção dos stories, a estrutura hierárquica destes é replicada às páginas de cada editoria.

A navegação na página inicial é feita a partir da rolagem horizontal dentro da seção de stories e de rolagem vertical na totalidade da página, sendo incluso um botão flutuante de retorno ao topo da página após a rolagem vertical ocultá-lo.

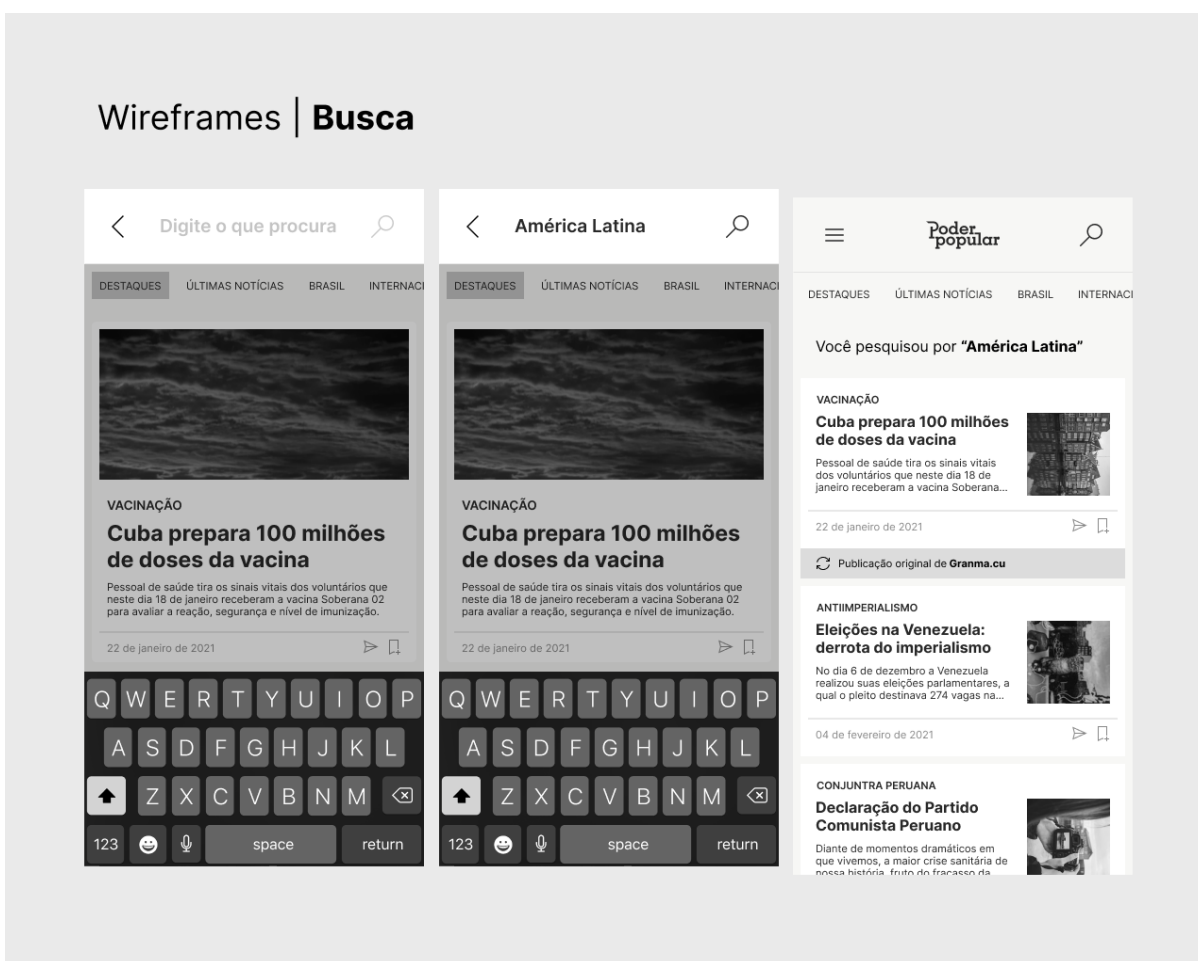
Em relação ao conteúdo veiculado na página, a proposta visa atribuir à equipe editorial do jornal a definição dos critérios para inclusão na página de destaques, já que as personas indicam o anseio por conteúdo submetido à curadoria no acesso a notícias.

Wireframes e componentes | **Página Inicial**

**Figura 25:** Wireframes e componentes da página inicial. **Fonte:** Autor.

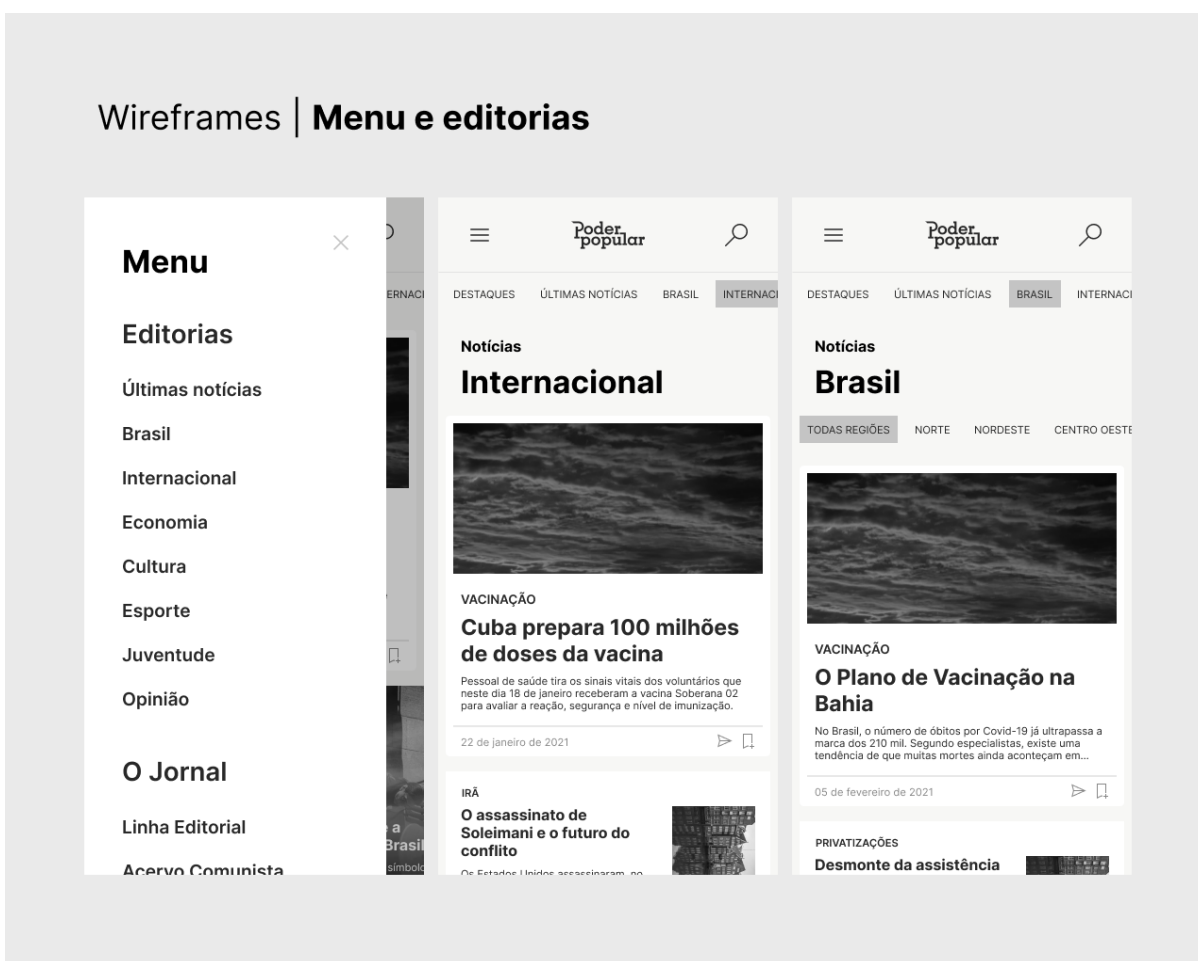
Abordando a navegação pelo portal, a flexibilidade de uso da principal função foi priorizada a partir da inclusão de um menu hambúrguer no cabeçalho e da ferramenta de busca (figura 26), além das possibilidades de abertura de cada editoria a partir de um submenu que está anexado ao cabeçalho e da opção “Ver mais” encontrada junto a cada título de editoria na página de destaques.





**Figura 26:** Wireframes da ferramenta de busca. **Fonte:** Autor.

A figura 27 ilustra as telas: do menu, consequente do clique do botão desta função presente no cabeçalho, que abre sobre a tela a listagem de áreas dentro do portal: “Editorias”, “O Jornal” e as “Área do leitor”; de editorias, sendo que a “Internacional” demonstra como se dá a mesma funcionalidade em todas as outras, com exceção da “Brasil” também ilustrada na figura, cuja diferença consiste na inclusão do submenu para acesso às notícias segmentadas por região do país.



**Figura 27:** Wireframes do menu e das páginas de editoria. **Fonte:** Autor.

Todas as telas anteriores levam às respectivas publicações, veiculadas no ambiente de leitura ilustrado na figura 28, este contendo chamada, data de publicação, título, linha de apoio, autoria e o conteúdo da notícia, que por sua vez possui diferentes níveis hierárquicos para tipografia buscando-se maior adequação e flexibilidade no design da informação.

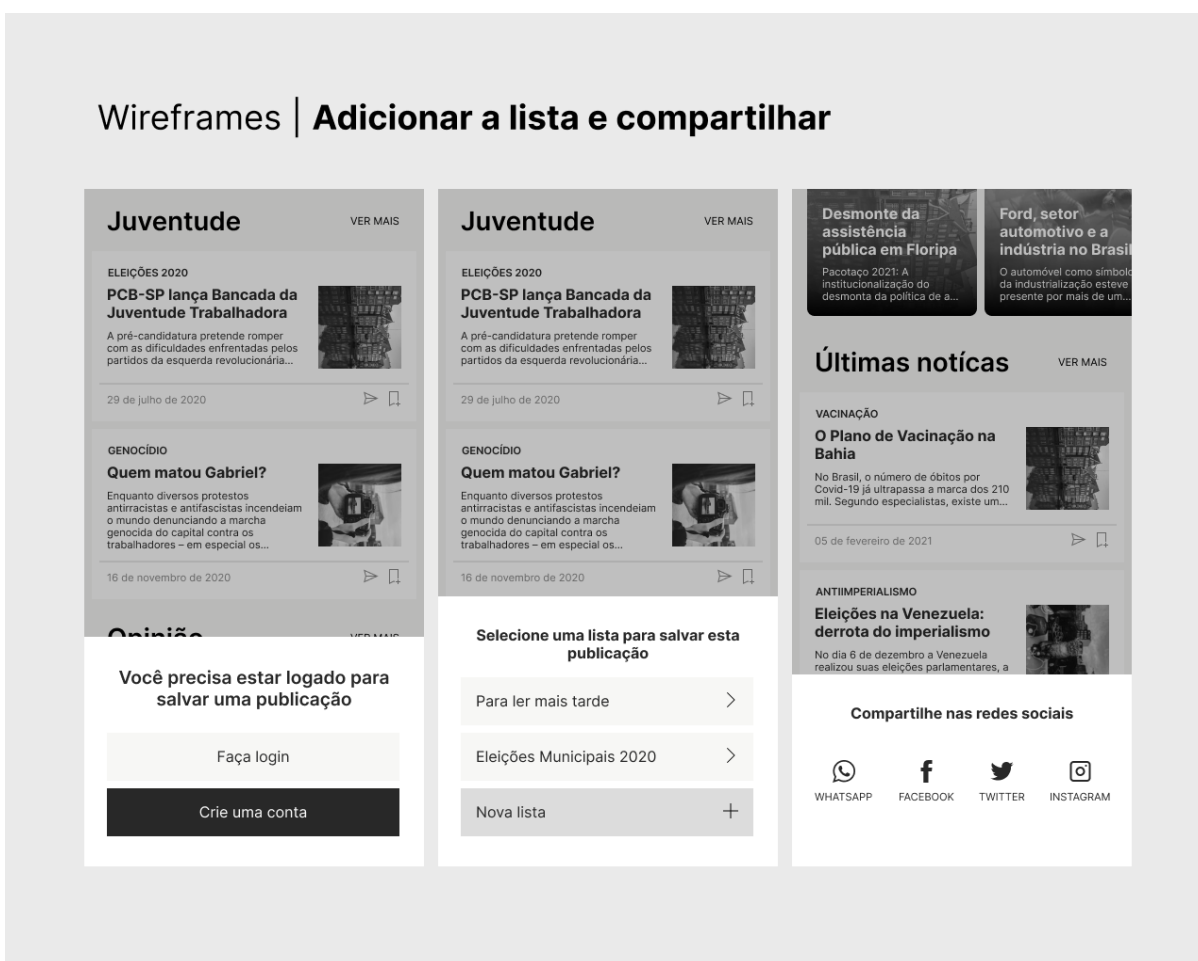
Ao fim da leitura o usuário encontra um campo dedicado a informar a fonte dos dados ou mesmo da própria publicação, além das opções de salvamento da notícia em alguma lista, compartilhamento em redes sociais e sugestão de notícias de assuntos afins e as mais recentes. Este conteúdo visa suprir principalmente as necessidades de demonstração de credibilidade no que se informa a partir das

fontes dos dados expostos, de interação do usuário com a publicação via redes sociais, contextualização da informação por meio da inclusão em lista bem como indicação de outras notícias e de fidelização do leitor a partir da indicação de outras publicações em geral.



**Figura 28:** Wireframes do ambiente de leitura. **Fonte:** Autor.

Todos os níveis de *card* presentes na interface incluem também dois botões, um dedicado ao compartilhamento da publicação e outro ao salvamento de uma publicação, ambos botões derivam da abertura de *pop-ups* sobre a tela que são ilustrados na figura 29. O *pop-up* dedicado a salvar publicação permite tanto que isso seja feito em uma lista já criada quanto em uma nova lista desde que o usuário esteja logado no portal.



**Figura 29:** Wireframes dos *pop-ups* de adição de publicação à lista e de compartilhamento em rede social. **Fonte:** Autor.

Qualquer lista de leitura pode ser criada e editada mediante login e, caso publicizada, pode ser visualizada livremente dentro do portal. A figura 30 ilustra o agrupamento de telas que demonstram o funcionamento das listas de leitura.

Acessada pelo menu de cabeçalho do portal, a tela inicial desta área permite que o usuário explore as listas publicadas por outros usuários, podendo compartilhá-las, salvá-las e ordená-las por ordem de visualização, alfabética ou de publicação.

A visualização desta tela pode ser alterada para exibição apenas das listas salvas pelo usuário, onde ele pode também segmentar esta, apenas para ver as que ele mesmo criou.

Os *cards* utilizados nesta área replicam a estrutura dos terciários presentes no restante do portal, com a diferença de que exibe a autoria, número de publicações incluídas e de salvamentos feitos em cada lista, além da possibilidade de edição no caso das listas feitas pelo próprio usuário.

A edição de uma lista permite a alteração de seu nome, descrição, visualização (pública ou privada) e edição do conteúdo da lista (remoção ou reordenação das publicações contidas).

Ao clicar em uma lista o usuário pode visualizar as publicações contidas nela, bem como compartilhá-las, além da possibilidade de continuar navegando no portal por meio do cabeçalho.

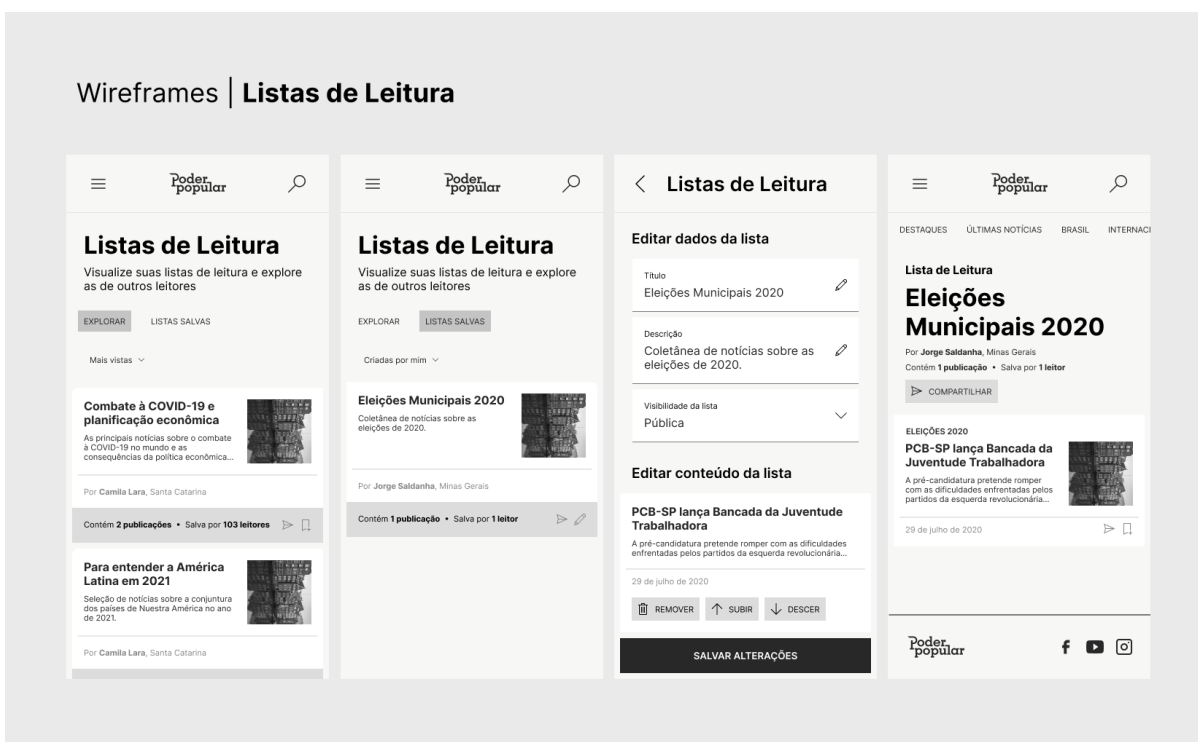
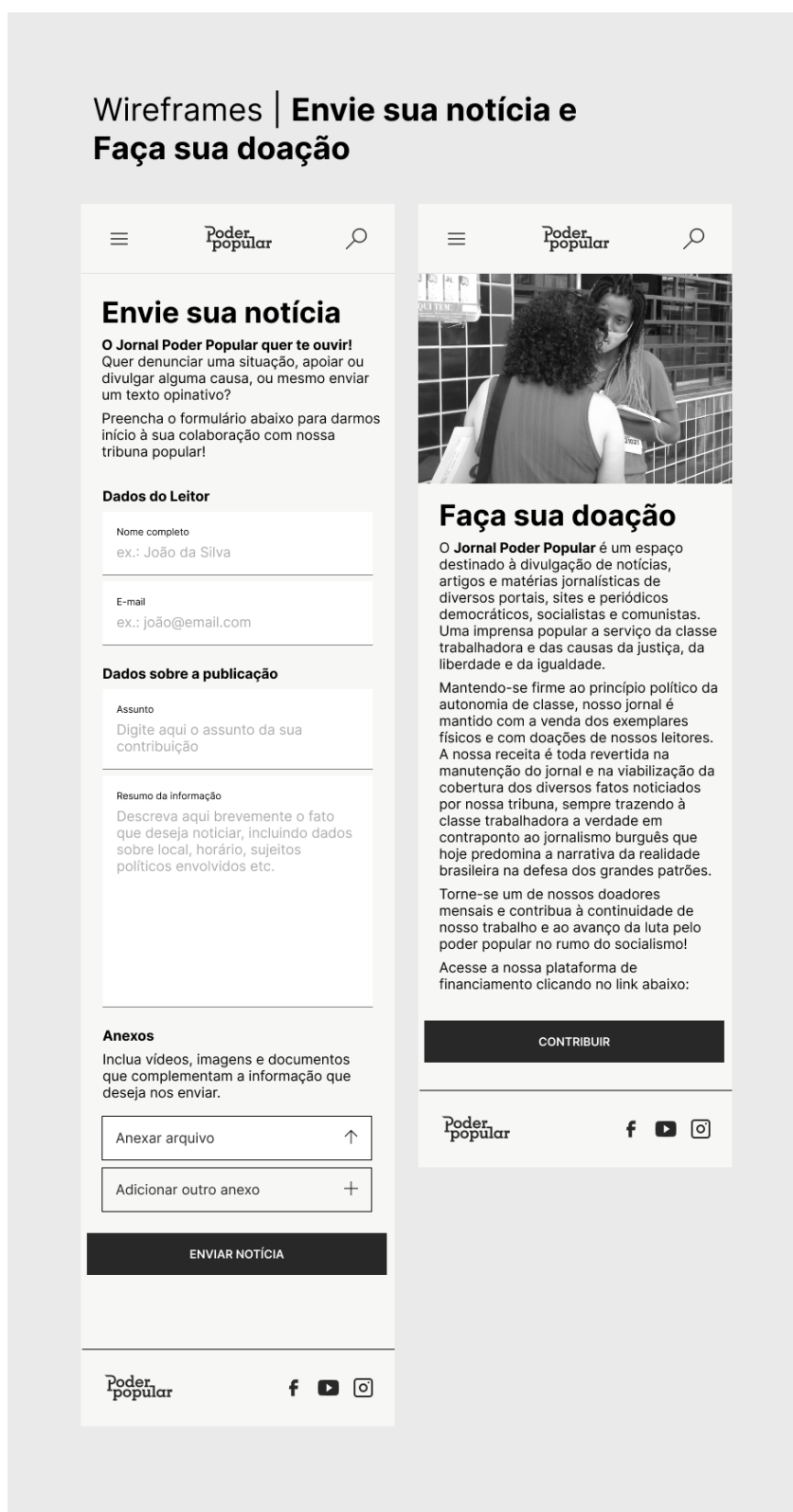


