



Universidade do Estado do Rio de Janeiro
Centro de Tecnologia e Ciências
Escola Superior de Desenho Industrial

Pedro Biz Eschiletti

Padrões de projeto para o design de revistas digitais para tablet

Rio de Janeiro

2015

Pedro Biz Eschiletti

Padrões de projeto para o design de revistas digitais para tablet



Dissertação apresentada, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Design, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Design.

Orientador: Prof. Dr. Washington Dias Lessa

Rio de Janeiro

2015

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/BIBLIOTECA CTC/G

E74 Eschiletti, Pedro Biz

Padrões de projeto para o design de revistas digitais para tablet / Pedro Biz Eschiletti. - 2015.
114f. : il.

Orientador: Washington Dias Lessa.

Dissertação (Mestrado). Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Escola Superior de Desenho Industrial.

1. Periódicos eletrônicos - Teses. 2. Periódicos - projeto gráfico - Teses. 3. Periódicos - diagramação - Teses. 4. I. Lessa, Washington Dias. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Escola Superior de Desenho Industrial. III. Título.

CDU 004.738.5

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Pedro Biz Eschiletti

Padrões de projeto para o design de revistas digitais para tablet

Dissertação apresentada, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Design, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Design.

Aprovada em 15 de dezembro de 2015

Banca Examinadora

Prof. Dr. Washington Dias Lessa (Orientador)

Escola Superior de Desenho Industrial - UERJ

Prof. Dr. Marcos André Franco Martins

Escola Superior de Desenho Industrial - UERJ

Profa. Dra. Suzana Valladares Fonseca

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Profa. Dra. Ligia Maria Sampaio de Medeiros

Escola Superior de Desenho Industrial - UERJ

Rio de Janeiro

2015

DEDICATÓRIA

Aos meus pais

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, prof. dr. Washington Dias Lessa, agradeço todo o apoio, a paciência e por compartilhar seu conhecimento e inspiração.

À minha família – Beatriz, Homero, Regina, Conceição, Edson, Fernando e Rafael – agradeço todo o carinho, amor e apoio incondicionais.

À Sabrina Primo, todo o carinho, suporte e atenção na reta final da pesquisa.

À Andréa Belotti, a amizade, o carinho, a compreensão, o apoio e a disposição para conversar sobre a pesquisa e dividir seu conhecimento.

Aos queridos Airton Cabral, Alexandre Horbarch, Barbara Emanuel, Camila Rodrigues, Felipe Matesco, Gabriel Engel, Geluza Tagliaro, João Gallo, Lucas Monteiro, Luiz Moraes, Marcia Longras, Rodrigo Quinteiro, Vicente Burzlaff, Vitor Matesco e Yghor Kerscher agradeço a amizade e o apoio em todos os momentos.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Design da Escola Superior de Desenho Industrial (PPD/ESDI), a todos os professores, funcionários e alunos que fizeram parte desse longo período de aprendizado.

Agradeço aos demais professores e funcionários da ESDI por fazerem tudo isso acontecer.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) o suporte financeiro à pesquisa.

RESUMO

ESCHILETTI, Pedro Biz. *Padrões de projeto para o design de revistas digitais para tablet*. 2015. 114 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

A presente pesquisa tem como objetivo propor padrões de projeto para o design de revistas digitais para tablet. É apresentado um conjunto de 20 padrões relacionados sobretudo a questões de interatividade e navegação referentes à configuração da página e à diagramação do conteúdo, visando aproximar questões de projeto editorial e de projeto de interface. Para a elaboração dos padrões, foi descrito o método de padrões de projeto: o que são eles, os procedimentos para a elaboração e as questões que envolvem o uso específico para a interação de revistas digitais para tablet. Com base em pesquisas sobre revistas digitais, foram identificados os principais elementos de design de interação para analisar, em um conjunto de revistas digitais para tablet, a forma como estão presentes e seus propósitos editoriais. Eis uma primeira proposta sujeita à validação junto a projetos de revistas digitais, com potencial para desenvolvimento e ampliação para outros produtos editoriais.

Palavras-chave: Padrões de projeto. Revistas digitais. Tablet. Design de interface. Design editorial.

ABSTRACT

ESCHILETTI, Pedro Biz. *Design patterns for the design of digital magazines for tablet*. 2015. 114 f. Dissertação (Mestrado em Design) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

The current research aims at suggesting design patterns for the design of digital magazines for tablet computers. A set of 20 patterns related mainly to interactivity and navigation regarding the page layout and the typesetting of the content are presented with the goal of linking issues of the editorial design to the interface design. For the creation of the patterns, the method of design patterns language were described: what are design design patterns, procedures for the preparation and the issues regarding its specific use related to interaction design of digital magazines for tablet. Based on researches for digital magazines, we identified the main interaction design elements to analyse, in a group of digital magazines for tablet computers, how they take shape and their editorial purposes. This is a first proposal subject to the validation with the design of digital magazines, with the potential for development and enhancement towards other publishing products.