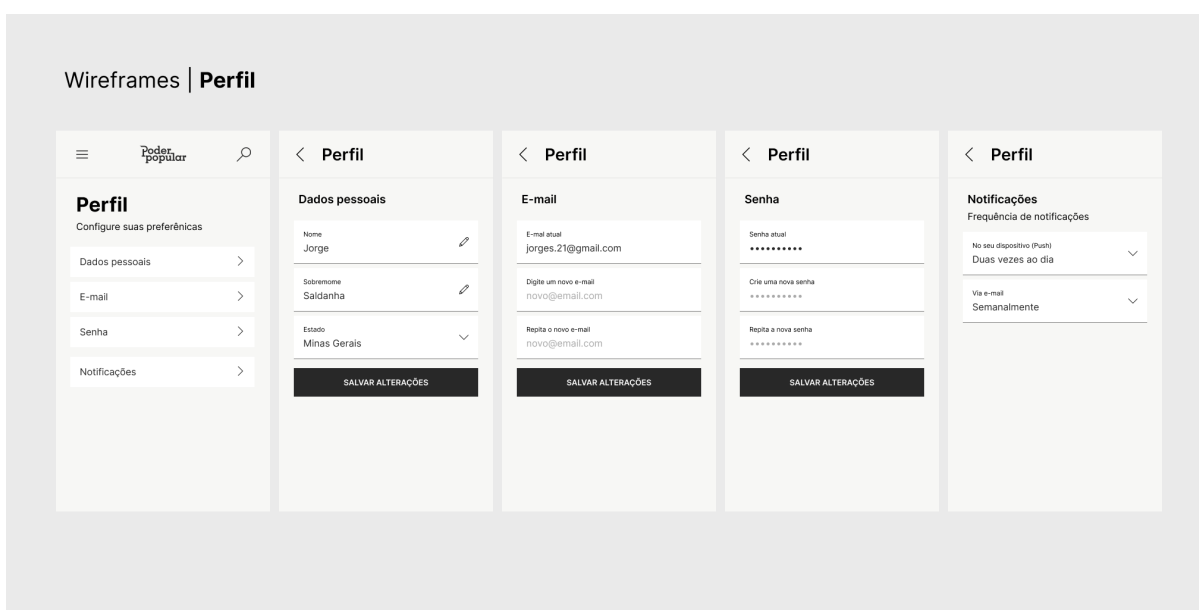
Figura 30: Wireframes da área de listas de leitura. Fonte: Autor.

Ainda pelo cabeçalho do portal o usuário consegue acessar as funcionalidades para contribuição com o jornal, são elas: o envio de uma notícia e a contribuição financeira a este. A figura 31 ilustra os wireframes de ambas funcionalidades, a primeira faz uso de um formulário onde o leitor informa o que deseja que seja publicado, além de poder anexar imagens e vídeos para subsidiar a construção da notícia por parte da equipe editorial. Para a funcionalidade intitulada “Faça sua doação” foi desenvolvida uma tela com texto introduzindo a função da contribuição do leitor e um botão convidando a isto, pensando-se a viabilidade e escopo deste projeto, inicialmente esta solução se limita sugerir a vinculação desta página a uma plataforma externa de financiamento coletivo, prática presente em alguns dos similares analisados na etapa explorar.



**Figura 31:** Wireframes das funcionalidades intituladas “Envie sua notícia” e “Faça sua contribuição”. **Fonte:** Autor.

A figura 32 por sua vez ilustra os wireframes da funcionalidade intitulada “Perfil”, área onde o usuário pode editar as configurações da sua conta e aumentar a personalização de sua experiência no portal, são editáveis: os dados pessoais do leitor, o e-mail e a senhas cadastrados e a frequência e tipo de notificações que deseja receber (via notificação *push* no smartphone ou e-mail). É importante destacar que a criação de cadastro no portal é facultativa ao leitor, sendo necessária para a criação de listas de leitura e personalização do recebimento de notificações apenas.



**Figura 32:** Wireframes das telas da área intitulada “Perfil”. **Fonte:** Autor.

Por fim, a figura 33 ilustra as telas dedicadas ao login e recuperação e criação de conta no portal, o fluxo se inicia com uma tela com a explicação da função do cadastro seguida por botões que permitem ao usuário criar ou fazer login por e-mail ou rede social. A figura também ilustra o fluxo de recuperação de senha via e-mail caso o usuário esqueça-a.

Nesta etapa não foi desenvolvida tela para a área denominada “Linha editorial”, já que esta foi composta apenas por texto e não possui nenhuma interação por consequência, além de o conteúdo da página ainda não estar desenvolvido até então.



## Wireframes | Login e recuperação de senha

The image displays six wireframe screens for a user authentication system, arranged in a 2x3 grid. The top row shows the login, registration, and password recovery process. The bottom row shows the email verification step for password recovery.

**Top Row:**

- Left Screen (Faça login):** Features the Poder Popular logo at the bottom. It includes a 'CRIE SUA CONTA' button, followed by three buttons: 'ENTRE USANDO UM E-MAIL', 'ENTRE PELO GOOGLE', and 'ENTRE PELO FACEBOOK'. A sub-header 'Faça login' is followed by a paragraph explaining account creation.
- Middle Screen:** Displays the Poder Popular logo at the top. It has an 'E-mail' field with 'nome@email.com', a 'Senha' field with masked characters, and a 'LOGIN' button. Below the button, it says 'Ainda não possui uma conta? **Crie agora**' and 'Esqueceu a senha?'.
- Right Screen (Crie sua conta):** Contains a 'Seu nome' field, 'Seu Sobrenome' field, 'Data de Nascimento' field with a calendar icon, an 'Estado' dropdown menu, a 'Digite seu e-mail' field, two password fields ('Crie uma nova senha' and 'Repita a nova senha'), and a 'CRIE MINHA CONTA!' button.

**Bottom Row:**

- Left Screen (Insira o e-mail cadastrado para recuperar sua senha!):** Features a 'Digite seu e-mail' field with 'nome@email.com' and an 'ENVIAR' button.
- Middle Screen:** Displays the text 'Uma nova senha foi enviada ao seu e-mail, verifique-o.'
- Right Screen (Recupere sua senha):** Contains two password fields ('Crie uma nova senha' and 'Repita a nova senha') and a 'RECUPERE SUA CONTA' button.

**Figura 33:** Wireframes das telas de login, cadastro e recuperação de senha. **Fonte:**

Autor.

## Teste de usabilidade com wireframes

Com o intuito de validar os padrões de interação desenvolvidos a partir dos wireframes e fazer as adequações necessárias de acordo com o *feedback* dos usuários, foi desenvolvida uma primeira série de testes de usabilidade por meio destas telas tendo por alvo a execução de tarefas ligadas aos principais requisitos do produto conforme ordenado no Quadro 3.

## Roteiro dos testes de usabilidade

### Objetivos gerais:

- Avaliação dos padrões de interações apresentados nos wireframes e identificação de principais impressões dos usuários durante o uso das funcionalidades chave do produto.

### Objetivos específicos:

- Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários na **busca por uma publicação** no portal.
- Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários quando **compartilhando uma publicação** no portal.
- Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários durante a **configuração do tipo e frequência de notificações de novas publicações no portal**.
- Entender e analisar a forma de interação, leitura e as impressões dos usuários quando **lendo uma publicação no portal**.

## **Estruturação do teste**

Para facilitar a adequação do perfil dos usuários ao das personas, estes foram captados a partir da base de contatos consolidada na aplicação do questionário de público.

O teste foi realizado de forma remota permitindo aos usuários o acesso ao protótipo digital simultaneamente a uma conferência online com o aplicador do teste (o autor). Foram envolvidos quatro participantes, sendo um deles para a execução do teste piloto.

Após o consentimento pela participação na testagem, foi apresentado o cenário ao usuário que a partir de então executava as tarefas que lhe fossem atribuídas, verbalizando suas pretensões, dúvidas e impressões durante a execução. Por fim, realizou-se uma breve entrevista semi-estruturada com cada participante para coletar maiores insights que podem não ter surgido durante as etapas anteriores do teste.

O teste piloto, por sua vez, não indicou nenhuma necessidade de alteração no roteiro, apenas de correções no protótipo interativo utilizado para os testes.

## **Cenário**

“Durante o percurso de ônibus no seu trajeto costumeiro em direção ao trabalho, você tem costume de usar suas redes sociais e se atualizar sobre novidades dos seus amigos e também lê algumas notícias quando encontra algo chamativo. Hoje um influencer que você segue compartilhou nos seus *stories* um vídeo comentando sobre a notícia publicada no site do Jornal Poder Popular acerca da vacina cubana. O comentário te chama atenção e você quer ler a notícia e também conhecer o jornal.”

**Tarefa 1**

Você faz uma pesquisa na internet e rapidamente chega ao site em questão. Como você encontraria essa notícia?

*Objetivo:* Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários na busca por uma publicação no portal.

*Sucesso:* Usuário chegou à página da publicação.

**Tarefa 2**

Retornando à página inicial você navega mais um pouco pelo portal até resolver compartilhar a publicação que leu. Como faria isso?

*Objetivo:* Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários quando compartilhando uma publicação no portal.

*Sucesso:* Usuário compartilhou a publicação por meio do card da notícia ou na área de leitura.

**Tarefa 3**

Alguns dias depois você já leu mais algumas publicações do Jornal Poder Popular e quer começar a receber notificações das novas notícias do jornal em seu celular uma vez ao dia. Como realizaria essa tarefa?

*Objetivo:* Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários durante a configuração do tipo e frequência de notificações de novas publicações no portal.

Sucesso: Usuário ativou as notificações.

#### **Tarefa 4**

Por fim, neste momento retorne ao texto que abriu durante a tarefa 1, faça uma breve leitura. Sinta-se livre para o processo de leitura.

*Objetivo:* Entender e analisar a forma de interação, leitura e as impressões dos usuários quando lendo uma publicação no portal.

*Sucesso:* Não há.

#### **Entrevista**

1. Das telas pelas quais navegou e das interações que realizou, existe alguma interação ou objeto visual que você se lembra?
2. Respectivamente, comente pontos de dificuldade ou mesmo sucesso que te chamaram atenção durante a realização de cada uma das tarefas que desempenhou tendo em mente o objetivo destas.
3. O que pensa sobre a organização da sequência de páginas da sua navegação navegação em direção aos objetivos mencionados? Tem algum ponto de destaque em dificuldade ou facilidade?
4. Possui algum comentário sobre a leitura que fez?
5. Possui algum comentário sobre o entendimento das informações, termos e ícones utilizados na interface?
6. Você tem alguma sugestão de melhoria em algo para facilitar as tarefas que desempenhou na interface?

#### **Resultados do teste de usabilidade**

Após aplicados os testes, foram tabulados os períodos necessários para realização das tarefas em cada um dos cenários e analisados também os dados qualitativos

obtidos por meio da verbalização das intenções e impressões dos participantes quando interagindo com o protótipo, além dos resultados da etapa de entrevista. Como já comentado, os participantes foram captados por meio da base de contatos estabelecida na etapa de pesquisa de público, sendo que os participantes 1 e 2 se alinham principalmente à persona primária e o participante 3 à secundária.

**Quadro 4:** Tabela de resultado do teste de usabilidade com wireframes.

	<b>Participante 1</b>	<b>Participante 2</b>	<b>Participante 3</b>	<b>Média</b>
<b>Cenário 1</b>	28s	45s	268s/4m28s	113s/1min53s
<b>Cenário 2</b>	27s	17s	19s	21s
<b>Cenário 3</b>	255s/4min15s (inconcluso)	43s	153s/2min33s	150s/2min30s
<b>Cenário 4</b>	110s/1min50s	140s/2min20s	195s/3min15s	161s/2min41s
<b>Tempo total</b>	420s/7min	245s/4min05s	635s/10min35s	433s/7min13s

**Fonte:** Dados do autor.

Diante dos períodos expostos no Quadro 4 duas observações são importantes. A primeira é relativa ao tempo utilizado pelo participante 3 na realização do primeiro cenário: o participante tomou um caminho diferente dos outros participantes, inclusive do teste piloto, este estava com uma falha de protótipo na última interação para conclusão da tarefa. A partir da observação foi possível identificar que a tarefa teria sido completada em 1 minuto e 49 segundos, ou seja, a falha do protótipo levou o participante a usar 245% a mais do tempo que usaria originalmente.

A segunda observação é acerca do cenário 4, que requisitava ao participante a leitura livre de uma notícia: a forma de leitura variou entre cada teste, o que ainda

cumprir o objetivo colocado pelo roteiro à este cenário. O primeiro participante fez uma leitura buscando por palavras-chaves, o segundo uma leitura completa e o terceiro leu a notícia por inteiro e comentou o conteúdo simultaneamente.

Em termos qualitativos o teste permitiu a identificação dos seguintes fatores:

1. Os segundo e terceiro participantes comentaram a **pregnância da interação com o menu da barra de cabeçalho do portal**, mencionando este como um elemento já consolidado em portais similares, enquanto o primeiro participante mencionou pela mesma razão o **ícone para a funcionalidade de compartilhamento** presente nos *cards* de notícia.
2. O **rodapé do portal** e também das notícias foi identificado pelos participantes unanimemente como espaço onde procurariam funcionalidades quando tinham dificuldade de concluir uma tarefa, caso do primeiro e segundo no cenário 2 e do terceiro no cenário 1.
3. Sobre o **ambiente de leitura**, o terceiro participante comentou perceber coesão em relação à tipografia e sua função neste espaço, similar a outros jornais virtuais segundo este. O mesmo participante comentou também sentir **falta de imagens** para uma maior dinamicidade da leitura. O segundo participante por sua vez comentou perceber a **ausência de hiperlinks** durante a leitura, o que acredita ser importante também para a dinamização do processo.
4. O terceiro participante comentou também perceber a pouca **variação na forma dos cards** como um fator que o confundiu durante a navegação pelas páginas em razão de uma excessiva similaridade entre os blocos.
5. O período expressivo para a realização da tarefa do segundo cenário, bem como a inconclusão desta pelo primeiro participante permitiu a identificação de **dificuldade na descoberta da funcionalidade de notificações**.
6. Por fim, a observação das interações também demonstrou a necessidade de um **aumento na área de clique** em botões abaixo de 24px de altura, como o ícone de menu no cabeçalho do portal.

Os pontos de melhoria identificados permitiram a adequação de padrões de interação e objetos visuais já na etapa de implementação do design visual, foram eles: a reformulação do conteúdo do rodapé do portal, a inclusão de imagens e hiperlinks no conteúdo da publicação prototipada, a construção de uma estrutura visual mais dinâmica para os *cards* de notícia, a inclusão de um atalho à funcionalidade de notificações e a definição de 24px como dimensão mínima para as áreas de clique do protótipo.

### 2.2.1.3. Definição de Conceitos e Painéis semânticos

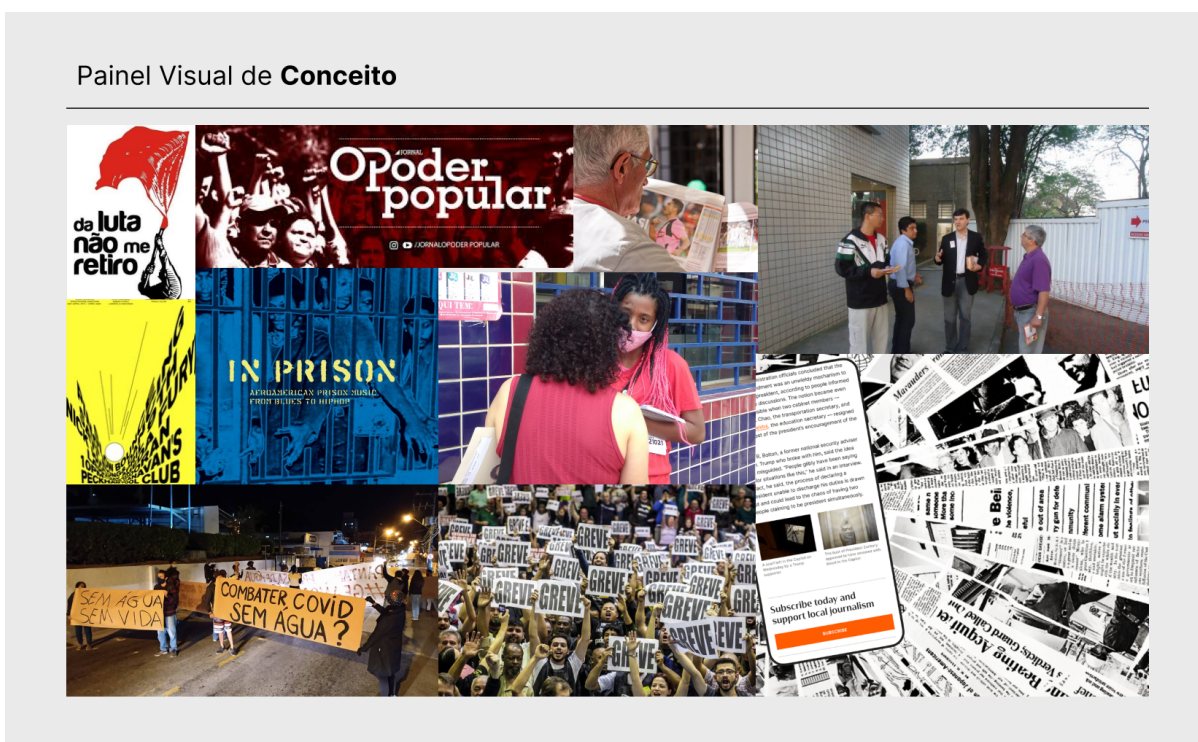
Para que a definição de parâmetros visuais do produto se desenvolvesse de forma coesa à atual comunicação do Jornal Poder Popular, bem como atendesse às necessidades dos usuários quando utilizando-o, uma breve pesquisa visual foi desenvolvida a partir de conceitos sintetizados por meio das pesquisas desenvolvidas na Etapa Explorar. Os conceitos definidos foram:

- **Popular:** Conceito derivado pela análise da pesquisa que introduz este PCC, da entrevista com partes interessadas e da pesquisa de público. Este conceito expressa a integração da linha editorial do grupo jornalístico com os movimentos populares no país, além do resgate de elementos que remetem à necessidade de comunicação e interação acessíveis ao público em geral.
- **Contra-hegemônico:** Conceito derivado pela análise da pesquisa que introduz este PCC. A contra-hegemonia é um dos objetivos políticos do jornal, ao trazer um contraponto à grande mídia sem abandonar a credibilidade no processo informacional. Este conceito ainda reforça o papel do jornalismo dos comunistas em expressar uma visão política nítida e, por consequência, a negação da neutralidade comunicacional.
- **Dialógico:** Conceito derivado pela análise da entrevista com partes interessadas. A presença do Jornal no cotidiano popular engendra a necessidade da construção de uma ferramenta de diálogo que busque romper



com uma estrutura midiática que comunica para classe trabalhadora sem ela, logo, este conceito expressa a qualidade de integração do jornal com a realidade do trabalhador brasileiro por meio do cotidiano das lutas, das redes sociais, do portal objeto deste PCC etc. Por fim, o conceito também tem a implícita necessidade de apropriação de elementos da realidade do público como forma de potencializar esse diálogo.