Keywords: Design patterns. Digital magazines. Tablet computer. Interface design. Editorial design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de tela de revistas projetadas com o Adobe DPS.....	35
Figura 2. Tipos de grade mais comuns	36
Figura 3. Conjunto de ícones da revista <i>Men's Health</i>	40
Figura 4. Componentes básicos de qualquer interface gestual	44
Figura 5. Dois exemplos em que a imagem tem destaque sobre o texto inserido na moldura rolável.....	59
Figura 6. Rótulo indicando a ação	60
Figura 7. Exemplos de página carta.....	67
Figura 8. Página em rolagem.....	69
Figura 9. Ao tocar no botão, o vídeo aberto em modal	71
Figura 10. Ao tocar em um dos dois últimos itens do menu, o navegador abre e carrega uma página do website de <i>The New Yorker</i>	72
Figura 11. O chapéu em <i>Time</i> informa a seção e o assunto.....	74
Figura 12. A seta direcional tem a mesma identidade visual da matéria.....	75
Figura 13. Ao rolar para a esquerda ou para a direita.....	77
Figura 14. O rótulo indica que conteúdo está oculto.....	77
Figura 15. Rótulo com instrução de ação composta.....	77
Figura 16. Numeração de matéria no canto inferior direito	78
Figura 17. Janela rolável como coluna de três para seção curta. Linha com setas direcionais e gradiente	80
Figura 18. A faixa cor nas diferentes matérias estabelece um senso de união que informa o leitor de que ele está em tal seção da revista.....	80
Figura 19. Pistas gráficas indicando a continuidade da matéria.....	80
Figura 20. Seletor comparativo	82
Figura 21. Seletor com legenda oculta mostra detalhes	82
Figura 22. Seletor independente. Conjunto de notas	83
Figura 23. Sequência de imagens no topo da página.....	85
Figura 24. Sequência de frases na faixa cinza na base da página.....	85
Figura 25. Moldura rolável como coluna. Sinalização com setas direcionais e gradiente na base da moldura	87
Figura 26. Moldura rolável ocupa a tela inteira e confunde-se com a paginação horizontal ...	87

Figura 27. Rótulo indicando a ação (<i>swipe</i>).....	88
Figura 28. Pan e zoom no infográfico	89
Figura 29. Em retrato aparece a lista de ingredientes e de detalhes técnicos da receita. Ao mudar para a orientação de paisagem, apresenta o passo a passo da receita	91
Figura 30. Puxador no abre da reportagem.....	93
Figura 31. Puxador utilizado em ensaio fotográfico.....	93
Figura 32. Concurso de legendas.....	95
Figura 33. A fotografia é o texto	95
Figura 34. Legenda oculta ocupando a tela inteira	96
Figura 35. Seção com atualizações do Instagram, do Twitter e do Facebook.....	97
Figura 36. Caixa de notícias como complemento à matéria.....	98
Figura 37. Botões de saiba mais em diferentes situações	99
Figura 38. Ir para o topo no canto inferior esquerdo e o sinal do final da matéria na mesma posição em que ficavam as setas direcionais nas outras páginas.....	100
Figura 39. Página das narrações	102
Figura 40. Narrador de reportagem logo abaixo dos créditos no abre da reportagem de capa	102

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Top 5 tablets 2015, segundo a revista <i>PCMAG</i>	42
Tabela 2. Tabela comparativa entre padrões para arquitetura, programação e interfaces.....	53

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
1 ASPECTOS PROJETUAIS DE REVISTAS DIGITAIS PARA TABLET	28
1.1 Design de revistas	28
1.1.1 <u>Identidade</u>	31
1.1.1.1 Projeto gráfico	32
1.1.2 <u>Organização do espaço gráfico</u>	33
1.1.2.1 Formato da revista	33
1.1.2.2 Grade construtiva	35
1.1.2.3 Hierarquia tipográfica	37
1.1.3 <u>Atração e retenção</u>	37
1.1.4 <u>Imagens e multimídia</u>	38
1.1.5 <u>Recursos cromáticos</u>	40
1.2 Tablets	40
1.3 A interação como nova variável do projeto de revistas	42
1.4 Interfaces gestuais	44
1.4.1 <u>Entrada de interação (inputs)</u>	45
1.4.2 <u>Elementos de interface</u>	46
1.5 Navegação, orientação e sinalização	47
1.5.1 <u>Elementos de Sinalização</u>	48
1.5.2 <u>Elementos de navegação do aplicativo leitor</u>	48
2 PADRÕES DE PROJETO	50
2.1 A linguagem de padrões	50
2.2 Outros padrões: padrões de projeto	52
2.3 Padrões de projeto para RDT	56
2.4 Como descobrir padrões	57
2.5 Como usar os padrões	60
3 PADRÕES DE PROJETO PARA REVISTAS DIGITAIS PARA TABLET	62
3.1 Roteiro de pesquisa	62
3.2 Corpus	62
3.3 Listagem dos padrões	65
3.3.1 <u>Formatos de tela</u>	66
3.3.3 <u>Sinalização e orientação</u>	73

3.3.4	<u>Conteúdos interativos</u>	81
3.3.5	<u>Botões</u>	98
	CONSIDERAÇÕES FINAIS	104
	REFERÊNCIAS	108

INTRODUÇÃO

O início das revistas digitais para tablet

Rumores do lançamento de um dispositivo de interface tátil, de tela maior que o iPhone, espalhavam-se pelos blogs especializados em tecnologia. Em 2010, em conferência da Apple, Steve Jobs lança o tablet iPad sob gritos e aplausos da plateia. Os números de venda impressionam: no primeiro dia, 300 mil tablets foram vendidos; e, em dois meses, esse número alcança a marca de 2 milhões (KASTRENAKES, 2015). Na sequência de smartphones e *e-readers*, os tablets chegavam prometendo mudanças no mercado (ABC INTERACTIVE, 2010), preenchendo uma lacuna entre dispositivos de tela pequena e notebooks e desktops nem tão portáteis. Por seu tamanho, peso, manuseio e portabilidade, de semelhança ergonômica a livros e revistas, editores viram a possibilidade de produzir publicações digitais para tablet com a qualidade do impresso que os websites não ofereciam e com potencial econômico para substituir publicações impressas em constante queda havia alguns anos, além de substituir o jornalismo na internet, que gera pouca receita às editoras (HEIKKILÄ, 2012b).

A novidade empolga o mercado editorial, e revistas como a *Sports Illustrated*¹ apresentam videoconceitos de como seria sua revista digital, misturando interatividade e audiovisual para contar histórias de modos que o papel não poderia proporcionar. No entanto, quando as revistas digitais foram lançadas oficialmente, assemelhavam-se mais a revistas impressas do que às impressionantes publicações apresentadas nos vídeos (HEIKKILÄ, 2012b), frustrando as expectativas de alguns entusiastas.