Para contextualização visual dos referenciais à interface, um painel visual de conceito (figura 34) e um de produto (figuras 35A e 35B) foram desenvolvidos: o primeiro voltado a explorar a semântica do contexto em que o Jornal O Poder Popular se insere e o segundo a entender o contexto visual de produtos jornalísticos digitais.



**Figura 34:** Painel visual de conceito do projeto. **Fonte:** Autor.

### Painel Visual de Produto

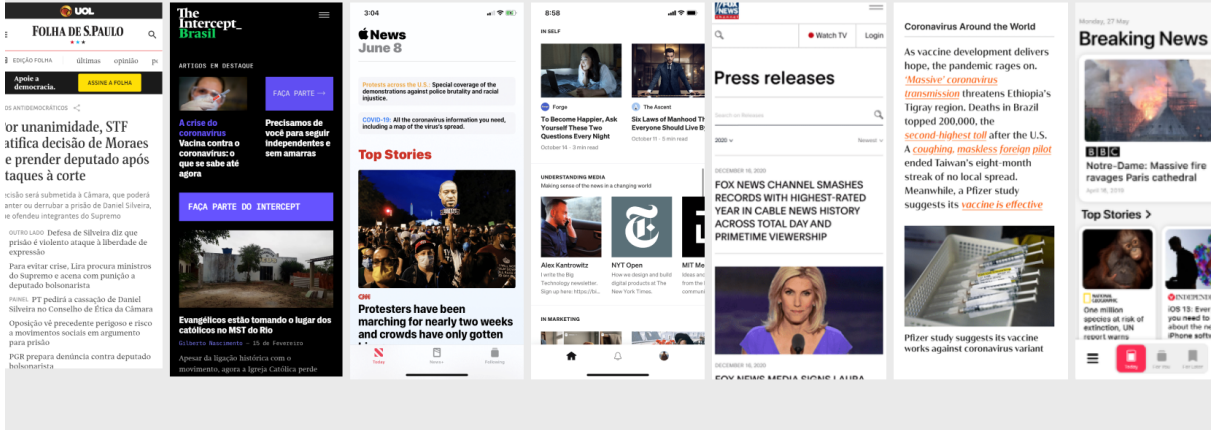


Figura 35A: Primeira parte do painel visual de produto do projeto. Fonte: Autor.

### Painel Visual de Produto

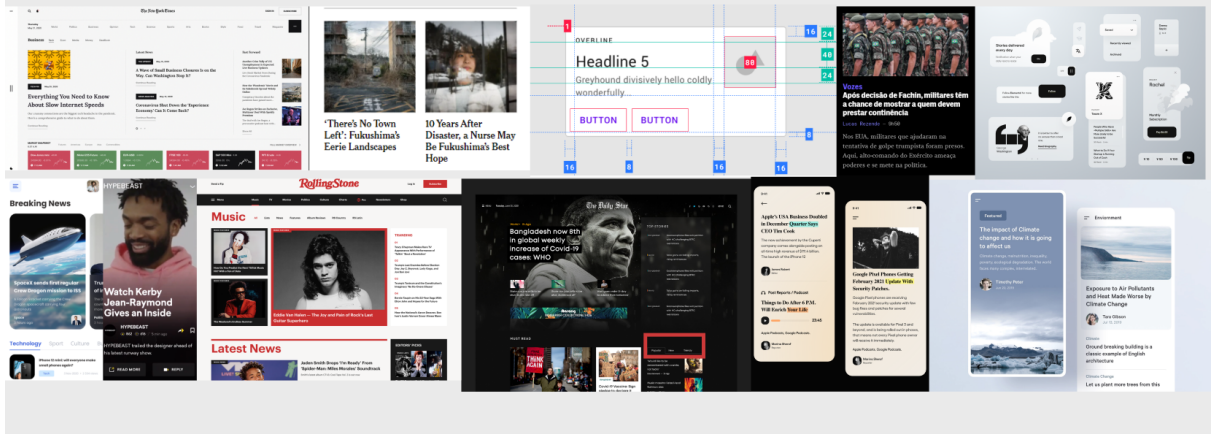


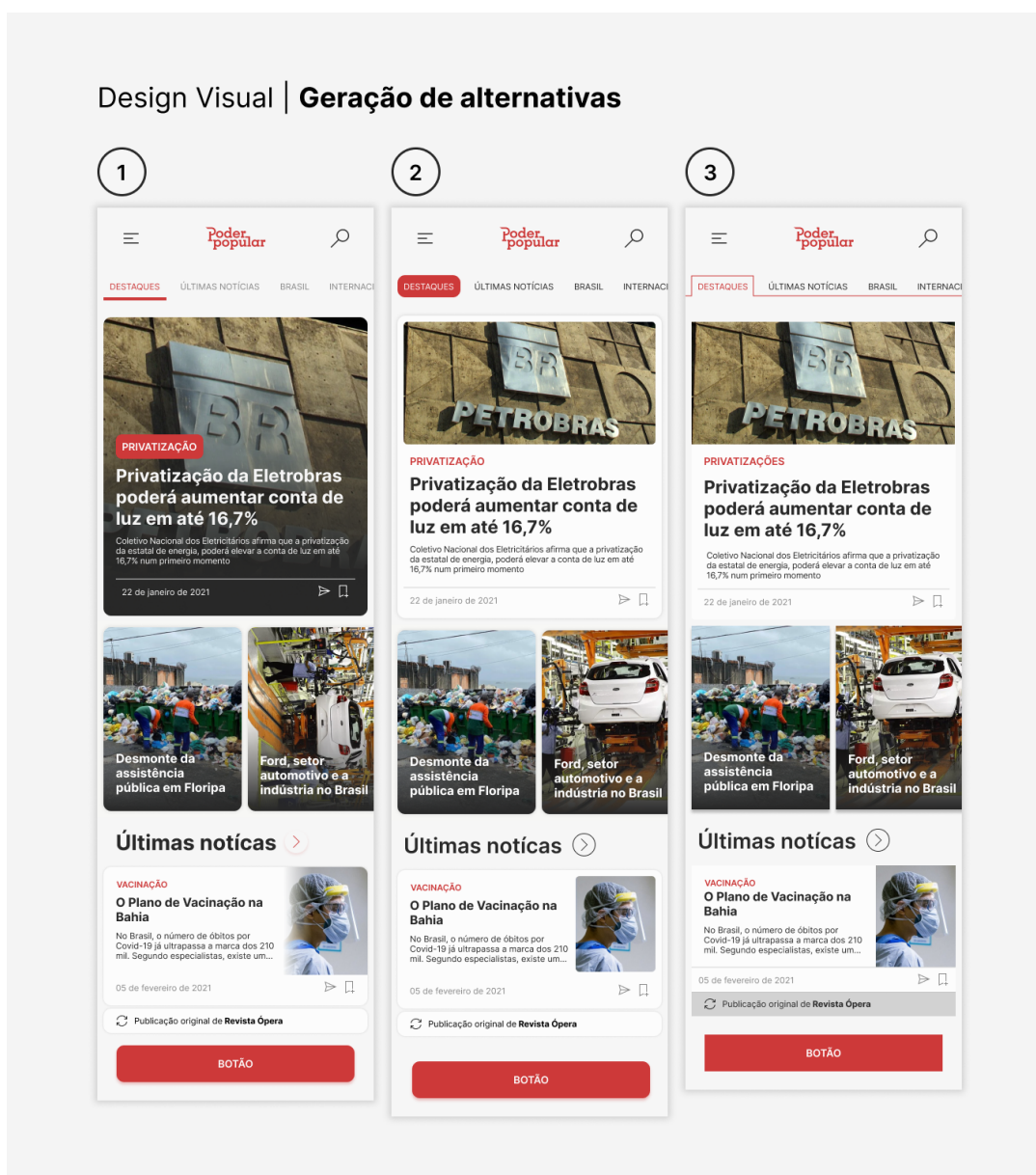
Figura 35B: Segunda parte do painel visual de produto do projeto. Fonte: Autor.

## 2.2.2. Síntese

### 2.2.2.1. Design visual

#### **Geração de Alternativas**

Para definição dos atributos visuais da interface foram geradas alternativas de componentes como os *cards* primário e secundário e botões, tendo entre si variações das curvaturas dos cantos, uso de cor e das sombras, todos fazendo uso da seleção tipográfica desenvolvida previamente, avaliada nos testes de usabilidade com wireframes e descrita adiante. As alternativas geradas foram agrupadas (figura 36) de acordo com a similaridade e coesão visual entre os componentes para então serem avaliadas a partir dos critérios de adequação aos conceitos do projeto (Quadro 5).



**Figura 36:** Alternativas de padrões de design visual ilustrados na tela inicial da interface. **Fonte:** Autor.

**Quadro 5:** Matriz de seleção de design visual da interface.

	Popular	Contra-hegemônico	Dialógico	Resultados
<b>Alternativa 1</b>	3	5	4	12
<b>Alternativa 2</b>	4	3	4	11
<b>Alternativa 3</b>	3	5	2	10

**Fonte:** Autor

No aspecto de compatibilidade com a semântica do projeto, o uso de formas mais arredondadas foi relacionado à uma comunicação aberta e convidativa, o que foi associado com os conceitos “popular” e “dialógico”. As aplicações de cor e forma de maneira mais próxima às telas investigadas no painel visual de produto (figura 32), como o uso de cores sólidas, foi associado ao conceito “popular”. Por fim, o uso de degradês e formas com cantos pontiagudos, como nos componentes das alternativas 1 e 3 respectivamente, foram relacionados ao conceito “contra-hegemônico” pela relação de oposição à forma de boa parte dos jornais online investigados.

Apesar da ponderação de critérios conceituais para a decisão, foi avaliada também a viabilidade de cada alternativa em relação ao contraste como forma de propiciar a legibilidade da diretriz escolhida. Isto levou à definição do uso do degradê nos *cards* de publicação apenas quando em seu nível maior de destaque, sendo que os de nível secundário foram desenvolvidos conforme ilustrados na segunda alternativa. Como uma última adequação, o *card* de maior nível de destaque também foi reformulado para ocupar todo o comprimento da tela como forma de ser mais atrativo visualmente. A estrutura final definida é ilustrada na figura 37.



**Figura 37:** Versão final dos padrões de design visual ilustrados na tela inicial da interface. **Fonte:** Autor.

### Seleção tipográfica

Tendo por base os conceitos definidos para o produto, a seleção tipográfica foi desenvolvida com base na matriz de seleção tipográfica desenvolvida por Meürer (2017) e nos parâmetros definidos por Lupton (2014) acerca de aspectos ergonômicos para a leitura em telas.

Sendo assim, os critérios para a seleção tipográfica foram feitos em duas matrizes, uma direcionada à tipografia de toda a interface com exceção do ambiente de leitura, e uma segunda para este, visando uma estruturação tipográfica dinâmica e adequada aos dois contextos de uso do produto: leitura e navegação.

Para ambas seleções a avaliação dos aspectos funcionais e formais foram parametrizados pela necessidade de dar protagonismo ao conforto na leitura e garantir qualidade na hierarquização da informação. Os aspectos estéticos pelo contexto da publicação jornalística analógica e digital como forma de reforçar os conceitos do produto, e por fim, os aspectos técnicos pela qualidade da apresentação das tipografias em tela. As matrizes de seleção estão expostas nos quadros 6 e 7 para a tipografia de navegação na interface e 6 para o ambiente de leitura.

**Quadro 6:** Matriz de Seleção Tipográfica para navegação na interface.

	Fatores Formais e Funcionais		Fatores Conceituais		Fatores Técnicos		Fatores Econômicos e Legais		Resultado
	Legibilidade	Variações e Recursos	História e Cultura	Expressão	Qualidade	Suporte	Licenciamento	Investimento	
<b>Pesos</b>	3	1	1	2	5	3	0	0	
<b>Avaliação</b>									
Inter	5	3	2	3	5	5	0	0	<b>74</b>
Work Sans	4	5	4	5	3	4	0	0	<b>70</b>
Lato	5	4	2	3	3	4	0	0	<b>68</b>

**Fonte:** Autor

**Quadro 7:** Matriz de Seleção Tipográfica para o ambiente de leitura.

	Fatores Formais e Funcionais		Fatores Conceituais		Fatores Técnicos		Fatores Econômicos e Legais		Resultado
	Legibilidade	Variações e Recursos	História e Cultura	Expressão	Qualidade	Suporte	Licenciamento	Investimento	
<b>Pesos</b>	5	4	2	3	3	4	0	0	
<b>Avaliação</b>									
Crimson Pro	5	4	4	3	4	4	0	0	86
Playfair Display	2	5	4	2	5	2	0	0	67
Lato	5	4	2	3	3	4	0	0	79

**Fonte:** Autor

A partir das matrizes foram definidas as tipografias Inter para navegação e Crimson Pro para leitura. Uma primeira proposta de seleção tipográfica está exposta na figura 38, esta foi aplicada no produto em uma escala que cresce em 1.2em com tamanho base de 16px.





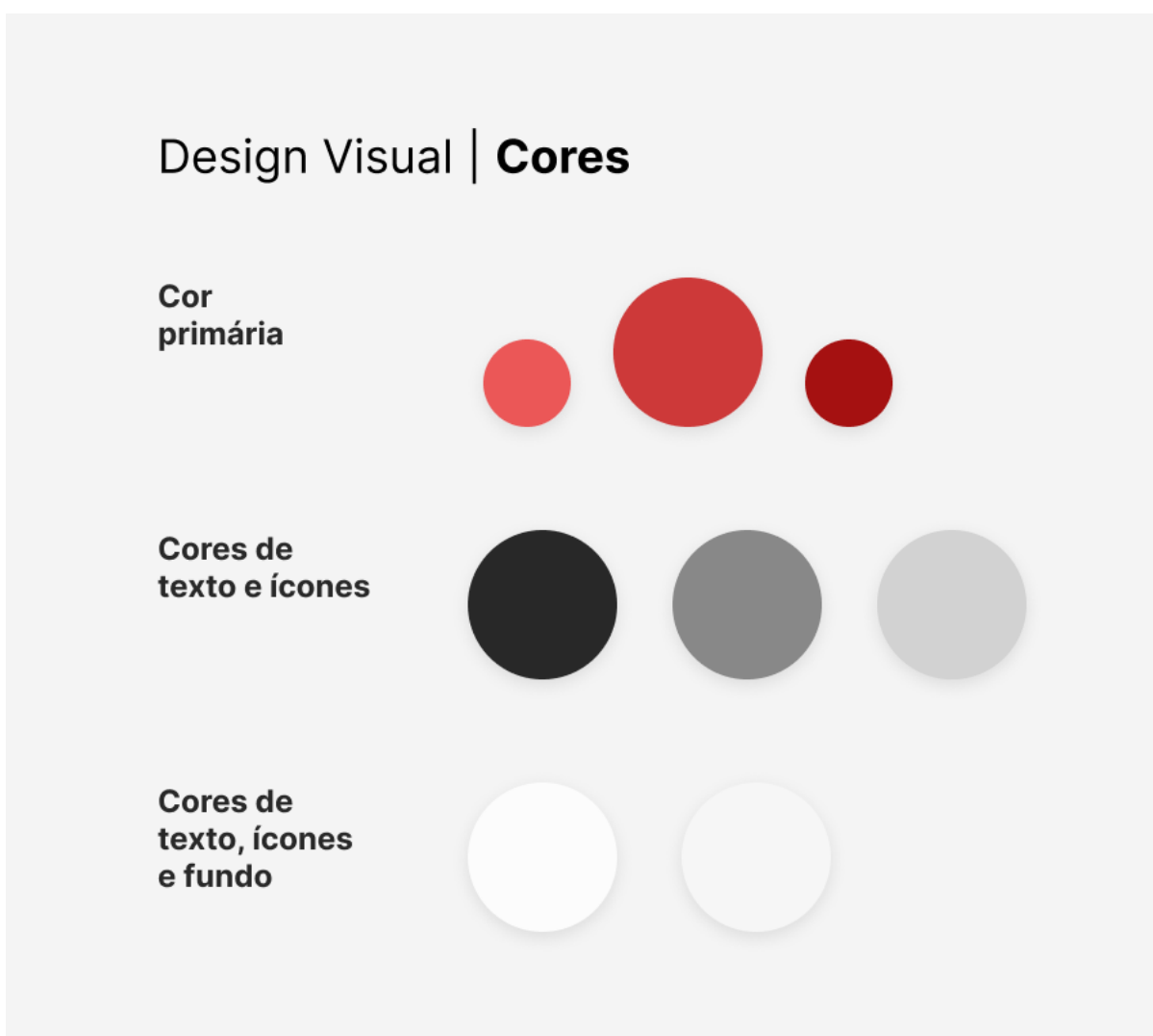
**Figura 38:** Seleção tipográfica da interface. **Fonte:** Autor.

## **Cores**

Para as cores do produto foram selecionadas cores primárias, de texto, ícones e de fundo. Para a cor primária a decisão feita se sustenta em critérios de marca: o vermelho já é hoje a cor utilizada pelo Jornal em seus materiais impressos (figura 39), além de ser também parte da tradição comunista desde o século XIX (Brasil de Fato, 20-?).

As variações nas cores de fundo, de texto e ícones, por sua vez, foram selecionadas no intuito de viabilizar uma melhor hierarquização da informação e também emular profundidade na interface, de forma a dar deixas ao uso de áreas clicáveis, por exemplo, sendo que este último aspecto é aprimorado pelo uso de sombras.

Cabe ressaltar que a aplicação da cor primária na interface é feita com a finalidade de dar ênfase à informação e reiterar o aspecto político-comunicacional do jornal visualmente. Sendo um produto que faz uso extensivo de imagens nos *cards*, cabeçalhos e corpo de texto das notícias, a aplicação de cor uso deve ser feito de forma estratégica para garantia da hierarquização da informação, o que justifica o não uso de uma cor secundária na interface. Quanto às variações da cor primária, estas desempenham a função de demonstração do estado da interface quando o vermelho é aplicado a campos interativos, a exemplo de botões.



**Figura 39:** Seleção de cores da interface. **Fonte:** Autor.

## Ícones

Os ícones da interface (figura 40) foram adaptados da biblioteca de ícones da Microsoft intitulada Segoe MDL2<sup>6</sup>, com formas em contorno e sem preenchimento. Sua função na interface é a de indicar ações de navegação pelo produto, sendo usados em botões acompanhados ou não por legenda de acordo com o contexto visual.



**Figura 40:** Seleção de ícones da interface. **Fonte:** Autor.

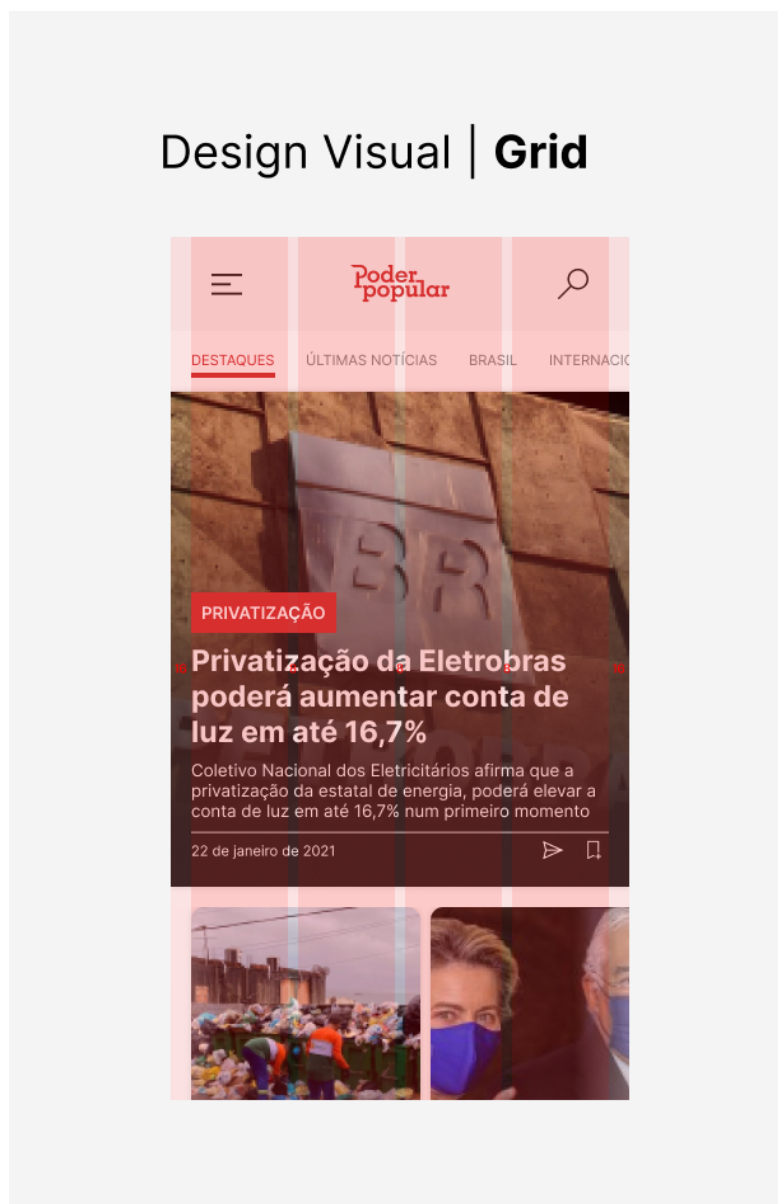
## Grid e forma

Por fim, tratando da forma utilizada na interface foi feita uma adequação no grid utilizado inicialmente para os wireframes (figura 24): para permitir uma melhor visualização da elevação nas telas através da aplicação de sombras, o grid com margem de 16px nas laterais foi aplicado em toda a interface, não apenas na tela do ambiente de leitura como anteriormente (figura 41).

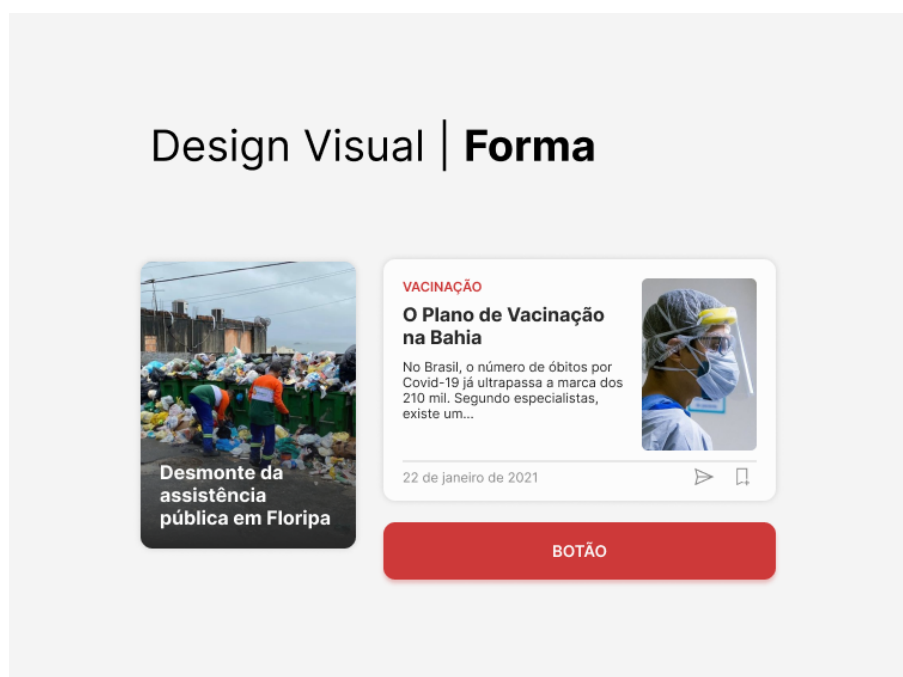
---

<sup>6</sup> Ícones para aplicativos do Windows. <<https://docs.microsoft.com/pt-br/windows/uwp/design/style/icons>> Acesso em 08 de abril de 2021.

Além do grid, a partir das decisões de design visual descritas passa a forma na interface também passa a ter os cantos arredondados de quadrados e retângulos como recurso para buscar um aspecto mais convidativo ao produto (figura 42).



**Figura 41:** Grid com margem de 16px aplicado na interface. **Fonte:** Autor.

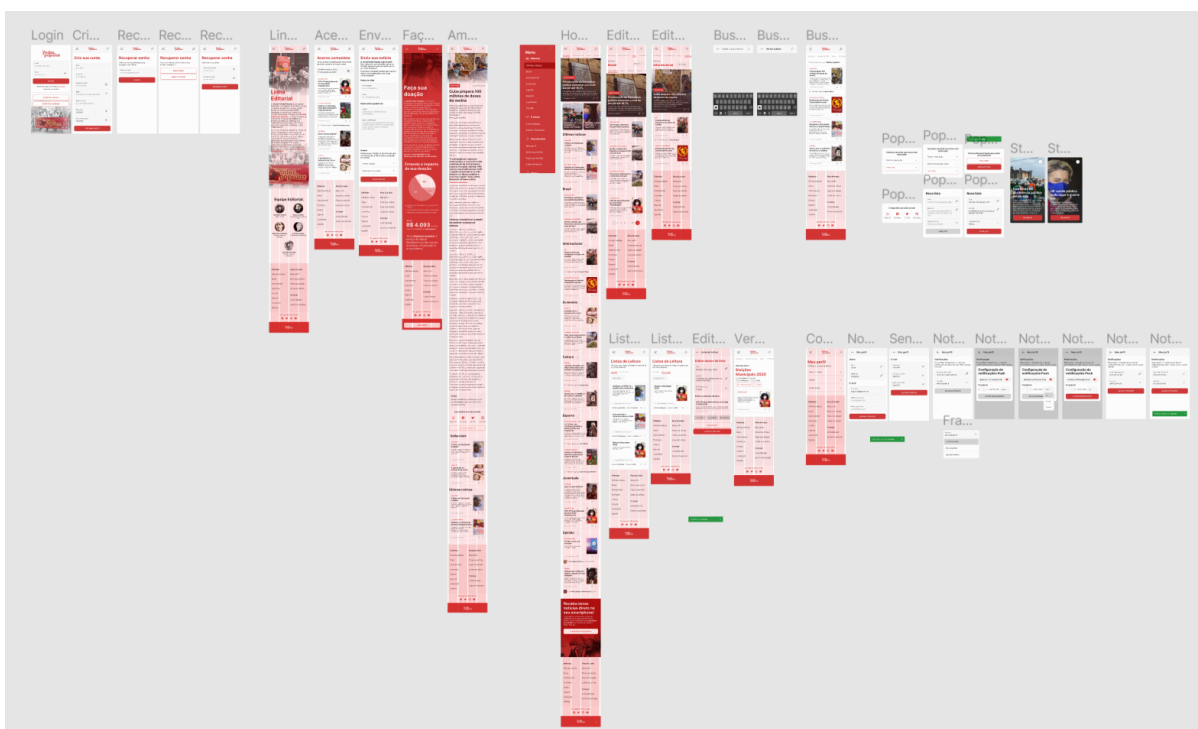


**Figura 42:** Componentes da interface com cantos arredondados. **Fonte:** Autor.

#### 2.2.2.2. Protótipo navegável

A partir das diretrizes de design visual definidas foi desenvolvido o protótipo navegável do produto (figura 43) seguindo-se o mesmo fluxo de navegação já apresentado na etapa de síntese. Foram desenvolvidas 39 telas que simulam as principais histórias de usuário de acordo com a priorização feita na matriz de requisitos do projeto.

A interface propõe a veiculação das notícias por meio dos cards e textos como elemento principal dentre as telas, sendo exceção as áreas “Envie sua notícia”, “Faça sua doação”, “Linha editorial” e tela de login, espaços dedicados a tarefas distintas e já detalhadas anteriormente. É importante destacar que a abordagem visual nas telas mencionadas busca manter a coesão com o restante da interface a partir dos elementos de design visual, porém busca-se um maior apelo visual por meio destas tendo em vista que são pontos de contato visualizados em um momento que o usuário passa a ter um nível de maior engajamento com a marca do jornal.



**Figura 43:** Captura de tela do Figma com a primeira versão do protótipo de alta fidelidade. **Fonte:** Autor.

## 2.3. ETAPA AVALIAR

### 2.3.1. Análise

#### 2.3.1.1. Testagem com usuários

Após elaborado o protótipo navegável com alta fidelidade e aplicadas as correções identificadas durante a testagem com wireframes, foi planejada e executada uma nova rodada de testes de usabilidade para avaliação do produto em seu estado de desenvolvimento naquele momento. O roteiro desenvolvido para a testagem replica boa parte da estrutura utilizada para o teste com wireframes, com adequação de alguns cenários para testagem da função de listas de leitura e também o uso da plataforma Maze<sup>7</sup> para facilitação dos testes. O roteiro está descrito na íntegra no Apêndice F.

<sup>7</sup> Maze. <<https://maze.co>>. Acesso em 08 de abril de 2021.

## Resultados do teste de usabilidade

Os resultados emitidos pela ferramenta utilizada<sup>8</sup> para a testagem do protótipo são apresentados no Quadro 8, que informa o tempo utilizado pelos usuários para a conclusão de cada uma das tarefas, a duração média de cada tarefa, a taxa de sucesso e taxa de cliques errados durante a testagem - feitos em áreas fora das já previstas no fluxo proposto, sendo estes dois últimos dados oriundos do relatório emitido pelo Maze para este teste.

**Quadro 8:** Tabela de resultado do teste de usabilidade com protótipo navegável.

	<b>Cenário 1</b>	<b>Cenário 2</b>	<b>Cenário 3</b>	<b>Cenário 4</b>
<b>Duração da tarefa - Usuário 1</b>	69.3s	40.7s	156.4s	19.7s
<b>Duração da tarefa - Usuário 2</b>	76.3s	38s	48.5s	20.2s
<b>Duração da tarefa - Usuário 3</b>	89s	49.3s	94.6s	25s
<b>Duração média da tarefa</b>	78.2s	42.6s	99.8s	21.6s
<b>Taxa de sucesso</b>	66.7%	100%	33.3% <sup>9</sup>	100%
<b>Taxa de cliques errados</b>	18.1%	0%	15.3%	0%

**Fonte:** Autor.

<sup>8</sup> Relatório emitido pela ferramenta Maze para a testagem com usuários. <<https://app.maze.design/report/7pntl5rzkms2ywws>>. Acesso em 08 de abril de 2021.

<sup>9</sup> É importante notar que por uma falha na rota criada no Maze, a última tela do cenário 4 não foi detectada como momento final, em razão disto a taxa de sucesso no relatório da plataforma nesta tarefa é de 0%, porém a gravação das sessões permitiu a confirmação de taxa de 100% de sucesso.

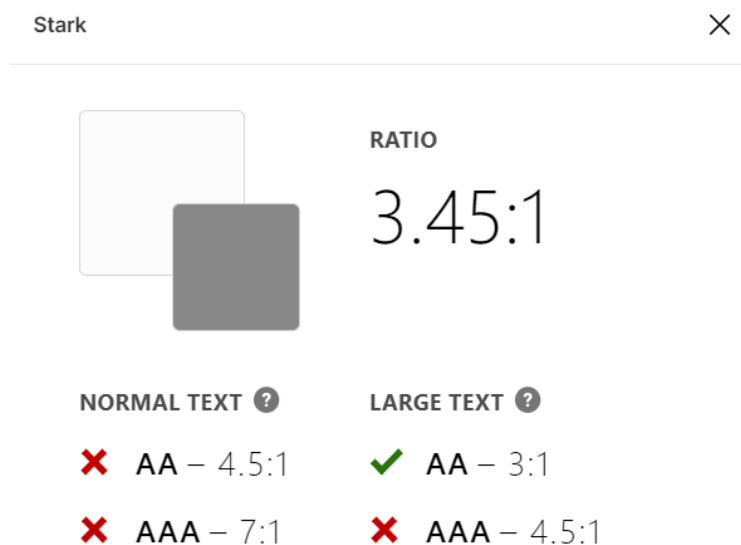
Analisando-se os dados obtidos por meio da testagem apresentados no Quadro 8, cruzados com a análise das seções de testagem gravadas concomitantemente, é perceptível um tempo médio expressivamente reduzido nos testes com protótipo quando comparado ao teste com wireframes tratando-se dos cenários 1 e 2, já presentes naquela primeira avaliação.

Quanto aos cenários 1 e 3 que apresentam taxa de sucesso abaixo de 100% e também tiveram uma taxa expressiva de cliques errados, foi possível atestar que são decorrentes de falhas do nível de fidelidade do protótipo: no primeiro cenário, dois dos usuários buscaram a notícia via ferramenta de busca e tentaram digitar no teclado prototipado, o que já configura um clique fora de rota de acordo com o Maze; no terceiro, todos tentaram abrir a notícia a ser salva para então concluir a tarefa, porém esta não estava prototipada, falha não identificada no teste piloto.

Enfim, as observações dos testes e entrevistas conduzidos após a conclusão das tarefas permitiram a identificação de dois pontos de melhoria no protótipo final, são eles:

- a introdução de um fluxo para criação de novas listas de leitura na própria tela de acesso às já criadas;
- o ajuste do contraste entre a cor de texto secundária e o fundo dos *cards* de publicações (figura 44).





**Figura 44:** Primeira verificação de contraste entre cor de fundo e cor secundária de texto realizado a partir da ferramenta Stark<sup>10</sup>. **Fonte:** Autor.

Analisados os pontos de correção identificados nos testes com wireframes, foi possível identificar que todas as alterações contemplaram a melhoria no uso em relação a estes fatores: nenhum participante expressou dificuldade na descoberta da notícia no primeiro cenário ou da funcionalidade e uso de notificações; não foi identificada falha em razão de tamanho da área de clique do protótipo durante a testagem; o rodapé foi utilizado como atalho para conclusão de tarefas durante os testes.

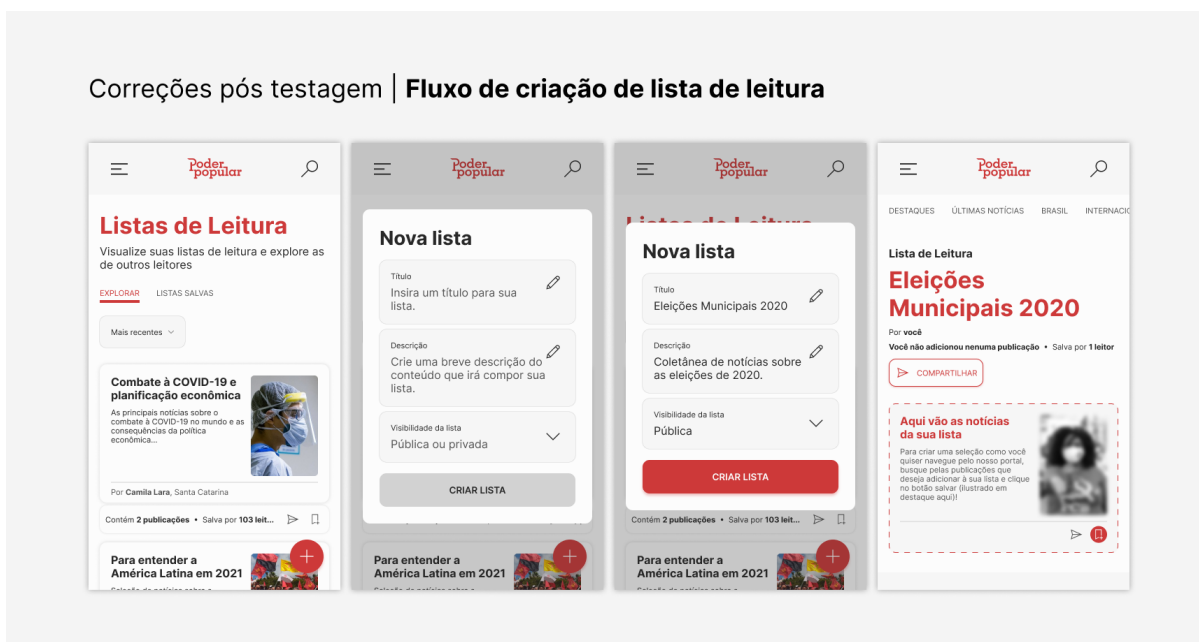
## 2.3.2. Síntese

### 2.3.2.1. Protótipo final

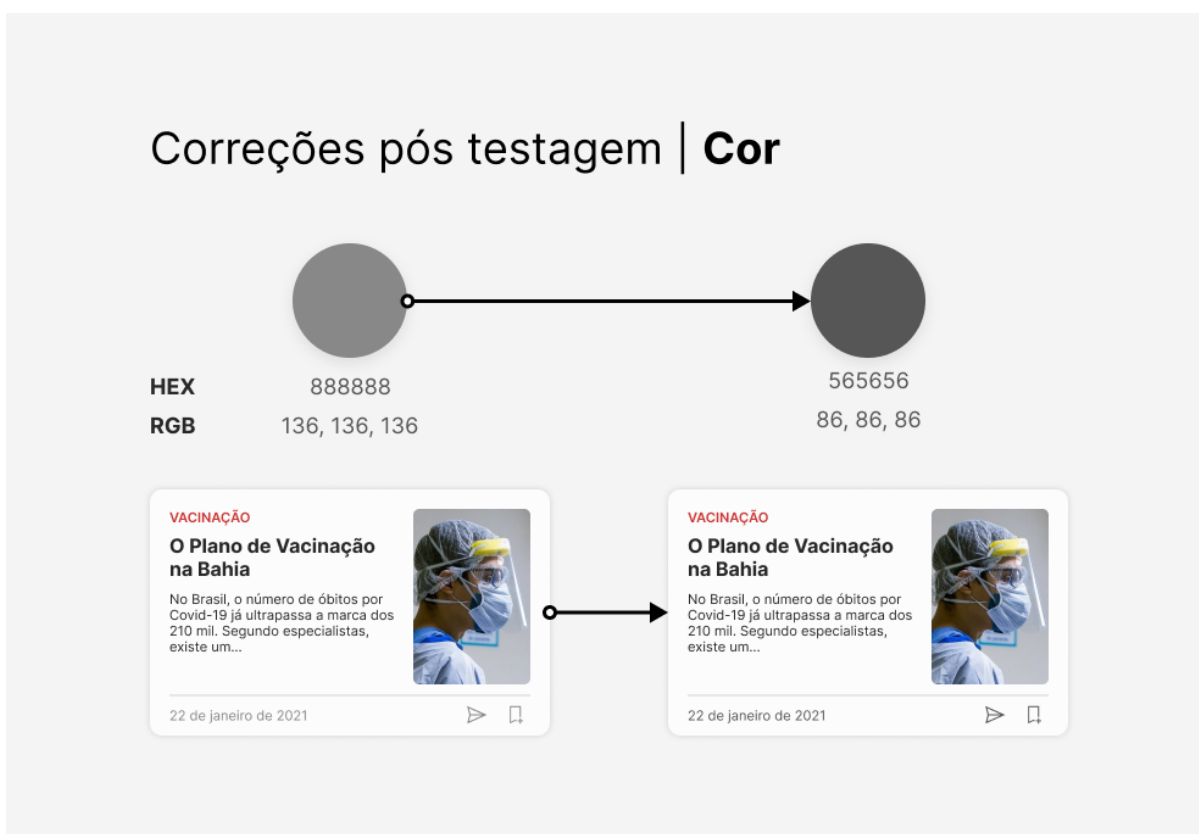
Após a aplicação do teste de usabilidade com protótipo navegável foram implementadas as correções necessárias: desenvolvimento de um fluxo para criação de listas de leituras através da própria tela de acesso às já criadas (figura 45) e

<sup>10</sup> Stark. <<https://www.getstark.co>>. Acesso em 08 de abril de 2021.