Em abril de 2010, a *Time* foi a primeira revista para tablet publicada. Em seguida, houve um rápido crescimento das publicações digitais. Segundo Santos Silva (2011, p. 3), entre “abril de 2010 e abril de 2011, o número de revistas para iPad aumentou de 36 para 485, sendo em sua maioria extensões da edição impressa, com conteúdo interativo e outros extras digitais”.² Em junho de 2010, a edição para tablet da revista *Wired* é anunciada como um sonho da editora em postagem do editor-chefe: “O tablet é a oportunidade de fazer a revista que sempre sonhamos. Ele tem todo o impacto visual do papel, enriquecido com elementos interativos, como vídeo e infográficos animados” (ANDERSON, 2010).³

¹ Disponível em: <<http://tinyurl.com/ong9tpc>>. Acesso em: 20 ago. 2014.

² No original: “April 2010 and April 2011, the number of magazine iPad editions grew from 36 to 485, being the most extensions of print editions with interactive contents and other digital extras.”

³ No original: “The tablet is our opportunity to make the *Wired* we always dreamed of. It has all the visual impact of paper, enhanced by interactive elements like video and animated infographics.”

A revista digital dos sonhos não abria mão da configuração tradicional de revista. A Adobe, desenvolvedora de ferramentas de editoração e publicação, e parceira da *Wired* no desenvolvimento da revista, confirmou em seu blog a intenção de lhe preservar o formato:

Experimentos prévios de trazer a experiência da revista para a web via navegador resultaram em uma experiência estática. Com novos paradigmas de leitura, como o aplicativo leitor *Wired*, os leitores têm a fidelidade da experiência de uma revista impressa casada com a interatividade do digital. (DICKSON, 2010).⁴

A equipe da *Wired* já estudava uma forma de conciliar o processo editorial do impresso e do digital. A prioridade, afirmam dois designers da Adobe envolvidos no projeto, era desenvolver um modelo de transição considerando que editoras e leitores precisam de tempo para se adaptar ao contexto digital e que a revista seja tão fácil de ler quanto uma revista impressa (CLARK; BRANDT, 2012, p. 647).

Projetar a revista digital mais próxima ao que os consumidores estão acostumados e, portanto, fácil de assimilar é uma estratégia de design antiga. Segundo Forty (2007, p. 20), a ideia de progresso nas sociedades modernas está associada ao capitalismo, dependente “de sua capacidade incessante de inovar e vender novos produtos”, sem saber se realmente precisamos desses produtos nem se queremos comprá-los. A novidade, prossegue o autor, sempre mostrou resistência por parte dos consumidores, e uma das formas de obter aceitação, tornando os produtos vendáveis, é por meio do design e de sua capacidade de fazê-los “parecer diferentes do que são” (FORTY, 2007, p. 20). Forty cita como exemplo a comercialização dos primeiros rádios no início do século XX. Inicialmente os rádios “eram uma montagem grosseira de resistores, fios e válvulas”. Para vender os rádios e seus compradores aceitarem colocá-los em suas salas, os fabricantes perceberam que teriam de partir para “uma abordagem mais sofisticada de design” (FORTY, 2007, p. 20). Foram três abordagens: 1) alojar o aparelho em mobília antiga; 2) esconder o rádio em uma peça de mobília; e 3) colocá-lo em um estojo desenhado para sugerir que pertencia a um futuro melhor. Essa última era a mais comum. Forty sintetiza as três abordagens como arcaica, supressiva e utópica, afirmando que se repetiram com “tanta frequência no design industrial que se pode dizer que compõem uma gramática básica do repertório da imagética do design” (2007, p. 21).

Na área da comunicação, essa compreensão se aproxima do que Bolter e Grusin (1999) chamam de “remediação”,⁵ o que McLuhan (1996) [1964] já evidenciava em sua célebre

⁴No original: “Previous experiments to bring the magazine experience to the Web via a browser have resulted in a static experience. With new reading paradigms like the *WIRED* Reader, readers are able to experience the design fidelity of a print magazine married with the interactivity of digital.”

⁵ Optei por traduzir o termo *remediation* por “remediação” para enfatizar a relação com as mídias e desvincular do sentido de remediar.

afirmação de que “o meio é a mensagem”. Segundo Bolter e Grusin, toda mídia se apropria de técnicas e culturas das mídias anteriores para se firmar no cenário atual de intensa competição. A remediação prevê duas lógicas: 1) *immediacy*, que é a lógica da transparência; esconder a mídia para parecer estar mais próximo do conteúdo, como acontece na metáfora do Cálice de Cristal, de Beatrice Warde; e 2) *hypermediacy*, a opacidade, em que a mídia é superexposta até que seja naturalizada no ambiente.

Ao pensarmos as revistas digitais com a ajuda desses conceitos, podemos inferir que, de modo geral, as revistas digitais para tablet (RDT) se valem da abordagem arcaica, correspondendo à *immediacy*, ao passo que os videoconceitos que apresentavam a nova mídia são utópicos, correspondendo à *hypermediacy*. Enquanto, a partir da revista para tablet se queria atrair o leitor por proporcionar estilo de leitura semelhante a uma revista impressa, os vídeos almejavam impressionar o leitor ao imaginar um futuro inovador no jornalismo.

O que denominamos RDT opera com base em categorias editoriais da revista impressa no ambiente digital, especificamente, do dispositivo tablet. Diferentes nomes já foram propostos para definir esse tipo de revista: revistas multimídia (HEIKKILÄ, 2012a), revistas digitais expandidas e nativas (DOURADO, 2013) – referindo-se às edições para tablet com o mesmo conteúdo das revistas impressas e publicações desenvolvidas especialmente para os tablets –, revistas digitais convergentes ou nativas (SOUZA, 2013) – referindo-se a revistas que adaptam seu conteúdo para qualquer mídia digital ou que são produzidas especificamente no contexto digital. Optamos por vincular o nome ao dispositivo porque é a partir do tablet que esse formato surge e, seja uma adaptação, seja nativa, sua configuração é estabelecida considerando as características do tablet, sobretudo o iPad, e não de um smartphone ou de um navegador da internet. Além disso, caracteriza-se por ter aplicativo próprio disponível na loja do sistema operacional do tablet, apresentar entrada por interação gestual e recursos de hipertexto e de multimídia.

Ampliando o cenário: convergência midiática

A “remediação” oferece formas de entender as estratégias de afirmação da mídia digital e de adaptação de mídias anteriores ao novo contexto que se estabelece. Uma de suas características é a de que não haveria uma eliminação das velhas mídias, mas sim uma reorganização do espaço midiático, em que todas passam a conviver e a conflitar. Esse convívio resulta em influência recíproca, em que “nenhum meio, pelo que parece, pode agora funcionar independentemente e estabelecer pura e separadamente seu próprio espaço de significado cultural” (BOLTER; GRUSIN, 1999, p. 55). Na medida em que a revista em papel também

publica uma edição digital, passa a abraçar e a formar novas culturas, além de preservar, quando convém, as próprias. As revistas digitais para tablet (RDT) são um exemplo dessa colisão, resultado de um esforço de editoras e de desenvolvedores de software para preservar estruturas profissionais e práticas editoriais já existentes na produção de um novo produto.

Por outro lado, essa colisão entre velhas e novas mídias é o que Jenkins (2006) chama de convergência de cultura. A convergência implica uma mudança tecnológica e uma reorganização cultural do sistema orientada pelo “fluxo de conteúdo através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplas indústrias da mídia e o comportamento migratório da audiência, que irá a quase qualquer lugar na busca das experiências [...] que quiserem” (JENKINS, 2006, pos. 186).⁶

Nesse contexto, a audiência tem uma posição mais ativa, buscando informação a qualquer momento. A popularização das redes de computadores, das ferramentas de produção e dos canais de distribuição de informação levou ao desenvolvimento de uma cultura de participação em que a audiência também pode produzir e disseminar informação por meio das mídias.

Jenkins (2006) salienta que umas das preocupações das empresas de comunicação que distribuem conteúdo por meio de múltiplas mídias são a fragmentação e a erosão de seus mercados. Uma vez que a audiência “sai” da frente da TV e vai para a internet, há o risco de nunca mais voltar, e isso vale também para o jornalismo impresso. Com a migração de leitores para o digital, sobretudo para a internet, cada vez mais as editoras precisam fragmentar sua presença online para alcançar esses leitores dispersos.

Entretanto, a ampliação do número de tecnologias de comunicação tende a um movimento contraditório. Ainda segundo Jenkins, ao mesmo tempo que o público tem mais participação por ter acesso a mais tecnologias, os conglomerados de mídia concentram mais poder por distribuir conteúdo de modo disperso por essas tecnologias a que a audiência tem acesso. Para uma grande empresa de comunicação, a convergência significa a oportunidade de explorar um novo mercado a fim de ampliar e de concentrar ainda mais seu domínio. Do ponto de vista de empresas de jornalismo, é o que Salaverría (2010) chama de “mudança para nada mudar”.

Empresas começam a investir em produtos multimídia e em multiplataforma, ampliando a abrangência da marca e começando a se distanciar do suporte de origem como matriz

⁶“Pos.” é a referência do Kindle e-book. No original: “[...] flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of [...] experiences they want.”

identitária (SALAVERRÍA, 2010). A publicação impressa ainda é o principal produto de revistas, mas agora divide espaço com outras formas de distribuição de conteúdo controladas pela marca editorial. Para Paulo Lima, editor das revistas *Trip* e *TPM*, os dois títulos são tratados como uma “grande plataforma voltada ao nicho comportamental”, sendo “composta pelas duas revistas, dois eventos [...], um programa de TV e programa de rádio” (PARENTE, 2013, p. 16). Nessa visão, a ênfase da marca está na venda de conteúdo e de serviços para o segmento de público, e não simplesmente em um suporte material. No caso de *Claudia*, na documentação de marketing – o *brand kit* (antes, mídia kit) –, revistas tendem a se apresentar como comunidades que representam e influenciam o segmento no qual atuam, e são influenciadas por ele. Nesse contexto, as RDT são mais uma forma entre outras de distribuir conteúdo.

Salaverría (2010) descreve a convergência específica para o jornalismo como um processo multidimensional organizado em quatro eixos: tecnológico, empresarial, profissional e de conteúdo. No âmbito tecnológico, empresas passam a ser multiplataforma, tendo de responder à aceleração das mudanças tecnológicas das mídias digitais. Assim, um mesmo conteúdo é difundido em diversos suportes, adaptando-se às características de cada um. Esse processo acelera a digitalização da produção e o emprego de cada vez mais ferramentas digitais. A dimensão empresarial da convergência jornalística se orienta em duas direções: 1) atuação diversificada em mídias (multiplataforma); e 2) concentração de mídias, que caminha em direção a um monopólio da comunicação. Como consequência, há uma reorganização da produção e da logística que visa ao aumento da produtividade, resultando na integração das redações. Em setembro de 2008, o grupo Rede Globo unificou a marca do diário impresso *O Globo* e *O Globo Online* com o único nome de *O Globo* e o slogan “Muito além do papel de um jornal”. Contudo, a nova estratégia de *O Globo* buscava apenas novos leitores em mercados emergentes, como o de telefonia móvel, afirma Díaz Noci (2013, p. 224), e não era fruto de uma reflexão acerca do papel dos periódicos em tempos de convergência, segundo crítica do mesmo autor.

Na dimensão profissional, a partir do contexto multiplataforma e da integração das redações visando à produtividade, o que se busca no perfil profissional do jornalista é polivalência: funcional, temática e midiática. A primeira poderia ser denominada também multitarefa, ou seja, executar mais de uma função na redação; a segunda significa ser capaz de escrever sobre qualquer assunto; e a terceira, trabalhar com diversas mídias ao mesmo tempo.