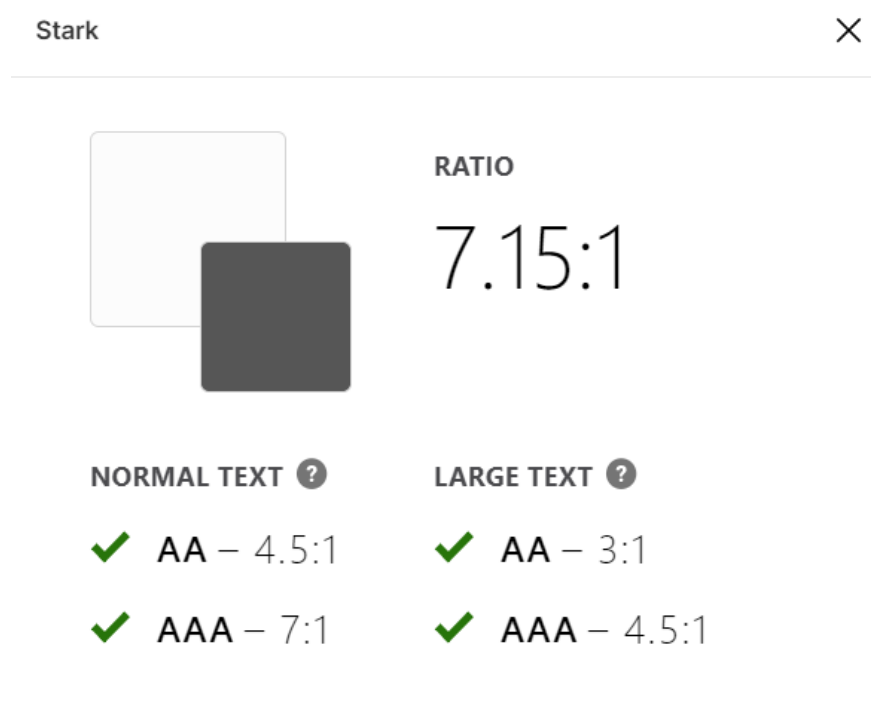
adequação do tom de cinza secundário utilizado nos textos para permitir maior leitura pelo contraste entre fundo e tipografia (figura 46), que também foi checado pela ferramenta Stark (figura 47).



**Figura 45:** Sequência de telas desenvolvidas para o fluxo de criação de listas de leitura. **Fonte:** Autor.



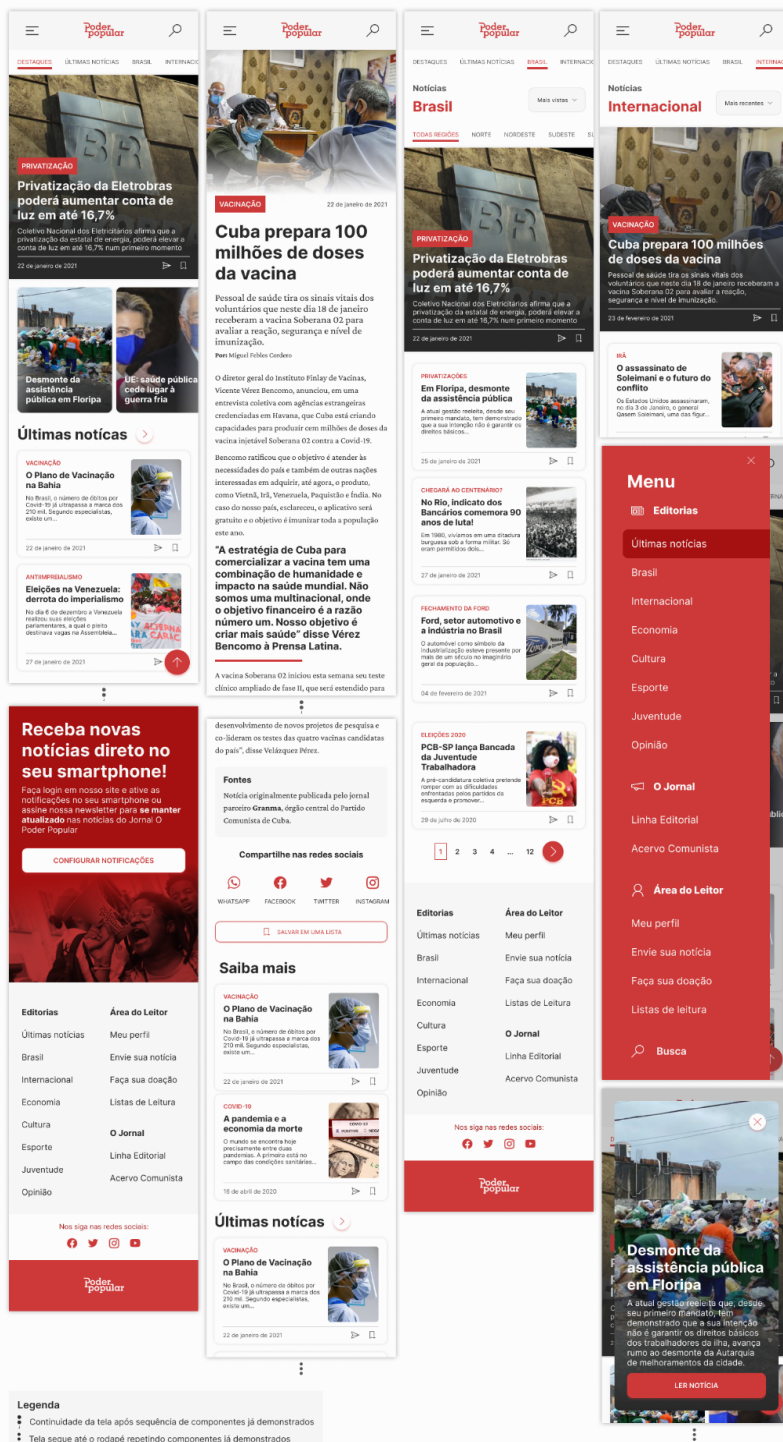
**Figura 46:** Ajuste de cor aplicado no tom de cinza secundário para textos. **Fonte:** Autor.



**Figura 47:** Segunda verificação de contraste entre cor de fundo e cor secundária de texto realizado a partir da ferramenta Stark. **Fonte:** Autor.

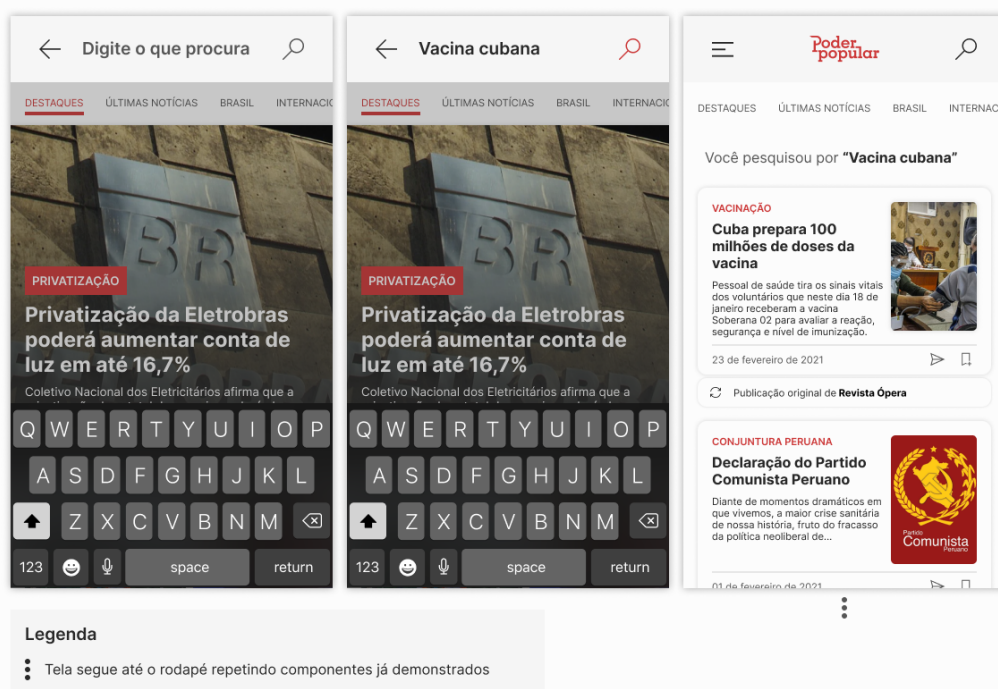
Para a entrega final, foram desenvolvidas duas versões do protótipo, uma que simula a interação de um usuário logado no site e outra que simula a de um não logado. As telas também são documentadas neste relatório a partir da figura 48.

## Protótipo final | Tela inicial, publicação aberta, stories, menu e editorias



**Figura 48:** Interface das telas inicial, de publicação, de editoria, de menu e de stories no protótipo final. **Fonte:** Autor.

## Protótipo final | Ferramenta de busca



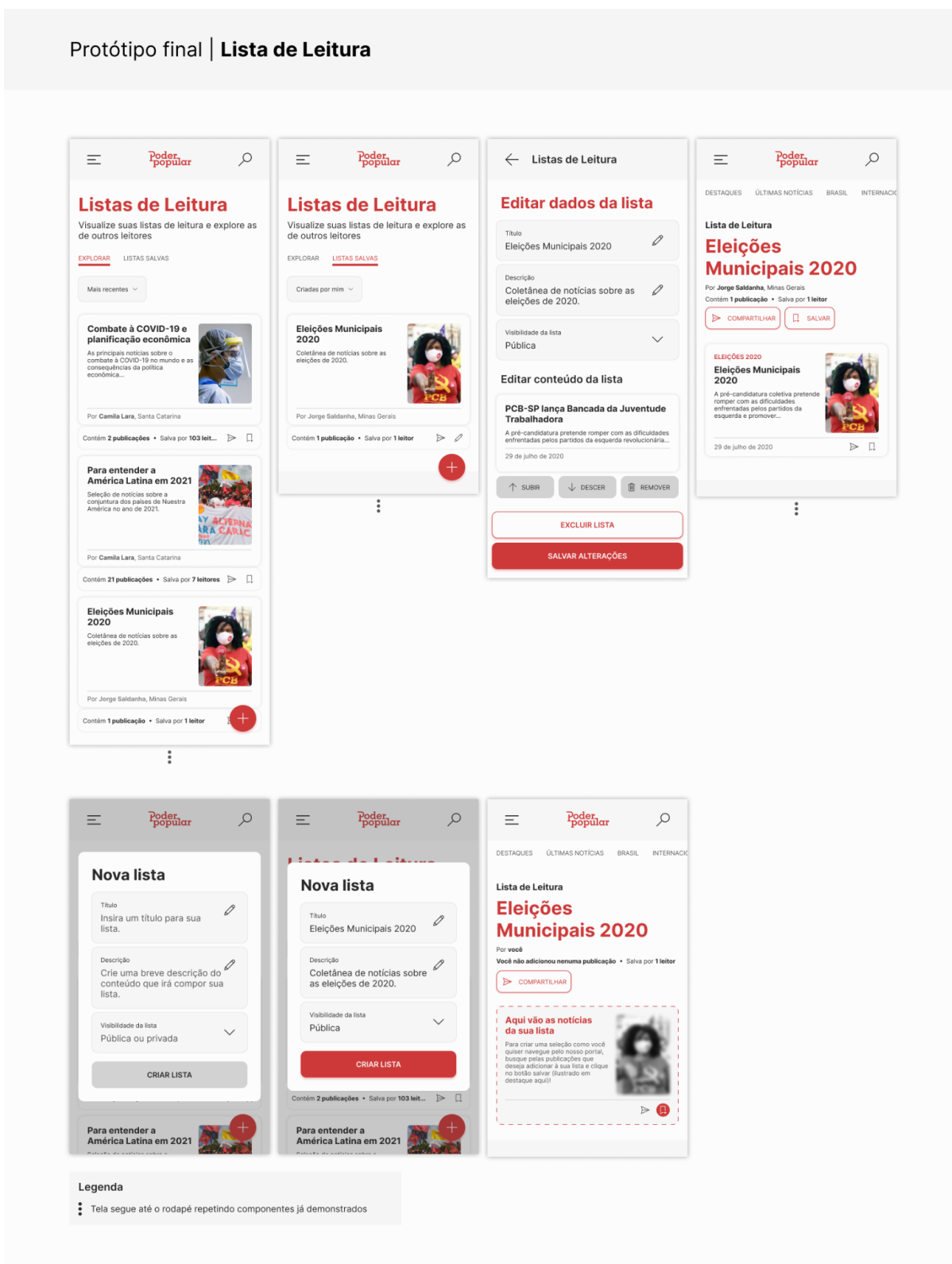
**Figura 49:** Interface das telas do fluxo de uso da ferramenta de busca no protótipo final. **Fonte:** Autor.

Protótipo final | Linha editorial, Acervo comunista, Faça sua doação e Envie sua notícia



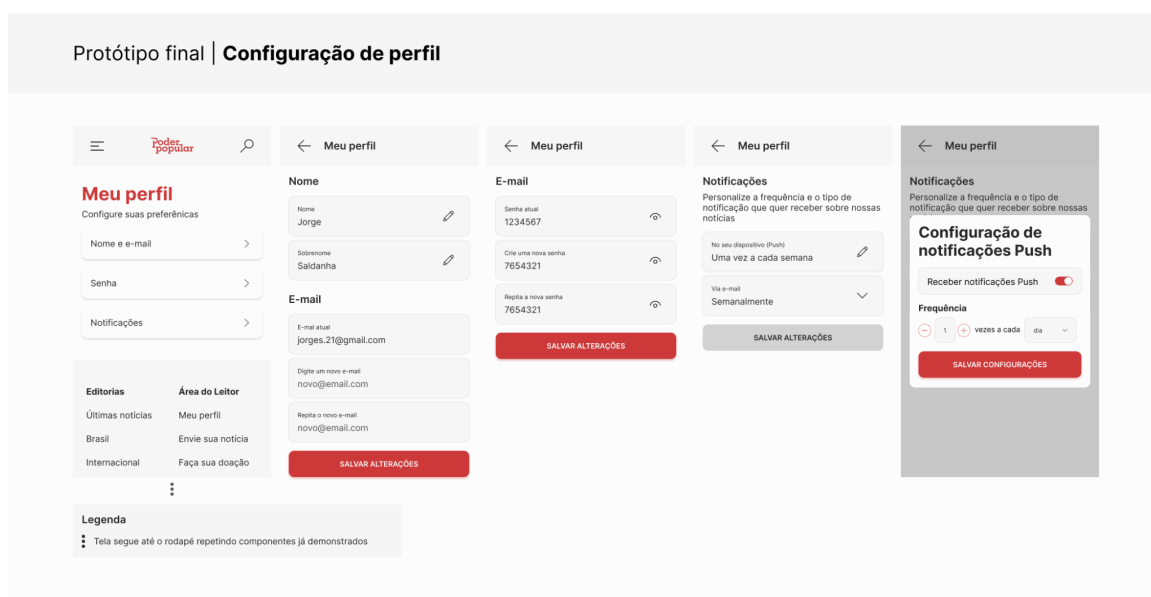
Figura 50: Interface das telas de Linha editorial, Acervo comunista, Faça sua doação e Envie sua notícia no protótipo final. Fonte: Autor.