De acordo com Salaverría (2010), todas as dimensões de convergência levam a uma mudança de foco para o conteúdo. As linguagens dos meios passam a se combinar proporcionando novas experiências multissensoriais na recepção de informação. Esse conteúdo

multimídia pode ser produzido de modo integrado ou apenas justaposto: no primeiro, os códigos comunicativos da mensagem são recebidos de forma indissociada; já no segundo, os suportes digitais oferecem vídeos, áudio, hipertexto, porém visivelmente separados.

O processo de convergência é importante para visualizar o contexto amplo em que as RDT são propostas a partir da afirmação do tablet: em que parte esse produto se situa nesse mercado; como vem acontecendo a reestruturação das empresas de jornalismo para viabilizar esse e outros produtos; e as condições da audiência para consumi-lo.

Nesse quadro geral, deve ser compreendido como as RDT efetivamente se situam e se desenvolvem no mercado. As edições para tablet não competem apenas com o impresso, mas com outras plataformas digitais de entrega de conteúdo, como smartphones, *phablets*, *e-readers*, nos mais variados formatos, sistemas operacionais e capacidades de processamento e armazenamento de informação, e também com outros canais de informação, como websites, blogs, redes sociais, canais de vídeo e por aí vai. Não há um único computador que centralize todas as mídias. O processo de digitalização dos meios de comunicação – televisão, rádio, imprensa e telefone – promove a integração de suas culturas antes dissociadas. Ao mesmo tempo que o conteúdo converge para as mídias digitais, há uma divergência pela diversidade de dispositivos de comunicação digital (JENKINS, 2006), fazendo a informação fluir dispersamente.

Mesmo buscando conciliar as qualidades do impresso com a potencialidade do digital, a audiência para as RDT não foi a esperada, ainda que o número de leitores continue crescendo. Segundo dados da Association Magazine Media (2015), o número de leitores adultos de edições digitais, nos Estados Unidos, mais que quadruplicou nos últimos anos, passando de 1,4% em 2011 para 6% em 2014. Mesmo sendo um número baixo em termos econômicos, o crescimento continuado no número de leitores é um dado positivo. Segundo a pesquisa Global Entertainment and Media Outlook 2015-2019, do PwC (2015), a previsão é de que, até 2019, 37% das receitas com publicidade no mercado global de revistas venham de mídias digitais, graças à penetração do tablet, que leva ao consumo de revista digital e de websites.

As RDT, em comparação com outros dispositivos, ocupam uma pequena parcela do mercado. De acordo com dados do Gartner (2015), a venda de tablets cresce a passos lentos, perdendo para smartphones. Em ambos, o Android é o sistema operacional dominante. Além disso, a venda de iPads está em declínio em comparação à de iPhones. Esses indicadores são importantes para as RDT, em primeiro lugar, porque as edições são desenvolvidas sobretudo para iPad. Em segundo, porque, à medida que o Android domina e a variedade das características de tablet usada no sistema é enorme, o formato fixo das RDT pode não

proporcionar a melhor experiência de leitura. Em terceiro lugar, porque os smartphones têm se mostrado mais promissores em termos de crescimento de consumidores, ou seja, o alcance de pessoas é maior por meio de smartphones. Considerando ainda a recente perspectiva de geração de receitas com websites de notícias, assinaturas via *paywall* (CASSIDY, 2014) e que os websites tendem a ser responsivos, funcionando em diversas plataformas, esses fatores ajudam a explicar o mau resultado das RDT.

A expectativa de que as revistas se consolidariam como um produto economicamente sustentável no modelo em que se apresentou até hoje teve de ser reavaliada. As RDT se tornaram um produto de apoio das impressas, um produto que apresenta conteúdo extra e que é sinal de status por a revista acompanhar as últimas tecnologias no mercado. No entanto, as pesquisas citadas mostram que as RDT ainda estão presentes no cenário editorial. Independentemente do fato de que diminuiu o mercado das revistas, cresce de forma lenta a participação das RDT na receita total desse mercado, e esse crescimento relativo justifica a investigação de seus parâmetros de design.

O design de RDT: considerações sobre interação e leitura

O design das revistas digitais para tablet (RDT) é marcado por uma exploração inicial, com certo entusiasmo pelos recursos de interação, animação, vídeo e áudio (CUNHA, 2011). Essa experimentação eufórica gera diversas críticas: designers teriam se esquecido de práticas de design de interface já difundidas (BUDIÚ; NIELSEN, 2011); manifestações sobre o emprego de recursos interativos e multimídia apenas para chamar atenção, como argumento de vendas, e não uma nova forma de contar histórias (BRASILEIRO, 2013); e ainda há aqueles que consideram o modelo ultrapassado, apontando semelhanças com as revistas em CD-ROM dos anos 1990 (SCOLARI, 2013).

Quando as RDT foram lançadas, valorizava no tablet a possibilidade de proporcionar uma experiência da revista impressa e o potencial do digital. Envolveria mudanças, mas sem precisar mudar de forma radical o trabalho na redação e os modos de apreensão da informação pelos leitores. Ou seja, havia uma motivação econômica por parte do empresário para se manter no mercado e não perder espaço para uma nova concorrência, mas sem investir em reformas na estrutura da editora. Do ponto de vista da produção do design e do jornalismo, valorizava-se a transferência para mídias digitais de uma prática profissional difundida. Há valor naquilo que é tradição, pois já foi testado e repensado, e já passou por outras mudanças tecnológicas e culturais que reafirmam sua permanência e eficiência para capturar o leitor e conduzi-lo à leitura.

Na lógica de promoção das RDT, muitas vezes os recursos de interação e multimídia são “vendidos” como bônus proporcionados apenas pela revista digital, e não pela impressa, reforçando as críticas quanto à superficialidade de seus empregos. Sendo bônus ou não, as propriedades desses elementos demarcam o espaço de possibilidades no qual o designer estabelecerá o projeto gráfico como manifestação material e discursiva que contribui para a constituição do conteúdo e da identidade editorial. Como nova variável projetual, esses recursos ampliam esse espaço de atuação sobre os modos como o leitor usa a interface da revista digital para acessar a informação.

As RDT são produzidas, de modo geral, por designers editoriais de revistas impressas e de acordo com os protocolos projetuais de design editorial impresso. Isso implica uma forma de entender interatividade e multimídia com mais foco em maneiras de contar a história, organizar a página, atrair, engajar, surpreender e entreter o leitor, e menos foco no acesso ao conteúdo. A interatividade é encarada por sua materialidade na interface e pelas formas que podem provocar sentidos no leitor relacionados diretamente com o conteúdo da narrativa jornalística, com menos ênfase no cumprimento da tarefa de ver uma foto ou executar um vídeo como se a mensagem estivesse apenas na mídia.

Como as plataformas digitais de jornalismo, de modo geral, são projetadas para serem geridas por sistemas de gerenciamento de conteúdo que automatizam a composição da página, o conteúdo é desvinculado de sua forma. Sendo assim, o foco do designer está em projetar o acesso à informação e não na materialidade da informação propriamente dita. É diferente do designer editorial, que, junto com o jornalista, concebe forma e conteúdo de modo indissociado para contar a história.

Para o campo do design de interação, esse sujeito que lê é entendido como usuário que realiza tarefas para acessar e ler a informação. Para essa prática projetual, “como os textos são usados se torna mais importante do que o que eles significam”, critica Lupton (2010, p. 97). A preocupação está na efetividade das ações e na satisfação do usuário, que aparentemente não tem tempo a perder com interações malfeitas ou feitas para não ter utilidade. Torna-se prática projetual antecipar as ações e reações para que não seja preciso pensar no que se está fazendo, como defende Krug (2006). Sendo assim, a interação é entendida como um meio, e não um fim.

Embora revistas também tenham a característica de impressionar o leitor, utilizar os recursos das interfaces digitais apenas para chamar atenção é subaproveitar todo o potencial dos tablets e ir na contramão de práticas de design de interação que não devem ser desconsideradas. A questão está, portanto, no emprego desses elementos com sentido relevante

aos leitores⁷ e ao jornalismo, e não apenas como “fogos de artifício”. Um exemplo é a revista *The New Yorker*, uma das RDT mais vendidas, que atualmente conta com mais de 80.000 assinantes:⁸

Existem revistas que contêm longas histórias literárias, que obviamente não se beneficiam muito com a inclusão de interatividade. A revista *The New Yorker* pode servir de exemplo desse tipo de produto. Sua versão de iPad é um sucesso [...] e tem conscientemente preferido uma experiência de leitura muito visual, mas calma e ininterrupta. (PETERS, 2011 apud HEIKKILÄ, 2012b, p. 9).⁹

A revista não deixa de usar interatividade, mas a usa consciente do tipo de leitura que melhor se encaixa em seu perfil jornalístico, no perfil do público e nas características das RDT. Se a receita de uma das edições de iPad mais vendidas é o emprego de interatividade e multimídia – como um meio, e não um fim – para oferecer uma experiência de leitura prolongada, isso nos faz questionar qual seria o uso apropriado desses recursos em uma lógica editorial de revista.

Escopo da pesquisa

Esta pesquisa se insere em uma série de estudos em expansão. Um levantamento preliminar do número de pesquisas brasileiras sobre revistas digitais publicadas em congressos, revistas e desenvolvidas em programas de pós-graduação de 2010 a 2014 registra um total de 31 publicações: 20 artigos, 7 dissertações, 2 teses e 2 livros. Além do design, esses estudos são oriundos das áreas de comunicação (jornalismo e publicidade), interação humano-computador (IHC) (usabilidade) e educação, que se relacionam com o design seja no campo tradicional da comunicação, seja em sua expansão pelas mídias digitais.

O emprego de recursos de interação tem sido estudado em pesquisas sob diversos aspectos: 1) em relação à usabilidade (AGNER; GOMES; MUNIZ, 2014; CORDEIRO; FREITAS; LESSA, 2012; GURSKI, 2014); 2) nas relações entre publicações impressas e digitais (CUNHA, 2011; BUDIU; NIELSEN, 2011; GALVÃO, 2014; GIORNO, 2012) e junto à web (LOHMANN; BITARELLO; ROCHA, 2011; BRASILEIRO, 2013); e 3) na análise dos elementos de interação (HEIKKILÄ, 2012b; CUNHA; ARAGÃO, 2011; GURSKI, 2014).

⁷ Como as RDT estão inscritas em práticas de design editorial tradicional, trataremos o público como leitor, e não como usuário, pois não está na experiência de uso o foco desses padrões de projeto, mas sim na experiência que o conteúdo editorial (não distinguindo a forma do conteúdo) pode proporcionar.

⁸ News Magazines: Digital Issue Circulation. Disponível em: <<http://www.journalism.org/media-indicators/news-magazines-digital-issue-circulation>>. Acesso em: 19 jul. 2015.

⁹ No original: “There are magazines that contain long literary stories, which obviously don’t benefit much from including interactivity. *New Yorker* magazine can serve as an example of this kind of product. Its iPad version is a success [...] and it has consciously preferred a highly visual, but a calm and uninterrupted reading experience.”

As pesquisas em usabilidade são abordagens centradas no usuário que procuram analisar a efetividade do cumprimento de tarefas com base em recursos de interação, apontando as dificuldades dos usuários em compreender e usar essas interações para acessar a informação, estabelecendo recomendações de produção, ou seja, a ênfase é normativa.