## Protótipo final | Lista de Leitura



**Figura 51:** Interface das telas do fluxo de uso da área de listas de leitura no protótipo final. **Fonte:** Autor.



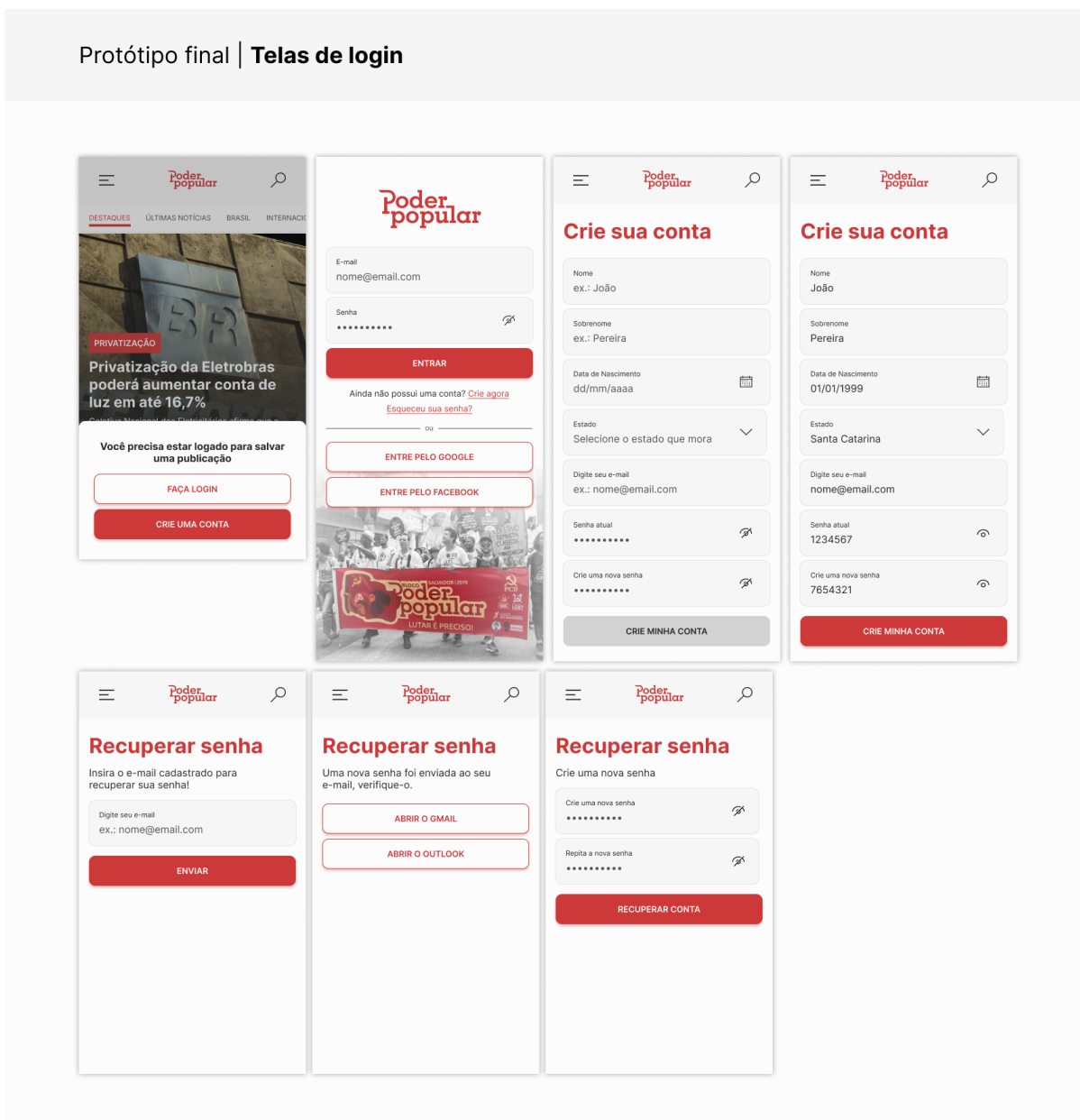


**Figura 52:** Interface das telas do fluxo de uso da área de configuração de perfil no protótipo final. **Fonte:** Autor.



**Figura 53:** Interface das telas de pop-ups e notificação para usuário logado no protótipo final. **Fonte:** Autor.

## Protótipo final | Telas de login



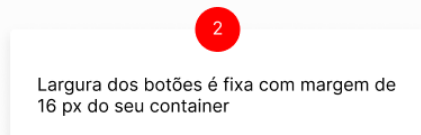
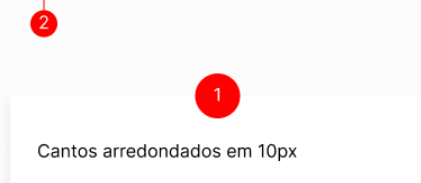
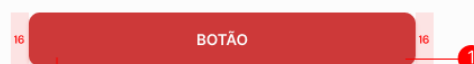
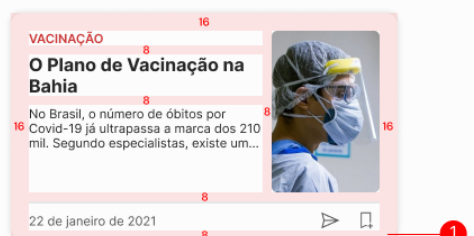
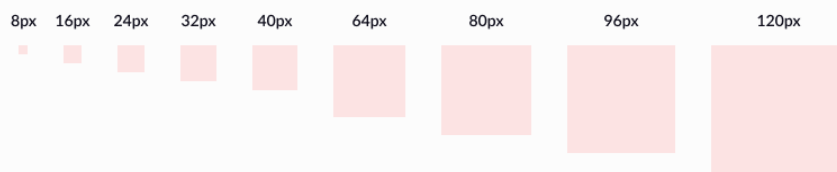
**Figura 54:** Interface das telas da área de login no protótipo final. **Fonte:** Autor.

### 2.3.2.2. Guia de Estilos

A documentação das decisões de design visual e especificações técnicas do produto foi feita no guia de estilos apresentado a partir da figura 55.

## Guia de Estilo | Espaçamento e elevação

### Espaçamento e grid



### Elevação

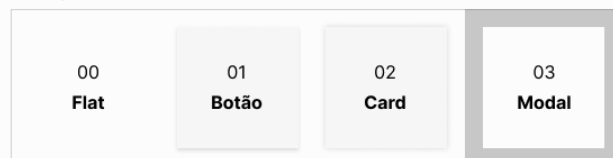


Figura 55: Guia de estilo para espaçamento e elevação na interface. Fonte: Autor.

## Guia de Estilo | Cores

### Cor primária



HEX	EB5757	CD3939	A51111
RGB	235,87,87	205,57,57	165,17,17

### Cores de texto, fio e ícones



HEX	282828	565656	D2D2D2
RGB	40,40,40	86, 86, 86	210, 210, 210

### Cores de fundo, texto, fio e ícones



HEX	FCFCFC	F6F6F6	F5F5F5
RGB	252, 252, 252	246, 246, 246	245, 245, 245

### Cores de notificação



HEX	26963F	962929
RGB	38, 150, 63	150, 41, 41

**Figura 56:** Guia de estilo para cores na interface. **Fonte:** Autor.

## Guia de Estilo | Escala Tipográfica

### Interface de navegação

**Poder Popular**

.display | 700 | 47.78/57.826px | 2.986em

**Poder Popular**

.h1 | 700 | 33.18/40.16px | 2.074em

**Poder Popular**

.h2 | 600 | 27.65/33.46px | 1.728em

**Poder Popular**

.h3 | 500 | 23.04/27.88px | 1.44em

**Poder Popular**

.h4 | 400 | 19.2/23.34px | 1.2em

**Poder Popular**

.h5 | 700 | 16/19.36px | 1em

Poder Popular

.p | 400 | 16/19.36px | 1em

**PODER POPULAR**

.button | 600 | uppercase | 13.33/16.13px | 0.833em

PODER POPULAR

.button small | 600 | uppercase | 11.1/13.45px | 0.64em

Poder Popular

.caption | 400 | 11.1/13.45px | 0.64em

### Ambiente de leitura

**Poder Popular**

.h1 | 700 | 33.18/40.16px | 2.074em

**Poder Popular**

.h2 | 500 | 23.04/27.88px | 1.44em

**Poder Popular**

.h3 | 400 | 19.2/23.34px | 1.2em

**Poder Popular**

.h4 | 700 | 16/19.36px | 1em

Poder Popular

.p big | 400 | 19.2/21.34px | 1.2em

Poder Popular

.p | 400 | 16/24px | 1em

Poder Popular

.autoria | 400 | 13.33/14.81px | 0.833em

**Poder Popular**

.callout | 700 | uppercase | 19.2/23.34px | 1.2em

**PODER POPULAR**

.tagline | 600 | uppercase | 13.33/14.81px | 0.833em

**Figura 57:** Guia de estilo para escala tipográfica na interface. **Fonte:** Autor.

## Guia de Estilo | Botões

### Primário

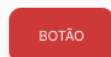
Ativo, regular



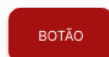
Pressionado, regular



Ativo, pequeno



Pressionado, pequeno



### Secundário

Ativo, regular



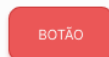
Pressionado, regular



Ativo, pequeno

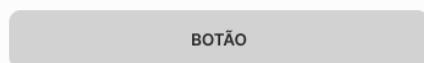


Pressionado, pequeno

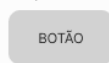


### Desabilitado

Grande



Pequeno



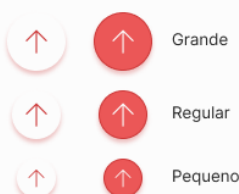
### Ícone primário

Ativo Pressionado



### Ícone secundário

Ativo Pressionado



### Link interface de navegação

Ativo Pressionado

[Link](#) [Link](#)

### Toggle switch

Ativo  
 Desabilitado

### Link ambiente de leitura

Ativo Pressionado

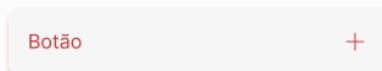
[Link](#) [Link](#)

### Primário para configuração e listas

Ativo, regular



Pressionado, regular

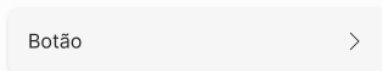


### Secundário para configuração e listas

Ativo, regular




Pressionado, regular



**Figura 58:** Guia de estilo para botões na interface. **Fonte:** Autor.


## Guia de Estilo | Cards

**Primário**




**Story**

Fechado



Aberto



**Secundário**

Postagem regular

**VACINAÇÃO**  
**O Plano de Vacinação na Bahia**  
No Brasil, o número de óbitos por Covid-19 já ultrapassa a marca dos 210 mil. Segundo especialistas, existe um...  
22 de janeiro de 2021

Repostagem

**VACINAÇÃO**  
**O Plano de Vacinação na Bahia**  
No Brasil, o número de óbitos por Covid-19 já ultrapassa a marca dos 210 mil. Segundo especialistas, existe um...  
22 de janeiro de 2021  
Publicação original de **Revista Ópera**

Coluna

**VACINAÇÃO**  
**O Plano de Vacinação na Bahia**  
No Brasil, o número de óbitos por Covid-19 já ultrapassa a marca dos 210 mil. Segundo especialistas, existe um...  
22 de janeiro de 2021  
Por **Alexandre Campos**, membro do PCB RN

**Terciário**

Postagem regular

**VACINAÇÃO**  
**O Plano de Vacinação na Bahia**  
No Brasil, o número de óbitos por Covid-19 já ultrapassa a marca dos 210 mil. Segundo especialistas, existe um...  
22 de janeiro de 2021

Repostagem

**VACINAÇÃO**  
**O Plano de Vacinação na Bahia**  
No Brasil, o número de óbitos por Covid-19 já ultrapassa a marca dos 210 mil. Segundo especialistas, existe um...  
22 de janeiro de 2021  
Publicação original de **Revista Ópera**

Coluna

**VACINAÇÃO**  
**O Plano de Vacinação na Bahia**  
No Brasil, o número de óbitos por Covid-19 já ultrapassa a marca dos 210 mil. Segundo especialistas, existe um...  
22 de janeiro de 2021  
Por **Alexandre Campos**, membro do PCB RN

**Lista de Leitura**

Lista regular

**Para entender a América Latina em 2021**  
Seleção de notícias sobre a conjuntura dos países de Nuestra América no ano de 2021.  
Por **Camila Lara**, Santa Catarina  
Contém **21 publicações** • Salva por **7 leitores**

Lista autoral (editável)

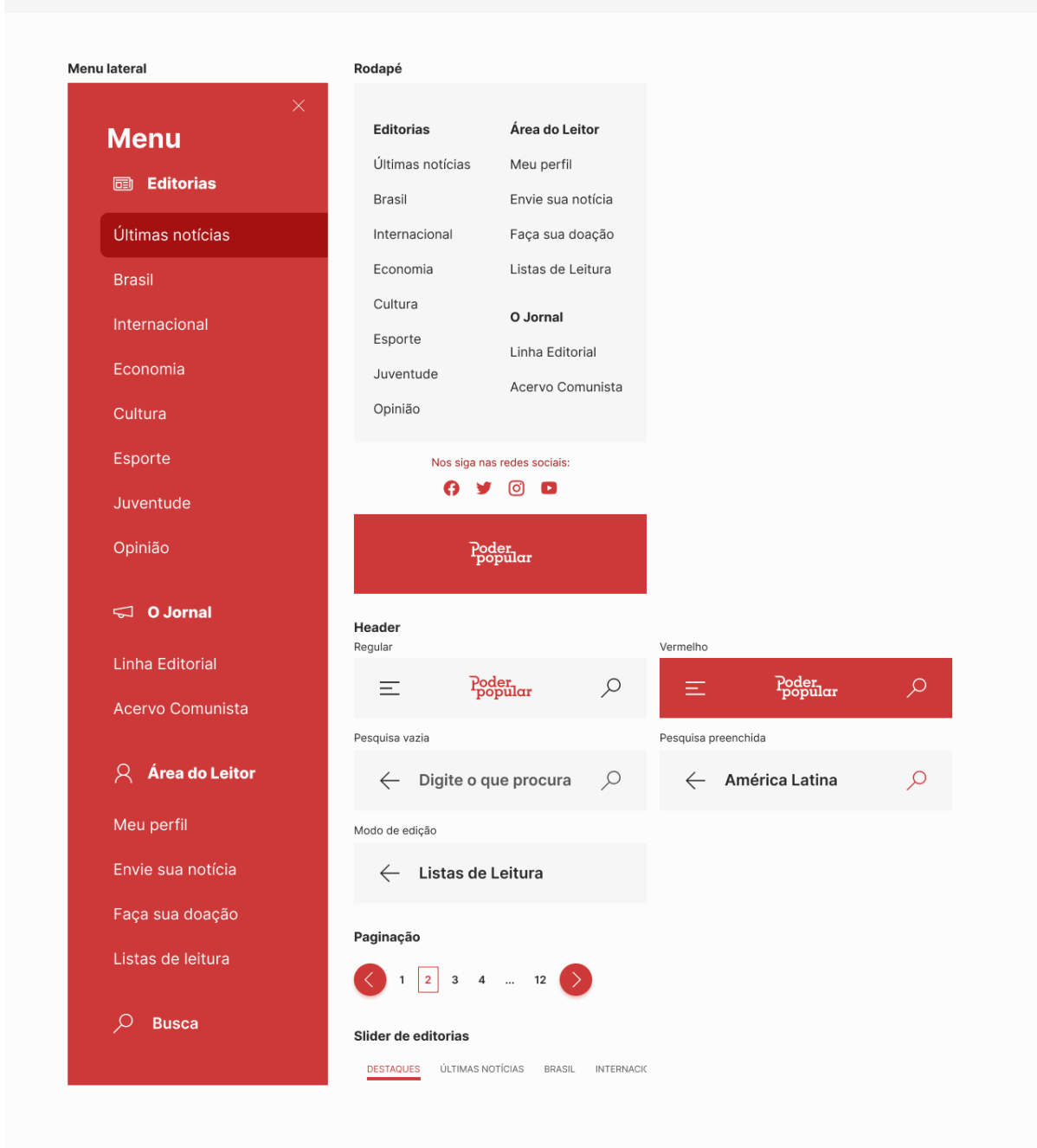
**Eleições Municipais 2020**  
Coletânea de notícias sobre as eleições de 2020.  
Por **Jorge Saldanha**, Minas Gerais  
Contém **1 publicação** • Salva por **1 leitor**

**Publicação em lista de leitura**

**PCB-SP lança Bancada da Juventude Trabalhadora**  
A pré-candidatura pretende romper com as dificuldades enfrentadas pelos partidos da esquerda revolucionária...  
29 de julho de 2020  
↑ SUBIR ↓ DESCER 🗑️ REMOVER

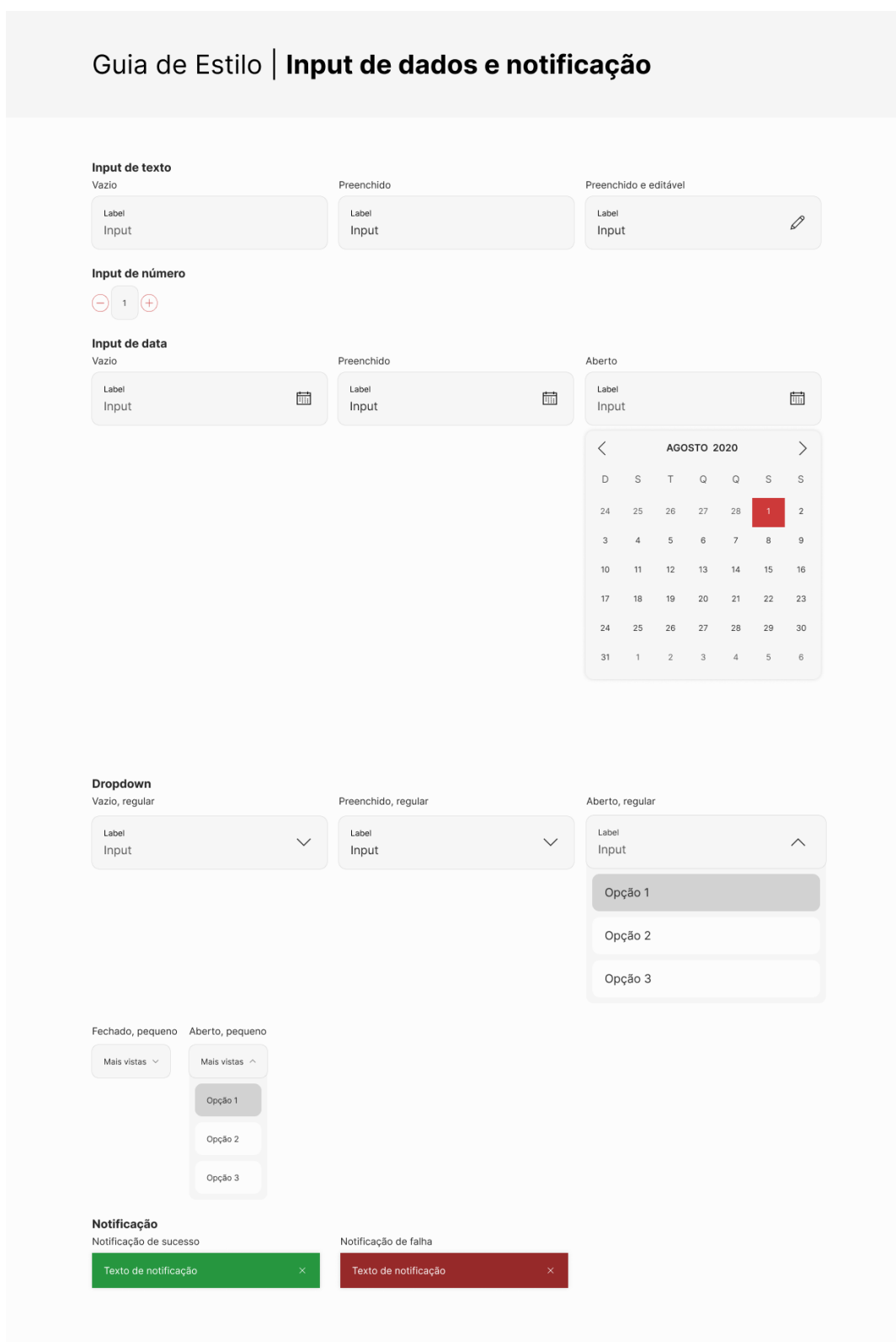
Figura 59: Guia de estilo para cards na interface. Fonte: Autor.

## Guia de Estilo | Componentes de navegação



**Figura 60:** Guia de estilo para componentes de navegação na interface. **Fonte:** Autor.





**Figura 61:** Guia de estilo para input de dados pelo usuário e notificações na interface. **Fonte:** Autor.

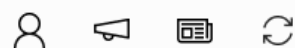
## Guia de Estilo | Ícones e figuras

### Ícones

Edição de conteúdo



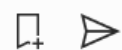
Identificação de conteúdo



Navegação



Acionamento de funcionalidades



Redes sociais



Logo



**Figura 62:** Guia de estilo para ícones e figuras na interface. **Fonte:** Autor.

### 3. CONCLUSÃO

Este projeto teve como objetivo desenvolver um web app para o Jornal O Poder Popular a partir de uma abordagem centrada no usuário, tendo como produto final o protótipo interativo da interface em seu formato mais utilizado, o *mobile* de acordo com a pesquisa de público desenvolvida.