Aquelas que analisam a interface sob o aspecto da transição do impresso e da potencialidade da mídia digital fazem um levantamento geral dos impactos sobre o design de revistas e, indiretamente, das relações entre os elementos de interação e seus propósitos e representações na interface.

O que mencionamos como propósitos editoriais é o emprego específico de elementos de interação para a apresentação do conteúdo de revistas digitais para tablet (RDT), atendendo aos requisitos tradicionais considerados pelo design editorial. Muitos desses recursos de interação encontrados nessas revistas digitais já estão presentes em diversas mídias, de websites a jogos, atendendo às mais diversas tarefas. Ou seja, apesar de esses recursos responderem a especificidade de uma tradição, não são exclusivos ou originados dela necessariamente.

Em suas pesquisas, Heikkilä (2012b) e Gurski (2014) se dedicaram a investigar a recorrência dos elementos de interação em revistas digitais, estabelecendo classificações e recomendações. No entanto, não fazem referência aos propósitos editoriais e de representação gráfica na interface. Partimos da síntese dos estudos relacionados à interação para investigar como esta é empregada como elemento editorial das revistas digitais para tablet (RDT).

A partir dessa síntese, o objetivo é estabelecer critérios para a sistematização das práticas de design editorial e de interação para as RDT como ferramenta de auxílio ao projeto. Para tal, a pesquisa foi desenhada à luz da metodologia da linguagem de padrões proposta pelo arquiteto e matemático Christopher Alexander (ALEXANDER, 1979; ALEXANDER; ISHIKAWA; SILVERSTEIN, 1977) e adaptada por Gamma et al. (2007) [1995] e Tidwell (2011) sob a denominação de padrões de projeto. Ao nos referirmos ao método em sentido amplo, chamamos de linguagem de padrões, pois é a base conceitual a que todas as propostas subsequentes se referem, mesmo com adaptações; e, ao tratarmos especificamente de nossa proposta, usamos padrões de projeto, conforme descrito no capítulo 3.

O objetivo não é criar uma linguagem acabada para o design de revistas digitais para tablet, mas sim pensar sua estrutura, como funcionariam e como seriam identificados os padrões e um primeiro conjunto. Apresentamos padrões privilegiando a configuração do espaço de página, a sinalização e a orientação da navegação e da interatividade, e de recursos de interatividade relativos ao conteúdo das matérias. Essa proposta deve ser posteriormente validada tanto em análises quanto em experimentos relativos à prática projetual.

A linguagem de padrões já é usada com sucesso em diversas áreas da IHC a fim de documentar soluções recorrentes para problemas comuns e estabelecer um vocabulário para equipes multidisciplinares. No caso do design de interação, a mudança rápida de tecnologia dos computadores exige dos designers estar sempre projetando novas interfaces e, como usuários transitam em diferentes ambientes de informação com muita velocidade, é preciso haver um comportamento consistente das interfaces (WALLER; DELIN, THOMAS, 2012).

A tecnologia muda muito mais rápido que a sociedade. Para Norman (2013, p. 268/pos. 5271), o que parece descompasso é o ciclo comum em que tecnologias são “[...] rápidas para serem inventadas, lentas para serem aceitas e mais lentas ainda para desaparecerem e morrerem”.¹⁰ O que temos é a convivência de diversas mídias empregadas pelas editoras para distribuir conteúdo para um público disperso. A manutenção da mesma identidade em diferentes interfaces e a agilidade de produção periódica tornam a padronização de certos recursos pertinente.

No contexto das editoras, as revistas são produzidas na sequência da edição das impressas. O tempo de produção de uma revista é o tempo em que a edição impressa vai para a gráfica. Uma revista com muita interatividade e multimídia exige grande esforço de produção (HEIKKILÄ, 2012a). O uso recursivo de padrões para a produção da interface poderia agilizar a transposição de conteúdo.

É prática comum do designer projetar com base em soluções de projetos com problemas semelhantes à enfrentada ou a grandes referências de design. Por meio de exemplos, identificam-se projetos que passam a fazer parte do cotidiano das pessoas, das possibilidades técnicas vigentes e das expressões simbólicas que habitam o imaginário de uma geração e de proposições apresentadas por designers experientes. A pesquisa e a conceituação com base em referências de artefatos preexistentes se articulam como uma espécie de colagem que atende à determinada questão de design. Esse tipo de abordagem difere de abordagens abstratas – como fundamentos de projeto – ou determinísticas – como regras heurísticas –, mas não as substitui. A linguagem de padrões é um método sistematizado de projetar com base em referências.

Os padrões são ferramentas de auxílio ao projeto, podendo ser ultrapassados pela própria ação projetual e por sua potencialidade de criação do novo. Eles têm, assim, como limite o fato de fornecer recursos previamente convencionados, ou seja, não buscam por novas soluções de interfaces, partindo de soluções já familiares. De todo modo, a recepção do artefato pelo usuário está na dosagem entre o que é novo e instigante e o que é familiar e compreensível.

¹⁰ No original: “[...] fast to be invented, slow to be accepted, even slower to fade away and die.”

Consideramos a linguagem de padrões um método eficiente para catalogar uma variedade de configurações de elementos de interação, possibilitar a acumulação e a generalização de soluções bem-sucedidas para problemas comuns em revistas digitais. A descrição não detalhada dos padrões possibilita construir interfaces misturando soluções comuns em RDT, mas em modos sempre diferentes. Possibilita ainda que o designer, com base em um conjunto de padrões, proponha novas articulações de linguagem, apontando para futuros padrões. A maneira modular como os padrões são construídos permite que o designer comece com poucos padrões, aprenda a partir deles sobre soluções já empregadas e desenvolva soluções que atendam às suas próprias demandas. Na medida em que a linguagem de padrões deve ser encarada como uma estrutura aberta, pode ser transformada pela ampliação de suas possibilidades de aplicação projetual.