Observando-se primeiramente o método utilizado, é possível afirmar que este conseguiu contemplar as necessidades mapeadas para o projeto, mas sua estrutura subdividida em momentos de análises e sínteses pode ser problemática em um contexto de desenvolvimento menos linear tendo em vista que os dois aspectos se confundem na aplicação de determinadas ferramentas, a exemplo da ferramenta de wireframes, que sintetiza informações das etapas anteriores ao mesmo tempo que analisa padrões de interação para definição do produto. Ainda assim, a divisão do método entre os ciclos de exploração, concretização e avaliação otimizou a organização do processo de trabalho e seus resultados consequentemente.

As ferramentas utilizadas para investigação de diretrizes iniciais ao produto e todos os processos que introduziram usuários nas etapas de projeto foram aplicadas de forma satisfatória, levando em consideração o desenvolvimento projetual ter se dado de forma totalmente remota em razão da pandemia da COVID-19. Também a análise de similares foi de grande importância ao projeto, ainda que de forma discreta, durante a decisão de parâmetros visuais do produto e aspectos de interação no contexto de publicações noticiosas.

Enfim, em razão do cronograma, do período que contemplou o desenvolvimento do projeto e também dos aspectos metodológicos indicados pela NBR ISO 9241, são abertas duas principais vias convergentes para a continuidade do desenvolvimento.

A primeira seria a de desenvolvimento da versão *desktop* do portal, seguida pela investigação e criação da área administrativa deste, caso os responsáveis pelo desenvolvimento optem por não usar uma plataforma já existente para tal, como o *Wordpress*, fator que pode ter influência de questões técnicas e políticas relativas à segurança digital.

A segunda via contemplaria a iteração no projeto para ampliar a investigação acerca das personas, por meio de ferramentas como a observação contextual de uso de similares e a análise de dados quantitativos obtidos após a implementação e lançamento do portal. Desse modo, seria possível analisar as necessidades de adequação tanto dos perfis quanto dos objetivos do público durante o uso do portal. Em razão das restrições impostas ao desenvolvimento decorrentes da pandemia da COVID-19, também são abertas possibilidades futuras de novas testagens de usabilidade de forma presencial, o que permitiria observar o uso do produto diretamente em telefones celulares e a possível obtenção de resultados mais assertivos.

Também se insere dentre as possibilidades a investigação acerca da acessibilidade do produto, que neste primeiro ciclo de desenvolvimento se restringiu ao uso de boas práticas referenciadas em conhecimentos prévios do autor e à aplicação de ferramentas digitais como o Stark utilizado para checagem de contraste de cores.

Por fim, como identificado na análise de similares, há abertura para estudo e elaboração de padrões interativos de visualização de dados para veiculação em publicações do jornal, outra possibilidade de continuidade deste projeto e qualificação do produto.

As possibilidades de continuidade do projeto não ofuscam a qualidade do resultado obtido até então: a partir dos testes de usabilidade desenvolvidos com o protótipo final é notável que o produto contemplou adequadamente as necessidades centrais de ambas personas delimitadas na etapa de exploração. Nestes testes, tanto as observações de uso realizadas quanto às entrevistas posteriores à interação com o protótipo permitem afirmar a compatibilidade semântica da interface ao seu contexto quanto a facilidade em seu uso. Destaca-se, ainda, que a pesquisa de público por meio de questionário e entrevistas permite a ressaltar a relevância do produto resultante deste projeto aos usuários mapeados como público-alvo. Assim que implementado, o web app deve ser atualizado cotidianamente com o conteúdo jornalístico que hoje é divulgado no site institucional do PCB.

Finalmente, o projeto também encerra um primeiro ciclo de contato do autor com a teoria e prática do design, sendo possível afirmar que seu desenvolvimento conseguiu cruzar elementos de diversas disciplinas e áreas do conhecimento como design editorial, de interação, teoria da cor e composição visual, por exemplo. Certamente, o projeto não se limitou à aplicação mas também à consolidação e aprofundamento do contato com elementos práticos e teóricos do design, do jornalismo e de metodologias centradas no usuário, cumprindo satisfatoriamente seu papel conclusivo no percurso formativo.

#### 4. REFERÊNCIAS

**Brasil tem 134 milhões de usuários de internet, aponta pesquisa.** Agência Brasil.

Disponível em:

<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-05/brasil-tem-134-milhoes-de-usuarios-de-internet-aponta-pesquisa>>. Acesso em: 11 de janeiro de 2021.

**Circulação digital dos jornais cresce no trimestre.** Meio&Mensagem. Disponível

em:

<<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2020/05/05/circulacao-digital-dos-jornais-cresce-no-trimestre.html>>. Acesso em 11 de janeiro de 2021.

**Mood boards, por que criá-los?** FONSECA, K. Disponível em:

<<https://brasil.uxdesign.cc/mood-boards-por-que-cria-los-f23d09e8b840>>. Acesso em 11 de janeiro de 2021.

**Os 5 Principais Símbolos da Revolução Russa.** Brasil de Fato. Disponível em:

<<https://www.brasildefato.com.br/especiais/entenda-or-os-5-principais-simbolos-da-revolucao-russa>>. Acesso em 08 de abril de 2021.

**O jornalista Antonio Gramsci.** MORAES, Denis. Disponível em:

<[http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed777\\_o\\_jornalista\\_antonio\\_gramsci/](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed777_o_jornalista_antonio_gramsci/)>. Acesso em 8 de maio de 2021.

**O que é Web App?** MadelnWeb. Disponível em:

<<https://www.madeinweb.com.br/blog/o-que-e-web-app/>>. Acesso em 19 de abril de 2021.

**Que Fazer?** Lenine, V. I. Disponível em:

<<https://www.marxists.org/portugues/lenin/1902/quefazer/index.htm>>. Acesso em 11 de janeiro de 2021.

**Resoluções do XV Congresso do PCB.** Partido Comunista Brasileiro. Disponível

em:

<<https://docs.google.com/file/d/0B9OkSrClvhFIY3c2NDQyYW01a1BKa3FPZmVSczZrSDUtWHNF/edit>>. Acesso em 11 de janeiro de 2021.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR ISO 9241**. Ergonomia da interação humano-sistema – Parte 210: Projeto centrado no ser humano para sistemas interativos. 2011.

CANAVILHAS, João (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

CANAVILHAS, J.; SEIXAS, L. Jornalismo e dispositivos móveis: Introdução. **Sobre jornalismo** - Vol 3, nº2 - 2014.

CARDOSO, G. C.; GONÇALVES, B. S.; MARTINS, I. L. O Design Centrado no Usuário Integrado ao Desenvolvimento Ágil de Software. In: **II Conferência Internacional de Integração do Design, Engenharia e Gestão para a inovação**. Florianópolis, SC, Brasil, 21-23, Outubro, 2012.

CHAMMAS, A.; MONT'ALVÃO, C.; QUARESMA, M. Metodologias para Criação de Aplicativos: uma Análise com Foco no Design Centrado no Usuário. In: **14º Congresso Internacional de Ergonomia e Usabilidade, Design de Interfaces e Interação Humano-Computador – USIHC**. 2014.

FERREIRA, D. J.; Imprensa Comunista: Um Panorama da Produção de revistas e Jornais do Partido Comunista do Brasil. **Revista Eletrônica Discente História.com**; v. 2 n. 3. 2014.

FRASCARA, J.; **Diseño Gráfico Para La Gente: Comunicación De Masa Y Cambio Social**. Ediciones Infinito. Buenos Aires. 2000.

GARRETT, Jesse James. **The Elements of User Experience: User centered design for the web and beyond**. Berkeley: New Riders, 2011.

GIANNOTTI, V. **O que é jornalismo operário?** São Paulo: Brasiliense, 1988.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere**. Os intelectuais, o princípio educativo, jornalismo. Vol. 2. Civilização Brasileira, 2004.

LUPTON, E. (org). **Type on screen** : a guide for designers, developers, writers, and students. Nova York: Princeton Architectural Press, 2014.

MEMÓRIA, Felipe. Usabilidade de Interfaces e Arquitetura da Informação - Navegação Estrutural. **2º Congresso Internacional de Ergonomia e Usabilidade, Design de Interfaces e Interação Humano-Computador – USIHC**. Rio de Janeiro, 2003.

MEÜRER, Mary Vonni. **SELEÇÃO TIPOGRÁFICA NO CONTEXTO DO DESIGN EDITORIAL: UM MODELO DE APOIO À TOMADA DE DECISÃO** / Mary Vonni Meürer; orientadora, Berenice Santos Gonçalves - SC, 2017.218 p.

R. A. P. Carvalho, B. Emanuel. 2015. Linguagem e Design: sobre a impossibilidade da neutralidade da informação. In: C. G. Spinillo; L. M.Fadel; V. T. Souto; T. B. P. Silva & R. J. Camara (Eds). **Anais [Oral] do 7º Congresso Internacional de Design da Informação/Proceedings [Oral] of the 7th Information Design International Conference | CIDI 2015 [Blucher Design Proceedings,num.2, vol.2]**. São Paulo: Blucher, 2015.

SERRA, S. Anais do II Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação e Política, 2007. **Jornalismo político dos comunistas no Brasil: diretrizes e experiências da “Imprensa Popular”**. Disponível em: <<https://fdinarc.org.br/fdr/2012/06/26/o-jornalismo-politico-dos-comunistas/>> Acesso em: 23 de agosto de 2020.

TEIXEIRA, Fabricio; **Introdução e Boas Práticas em UX Design**. Casa do Código. 2015.

VAN AMSTEL, Frederick M.C. Dialética em processos de design. **Blog Usabilidoido**, 2016. Acessado em 10/8/2020. Disponível em: [http://www.usabilidoido.com.br/dialetica\\_em\\_processos\\_de\\_design.html](http://www.usabilidoido.com.br/dialetica_em_processos_de_design.html). Acesso em 08 de outubro de 2020.





## **Apêndice A - Roteiro de Entrevista com Equipe Editorial do Jornal**

### **Sobre o Jornal**

- Que descrição dá ao Jornal? Qual a estrutura dele em meios digitais e impressos?
- Qual a distinção entre o conteúdo em meio digital e impresso?
- Quais são as funções da equipe do Jornal? Quantas pessoas estudam e trabalham em função dele no meio digital e quem são elas?
- Qual a atual plataforma utilizada para postagem de notícias (no site do PCB)? Ela satisfaz as necessidades do conteúdo em meio digital?
- Como é feita a curadoria das contribuições ao Jornal de conteúdos de outros órgãos e de contribuintes individuais? O que se analisa sobre tal método?

### **Sobre o público**

- Quem é o público-alvo do Jornal?
- O público atual é o público-alvo? O alcance dos produtos físicos e digitais ainda está adequado ao perfil demográfico objetivado?
- Na leitura da equipe, qual o veículo onde o público-alvo tem maior contato com as notícias?

### **Sobre as metas**

- Quais as metas para os próximos anos, o que a equipe almeja para o Jornal?
- Acreditam ser importante a construção de um site próprio a ele? Isso é algo central ao plano de trabalho?
- Caso afirmativa a resposta da pergunta anterior, qual o objetivo para esse meio em termos de conteúdos? E para além destes?

- Qual o tipo de participação que julgam interessante? Abertura somente para comentários? Colaboração para construção de conteúdo? Plataforma de fórum?

### **Sobre similares**

- No meio digital quais são os principais veículos que divulgam produtos similares ao que se entrega ou que se almeja entregar? Esses disputam o mesmo público? Se não, quais julga que são os principais concorrentes? Podem ser nacionais e/ou internacionais
- O que se destaca nestes portais citados positiva e negativamente?

## Apêndice B - Sistematização das entrevistas com a equipe editorial

	Entrevistado 1	Entrevistado 2
<b>Sobre o Jornal</b>	<p>Define o jornal impresso como uma necessidade como veículo que permite um contato dirigido com o público objetivado, coisa ainda dificultada em meio digital.</p> <p>Expõe que a equipe editorial atual ainda é enxuta, o que acaba gerando um produto final impresso com poucos textos, principalmente tendo em vista sua atual periodicidade (mensal). Não caracteriza o jornal como uma publicação teórica, mas como um comentarista acerca da conjuntura.</p> <p>Atesta a necessidade de um portal para o jornal. Aponta que existe uma proposta apresentada por São Paulo de taxonomia deste site. Ressalta a importância desse espaço um pouco mais aberto à contribuições externas à organização.</p> <p>Traz apontamentos gerais acerca da gestão do conteúdo no site, frequência de publicação etc.</p> <p>Sobre a equipe do site partidário (que cumpre o papel do site do Jornal atualmente): Existe uma pessoa que administra o Wordpress do site partidário, que atualmente publica notícias. Existe também uma pessoa que faz a curadoria de conteúdo.</p> <p>Existe uma preocupação expressiva por parte da equipe com a segurança dos dados e afins do site.</p>	<p>Aponta que a adequação do jornalismo partidário ao espaço digital é grande prejuízo a introdução dele como organizador político da militância.</p> <p>Aponta que o site partidário é bastante amador e insuficiente do ponto de vista comunicacional e também organizacionalmente.</p> <p>Acredita que o jornal impresso hoje é mais um veículo de texto opinativo, aquém do acredita necessário ao momento.</p> <p>Reitera a necessidade de adequação da concepção de comunicação do partido leninista entendendo o meio digital não como secundário, mas central como o analógico. Hoje o site é fundante no trabalho jornalístico partidário.</p> <p>Distingue o conteúdo que é pertinente ao site partidário e o site do Jornal. Um sendo dinâmico, diverso e concomitante ao dia-a-dia, outro mais presente no âmbito institucional, veiculando posicionamentos, notas e afins.</p> <p>Aponta que muito do que deve ser o ambiente digital do Jornal é o que está presente no Facebook deste hoje. Acentua o elemento temporal como definidor de diversas distinções entre o conteúdo veiculado online e o impresso.</p> <p>Expõe que existe uma prática contínua de submissão de textos opinativos por parte da militância. Apesar disso, a cultura do texto informacional ainda é</p>

		<p>rarefeita.</p> <p>Caracteriza o jornal como um espaço misto entre um agregador e também difusor de textos opinativos.</p> <p>Aborda a questão da equipe responsável pelo trabalho jornalístico nas redes sociais: Um grupo que agrega militantes de todo território nacional voltado ao trabalho de comunicação.</p> <p>Estão presentes no Instagram, Twitter, Facebook e Youtube.</p>
<p><b>Sobre Público</b></p>	<p>o Define o público alvo como o povo trabalhador em geral, o jovem trabalhador principalmente. Trata principalmente do impresso.</p> <p>Aponta que camadas médias da sociedade são o público atual.</p> <p>Aponta também que os dados acerca do meio digital são mais conhecidos pelo Entrevistado 2.</p>	<p>Aborda que a questão do público com o qual o partido dialoga é muito subordinado ao meio no qual este surge. O PCB tendo surgido no meio operário em 22 tem este como um público base em primeiro momento. A partir do processo de reconstrução revolucionária em 92 o campo de influência do PCB passa a ser centralmente o meio universitário.</p> <p>É nesse sentido que a influência e público do Partido é o trabalhador mais intelectualizado e dificulta o aspecto comunicacional viável ao trabalhador não intelectualizado.</p> <p>A partir de dados do Facebook atesta-se que o público desta é composto por:</p> <p>106 mil seguidores, sendo eles:</p> <p>No âmbito da escolaridade: Com graduação, pós-graduação acima da taxa média do próprio Facebook.</p> <p>No âmbito profissional: Serviço Social, Artes, Saúde, Servidores Públicos como áreas majoritárias dentre o público.</p> <p>No âmbito de gênero: 50/50.</p> <p>Identifica o público atual como distinto do público alvo, acredita que o conteúdo</p>

		<p>semanticamente acaba limitando muito o alcance da produção jornalística ao trabalhador menos escolarizado.</p> <p>Acredita que o jornal impresso facilita o trabalho dirigido a públicos que estão aquém da base partidária cotidiana, mas duvida da viabilidade semântica do conteúdo jornalístico a esse público externo.</p>
<b>Sobre objetivos</b>	<p><b>os</b> Aponta que a criação de ambiente em meio digital é um objetivo da equipe.</p> <p>É também pensada a reformulação do projeto gráfico, mas a longo prazo.</p> <p>Não existe algo que têm de formulação sobre a meios para contribuição ao conteúdo pelo público. Algo como um fórum é interessante, também um espaço para publicações do leitor que estarão sujeitos ao crivo do corpo editorial.</p>	<p>Aponta que na história dos Jornais que o PCB já teve existiu muito a interação entre estes e os trabalhadores de fora do Partido. Sessão de cartas, denúncias e afins. Aponta que é necessária a abertura desse espaço no meio digital.</p> <p>Aponta como objetivos a potencialização da audiência e melhorar a automatização das mídias. O planejamento da gestão do conhecimento na rede partidária também.</p>
<b>Sobre similares</b>	<p>Aponta não como concorrentes mas sim sites parceiros, que inclusive são fontes de conteúdo para publicação no site do PCB, os sites: LavraPalavra, Revista Ópera,</p>	<p>Acredita que concorrem com o Jornal O Poder Popular no meio digital imediatamente os sites: Vermelho, Brasil 247, Esquerda Diário, entre outros jornais de partidos de esquerda. Principalmente o Vermelho e o Esquerda Diário.</p> <p>Acredita que jornais hegemônicos não são identificados como concorrentes tendo em vista que apesar de atingirem o público-alvo eles “destroem” o Jornal O Poder Popular.</p>

## **Apêndice C - Roteiro de Entrevista com Público**

### **Dados pessoais**

- Participa de algum coletivo/partido político e/ou de algum movimento no seu local de estudo, trabalho e/ou moradia? Se sim, qual?
- Qual sua atividade profissional/área de estudo?

### **Dados sobre hábitos no meio digital**

- Comente um pouco do seu uso de dispositivos como computador e smartphone. O que costuma acessar, quanto tempo usa para isso diariamente, uso para lazer e para trabalho etc.

### **Dados sobre o acesso a publicações jornalísticas**

- Você costuma acessar textos e/ou conteúdo audiovisual jornalísticos periodicamente?
- Você costuma acessar conteúdo jornalístico principalmente de qual dispositivo? Por meio de app com essa função, rede social, navegador ou outro? Você lê as notícias sempre em um mesmo dispositivo?
- Quais jornais online costuma acessar com mais frequência?
- Levando em consideração os elementos estéticos e funcionalidades dos sites/apps de conteúdo jornalístico que acessa, quais são as características dos mesmos que te agradam ou não e o que te motiva a acessá-los?
- Como costuma encontrar conteúdo jornalístico para leitura?
- Existe alguma forma de notificação de novas notícias que usa ou mesmo gostaria de ter, como newsletters ou mesmo em um app?
- Pensando em funcionalidades e elementos de design visual, o que julga importante estar presente em um portal online voltado à publicações jornalísticas de conteúdo progressista?

## Apêndice D - Sistematização de dados das entrevistas com o público

<b>Entrevistado 1</b>	
<b>Dados oriundos do questionário</b>	Na faixa etária dos 13 aos 29 anos, reside em Santa Catarina e tem ensino médio em curso ou incompleto.
<b>Histórico de militância e atividade profissional/de estudo</b>	É hoje militante do Coletivo Feminista Ana Montenegro e com histórico de militância no seu grêmio estudantil.  Atualmente está terminando o ensino médio e iniciando curso pré-vestibular, decidindo entre cursar graduação em pedagogia ou serviço social.
<b>Proficiência em uso generalista do ambiente digital</b>	Usa principalmente o computador para acessar a internet e gasta boa parte do seu tempo em redes sociais (Twitter e Instagram). Comenta que antes do isolamento social usava mais o celular.
<b>Acesso a e impressões sobre publicações jornalísticas online</b>	<p>Acessa pouco conteúdo jornalístico analogicamente (TV e impresso), tem costume de acessar notícias online, principalmente, via redes sociais.</p> <p>Leitura de conteúdo jornalístico se dá principalmente pelo computador, exceto quando é redirecionado por uma rede social a um texto. Não tem nenhum app dedicado a acessar notícias. Não tem costume de trocar de dispositivo durante a leitura.</p> <p>Acessa principalmente jornais locais, o site do PCB, site do jornal Folha e o que encontra via redes sociais.</p> <p>A indicação de notícias relacionadas ao que lê é algo que julga ser relevante enquanto funcionalidade. Não tem muitas impressões sobre aspectos de design visual em conteúdo jornalístico digital. Tem preferência pelo texto impresso quando se trata do processo de leitura em si.</p> <p>Costuma encontrar notícias a partir de buscas em plataformas de pesquisa como Google e por meio de redes sociais.</p> <p>Recebe notificações de notícias no smartphone pelo Google News e acha interessante. Não participa de nenhuma newsletter por achar que os meios de mensagem que têm no smartphone (Whatsapp e e-mail) estão saturados.</p> <p>Aponta que acredita que elementos genéricos do jornalismo digital são importantes a produtos como o que está em desenvolvimento no PCC e enfatiza a integração com redes sociais para facilitar o compartilhamento nestas.</p>

<b>Entrevistado 2</b>	
<b>Dados oriundos do</b>	Na faixa etária dos 13 aos 29 anos, reside em Santa Catarina e tem curso



<b>questionário</b>	de graduação completo.
<b>Histórico de militância e atividade profissional/de estudo</b>	<p>Não constrói atualmente nenhum movimento social ou partido político. Teve atuação no movimento estudantil de graduação.</p> <p>Hoje trabalha como assistente de comunicação na área de marketing e design.</p>
<b>Proficiência em uso generalista do ambiente digital</b>	<p>Atualmente usa bastante o computador por trabalhar nele. Usa o smartphone para se atualizar durante a manhã. No computador usa muito redes sociais, bem como para assistir vídeos. Qualifica seu uso como intensivo tanto para trabalho quanto entretenimento.</p> <p>Anteriormente ao isolamento social utilizava majoritariamente o celular, e o uso do computador se dava principalmente aos fins de semana para entretenimento.</p>
<b>Acesso a e impressões sobre publicações jornalísticas online</b>	<p>Tem hábito de assistir o jornal televisivo diariamente. No celular usa o app do El País para ler notícias, tenta fazer a leitura de algo diariamente. Evita ler notícias no navegador do smartphone. O que lê fora do app costuma ser no computador, principal dispositivo para a leitura de notícias. Não costuma transicionar a leitura entre um dispositivo e outro.</p> <p>Costuma ler os jornais El País, Intercept e G1.</p> <p>O <i>paywall</i> existente em diversos portais é o que mais lhe desagrada quando vai acessar notícias. A funcionalidade da notificação no app que tem instalado é algo que lhe agrada bastante e contribui em se manter atualizado. Cita o The Intercept como um jornal que tem se afastado por que este tem centrado excessivamente sua atividade no pedido de contribuição financeira durante a interação com o site. Anúncios de publicidade em geral em notícias tendem a lhe frustrar. Uma diagramação mais regular e simples tende a facilitar sua leitura.</p> <p>Costuma encontrar conteúdo para leitura via Twitter e pelas notificações que recebe do app que tem instalado.</p> <p>Recebe notificações via newsletter do The Intercept e do app do El País.</p> <p>Acredita que o não abandono de uma estética “mais agressiva” mas ainda assim bem mediada é interessante ao trabalho propagandístico do campo progressista e por consequência no projeto em desenvolvimento.</p>

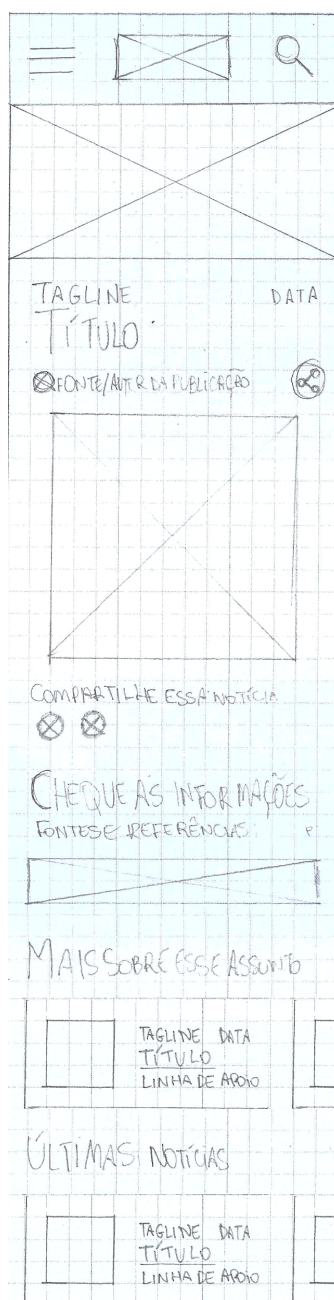
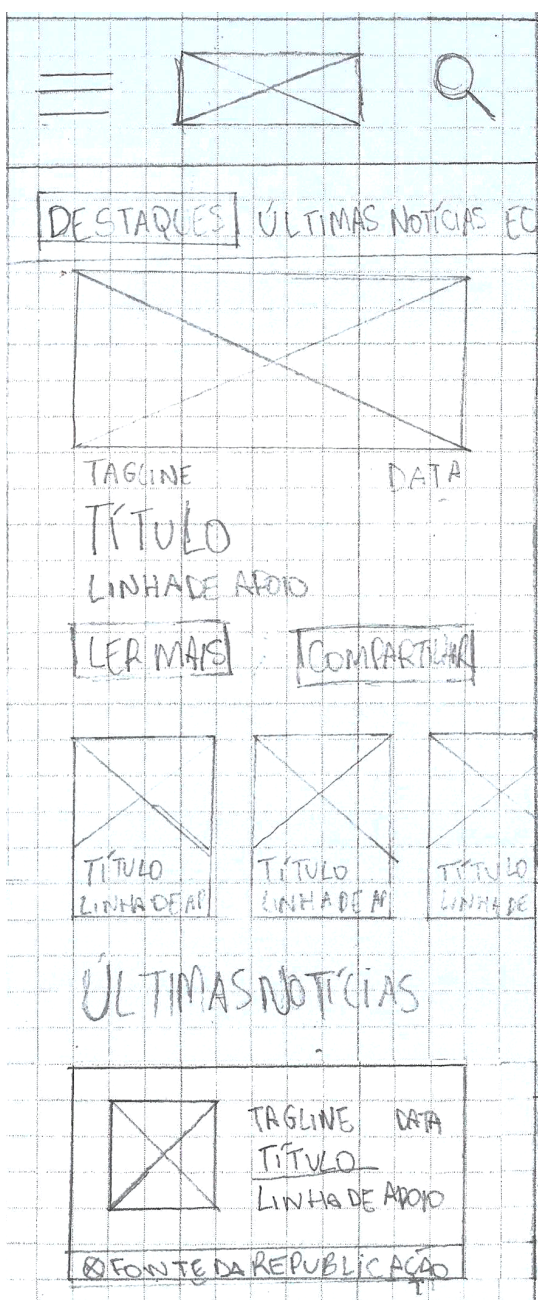
<b>Entrevistado 3</b>	
<b>Dados oriundos do questionário</b>	Na faixa etária dos 30 aos 44 anos, reside em Santa Catarina e tem curso de pós-graduação em curso ou incompleto.
<b>Histórico de militância e atividade</b>	Atualmente militante do PCB, já foi sindicalista no Sindicato dos Árbitros de Futebol de Santa Catarina, participou da Brigada Urbana do MST e do

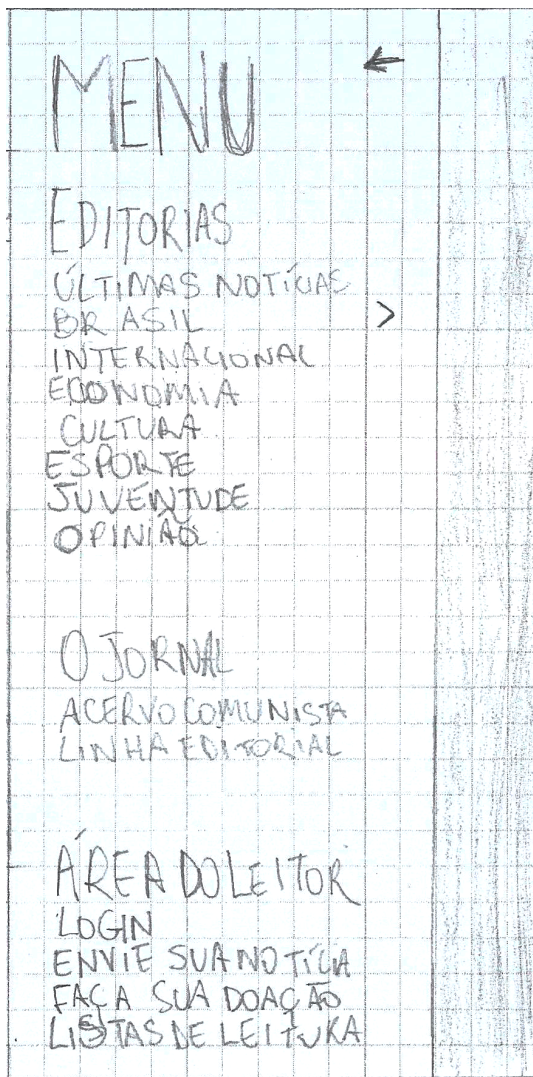
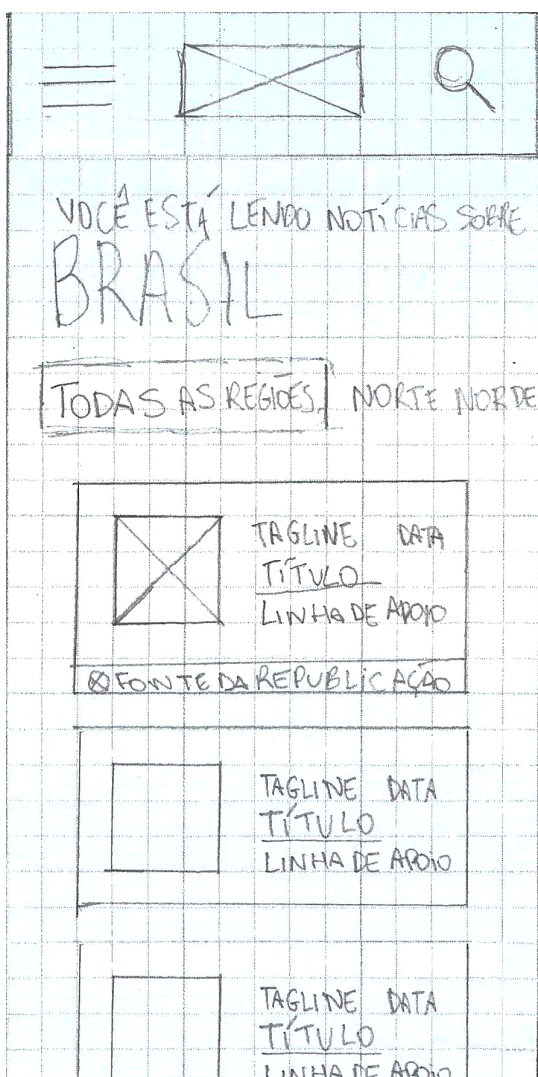
<b>profissional/de estudo</b>	<p>movimento estudantil de pós-graduação.</p> <p>Hoje tem dedicação exclusiva à pós-graduação na área da educação.</p>
<b>Proficiência em uso generalista do ambiente digital</b>	<p>Aponta que a interação com smartphone e computador é massiva tanto antes quanto durante o isolamento social. O celular é o principal. Usa o notebook para atividades que tendem a ser mais longas.</p>
<b>Acesso a e impressões sobre publicações jornalísticas online</b>	<p>Não acessa notícias por nenhum meio que não via internet. O acesso via internet é feito a todo momento durante todos os dias. Usa principalmente o smartphone para a leitura. Não possui nenhum app dedicado à leitura além de redes sociais onde encontra casualmente alguma notícia, mas essa forma de acesso não lhe agrada. Sua leitura sempre se dá a partir do aparelho onde iniciou esta, não faz transição entre dispositivos.</p> <p>Acessa principalmente o portal UOL, jornais parceiros deste, como Folha, e o site do PCB.</p> <p>Coloca que a “limpeza” da interface para leitura é essencial para si enquanto motivação para continuá-la. Um “fluxo contínuo” de leitura, sem interrupções, é algo que pensa ser importante. Aponta que elementos como a indicação de outros conteúdos no meio de um texto lhe deixa ansioso. Ter todo o conteúdo na tela inicial é algo que acredita lhe agrada, por ter menos trabalho já que isso reduz a quantidade de cliques que precisa dar para encontrar algo. Acredita também que um tratamento da informação uniforme, que evidencie a hierarquia do que lê é interessante.</p> <p>Encontra textos para leitura indo diretamente aos sites de notícia.</p> <p>Não usa e nem tem interesse em nenhuma forma de notificação de novas notícias.</p> <p>Não tem nenhum apontamento de indicações ao produto em desenvolvimento.</p>

<b>Entrevistado 4</b>	
<b>Dados oriundos do questionário</b>	<p>Na faixa etária dos 13 aos 29 anos, reside em Minas Gerais e tem curso de graduação incompleto ou em andamento.</p>
<b>Histórico de militância e atividade profissional/de estudo</b>	<p>Organizado na União da Juventude Comunista e no PCB. Atuou no movimento cultural de Florianópolis, participou também do movimento estudantil universitário.</p> <p>Tem seus estudos e atuação profissional voltados ao jornalismo.</p>

<p><b>Proficiência em uso generalista do ambiente digital</b></p>	<p>Tem o hábito de acessar diariamente a internet, acessa bastante o Facebook e o Instagram, o último mais para socializar do que consumir qualquer tipo de conteúdo noticioso. Usa o WhatsApp para comunicação cotidianamente. Aponta que usa bastante o Google também.</p>
<p><b>Acesso a e impressões sobre publicações jornalísticas online</b></p>	<p>Tem o hábito de leitura de notícias, chegou a assinar o jornal Valor Econômico em sua versão impressa por um período por achar mais confortável à leitura, mas abandonou a assinatura e passou a acessar exclusivamente notícias online, tanto diretamente em portais dedicados a isso quanto via Youtube. A leitura de notícias via smartphone é feita só quando é resultado de algum redirecionamento de rede social, tende a preferir a leitura no computador. Não transiciona entre dispositivos, quando pretende, salva o texto para leitura mas acaba nunca retomando-o. Não tem nenhum app para leitura.</p> <p>Assina o Valor Econômico, e acessa também a Revista Ópera, Mindpress News e O Globo.</p> <p>Preza pelo minimalismo e limpeza visual da interface para leitura. Acredita que a página inicial é interessante quando consegue seguir uma ordem cronológica mais do que uma divisão arbitrária entre editorias.</p> <p>Encontra conteúdo para leitura indo direto aos sites de notícia e casualmente via Google.</p> <p>Não usa nem tem interesse em notificações de novas notícias.</p> <p>Acredita que o Jornal O Poder Popular precisa do fator da limpeza visual. Tem dúvidas de como pode ser uma boa segmentação do que entra na página inicial, mas pensa que é fator relevante a se analisar.</p>

## Apêndice E - Wireframes desenvolvidos em papel





## Apêndice F - Roteiro dos testes com protótipo de alta fidelidade

### Objetivos gerais:

- Por meio do protótipo de alta fidelidade, identificar possíveis falhas de usabilidade e validação dos ajustes de interação implementados após a testagem com wireframes.

### Objetivos específicos:

- Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários na **busca por uma publicação** no portal.
- Entender e analisar a facilidade de descoberta dos usuários da funcionalidade de **configuração do tipo e frequência de notificações de novas publicações no portal**.
- Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários na **criação de uma lista de leitura e acesso a esta posteriormente** no portal.

### Estruturação do teste

Os participantes novamente foram captados a partir da base de contatos consolidada na aplicação do questionário de público.

O teste foi realizado de forma remota através da plataforma Maze, na qual é dado aos usuários o acesso ao protótipo digital e são expostos os cenários das tarefas, simultaneamente foram realizadas conferências entre os participantes e o aplicador do teste. Foram envolvidos quatro participantes, sendo um deles para a execução do teste piloto.

Após o consentimento pela participação na testagem, foi apresentado o cenário ao usuário que deve a partir de então executar as tarefas que lhe forem atribuídas, vocalizando suas pretensões, dúvidas e impressões durante a execução. Por fim,

realizou-se uma breve entrevista semi-estruturada com o participante para coletar maiores insights que podem não ter surgido durante as etapas anteriores do teste.

O teste piloto, por sua vez, indicou a necessidade de adequação dos enunciados do roteiro de testagem e nenhuma alteração no protótipo interativo.

## **Cenário**

“Durante o percurso de ônibus no seu trajeto costumeiro em direção ao trabalho, você tem costume de usar suas redes sociais e se atualizar sobre novidades dos seus amigos e também lê algumas notícias quando encontra algo chamativo. Hoje um influencer que você segue compartilhou nos seus *stories* um vídeo comentando sobre a notícia publicada no site do Jornal Poder Popular acerca da vacina cubana. O comentário te chama atenção e você quer ler a notícia e também conhecer o jornal.”

### **Tarefa 1 - Encontre a notícia sobre a Vacina Cubana**

Você faz uma pesquisa na internet e rapidamente chega ao site em questão. Como você encontraria essa notícia?

*Objetivo:* Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários na busca por uma publicação no portal.

*Sucesso:* Usuário chegou à página da publicação.

### **Tarefa 2 - Ative as notificações push**

Alguns dias depois você já leu mais algumas publicações do Jornal Poder Popular e quer começar a receber notificações das novas notícias do jornal em seu celular uma vez ao dia. Como realizaria essa tarefa?

*Objetivo:* Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários durante a configuração do tipo e frequência de notificações de novas publicações no portal.

*Sucesso:* Usuário as notificações.

### **Tarefa 3 - Crie uma lista de leitura a partir de uma notícia**

Alguns dias depois você resolveu criar uma lista de leitura sobre as eleições de 2020. A primeira notícia que quer incluir nessa lista é chama “PCB-SP lança Bancada da Juventude Trabalhadora”. Como faria isso?

*Objetivo:* Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários sobre a funcionalidade de listas de leitura.

*Sucesso:* Usuário criou uma lista de leitura e adicionou a publicação à ela.

### **Tarefa 4 - Visite sua lista de leitura**

Depois de criar a lista você a visita para ver se está tudo certo. Como faria isso?

*Objetivo:* Entender e analisar a forma de interação e as impressões dos usuários sobre a funcionalidade de listas de leitura.

*Sucesso:* Usuário acessou a lista de leitura criada na tarefa anterior.

### **Entrevista**

1. Das telas pelas quais navegou e das interações que realizou, o que você se lembra de ter feito?



2. Respectivamente, comente pontos de dificuldade ou mesmo sucesso que te chamaram atenção durante a realização de cada uma das tarefas que desempenhou tendo em mente o objetivo destas.
3. O que pensa sobre a organização da sequência de páginas da sua navegação em direção aos objetivos mencionados?
4. O que você entendeu sobre a funcionalidade chamada “Lista de Leitura”?
5. Possui algum comentário sobre o entendimento das informações, termos e ícones utilizados na interface?
6. Você tem alguma sugestão de melhoria em algo para facilitar as tarefas que desempenhou na interface?