Essa perspectiva, que considera a linguagem de padrões não um receituário estrito, mas sim uma compilação processual de recursos analíticos voltados para a ação projetual, aponta para o fato de que o ensaio desenvolvido nesta dissertação pode vir a subsidiar a compreensão projetual de outros formatos editoriais, como websites de jornais, blogs etc., assim como sua adequação a outros dispositivos, como notebooks e smartphones.

Objetivos

Objetivo principal: tendo em vista as especificidades editoriais das revistas digitais para tablet (RDT), propor uma classificação dos elementos de interação com base no conceito de linguagem de padrões desenvolvido por Alexander (1979).

Objetivos secundários: levantar bibliografia buscando pesquisas que identifiquem o design de interação em revistas digitais e analisar a presença de recurso de interação e seus propósitos editoriais em um conjunto de RDT.

Metodologia

Este é um estudo exploratório, em que partimos de uma pesquisa preliminar sobre o objeto para depois propormos uma problematização, definirmos um *corpus* e as categorias para a criação dos padrões de projeto.

Em se tratando da abordagem do problema, a pesquisa teve ênfase qualitativa. A contextualização do problema foi baseada nas categorias de convergência de Jenkins (2006) e de Salaverría (2010) para a compreensão do contexto das mídias digitais e de sua influência no jornalismo. Para a compreensão do design editorial, valemo-nos de Apfelbaum e Cezzar (2014),

Foges (1999), Lupton (2010), Lupton e Phillips (2008), Gruszynski e Calza (2013), White (2006) e Zappaterra (2007).

Observação sistemática de revistas com base na linguagem de padrões de Alexander (1979; ALEXANDER; ISHIKAWA; SILVERSTEIN, 1977), Gamma et al. (2007 [1995]), Tidwell (1999; 2011) e Waller, Delin e Thomas (2012), considerando parâmetros de interatividade, multimídia e design editorial. Com base nas pesquisas de Palacios e Cunha (2012), Gurski (2014), Budiu e Nielsen (2011), e Heikkilä (2012b), buscamos o ponto de partida para a classificação e a conceituação dos elementos de interação analisados. Apresentamos a abordagem, sua origem e características. Discutimos como se constrói uma linguagem de padrões, os procedimentos para a catalogação e as questões que envolvem o uso específico para a interação de revistas digitais.

Os padrões foram elaborados com base em linguagem de padrões já existentes na literatura de design editorial e de webdesign, em pesquisas sobre revistas digitais e em observação de revistas digitais para tablet, considerando uma amostragem de 12 publicações: *Bande a Part, Bloomberg Businessweek, Esquire, GQ, Harrods, Katachi, National Geographic, Olive, Stylist, The New Yorker, Time, Wired*. Esse corpus foi formado por edições de revistas dos anos de 2014 e 2015 em diferentes segmentos, reconhecidas em premiações de design editorial e tendo como critérios a diversidade e a qualidade, visando contribuir para um mapeamento de aspectos práticos do projeto como linguagem geral do design nesse contexto editorial. Daí a opção de não nos atermos a publicações brasileiras.

Optamos por não apresentar nenhum padrão de compartilhamento de conteúdo em redes sociais ou personalização da interface. Também foi opção não propor nenhum padrão com especificidade de design editorial relacionado, por exemplo, à tipografia e à grade construtiva. Entretanto, levamos em consideração essas práticas como referências para a elaboração dos padrões. Embora esses recursos sejam fundamentais para qualquer publicação editorial, focamos em padrões relacionados à interatividade que envolve o conteúdo da revista. A elaboração desses padrões é relevante e deve ser considerada em futuras pesquisas.

Não mencionamos, neste estudo, o aplicativo leitor por considerarmos apenas os elementos vinculados à produção editorial periódica. A barra de navegação do aplicativo tem uma função importante para a navegação do leitor na revista – que pode ir a outras partes do aplicativo –, como a loja e os recursos de marcar páginas favoritas e de compartilhar matérias em redes sociais. No entanto, a barra é um elemento fixo vinculado ao aplicativo, não integrando o processo periódico de produção da revista.

Estrutura da dissertação

No capítulo 1, conforme vimos, mostramos uma visão geral sobre revistas digitais produzidas para tablet, apresentando questões que envolvem seu lançamento e adesão do formato pelas revistas, sob o contexto da convergência jornalística e sobre pesquisas e relatórios mercadológicos. Além disso, introduzimos questões sobre interação e leitura em relação ao design das revistas como norte para a elaboração dos padrões de projeto.

No capítulo 2, são traçadas as questões do design editorial do meio impresso e as mudanças ocorridas por influências das mídias digitais. A interação é descrita como nova variável de design editorial, trazendo conceitos do design de interação e de navegação. São apresentadas as características do tablet, o funcionamento das interfaces táteis e os elementos de interação mais comuns em revistas digitais para tablet (RDT).

No capítulo 3, é descrito o método da linguagem de padrões e como esse será adaptado para a elaboração dos padrões de projeto para RDT. A linguagem de padrões é apresentada: o que é, qual é sua origem, como funciona. São discutidas algumas adaptações da linguagem que servem de base para nossa adaptação específica. Apresentamos como se elaboram padrões e como usar os padrões de projeto para RDT.

No capítulo 4, os padrões de projeto para RDT são apresentados. Foram elaborados 20 padrões, divididos em quatro categorias: 1) formatos de tela; 2) sinalização e orientação; 3) conteúdos interativos; e 4) botões.

Nas considerações finais, é reforçado que esta é uma primeira proposta e que está sujeita a desenvolvimento e à validação no design de RDT, tendo o potencial para ampliação para outros produtos editoriais digitais.

1 ASPECTOS PROJETUAIS DE REVISTAS DIGITAIS PARA TABLET

Neste capítulo, são fundamentadas questões que envolvem as revistas digitais para tablet (RDT). São abordados os conceitos gerais sobre o design editorial na produção de revistas, levando em consideração a tradição impressa, pois as RDT ainda são produzidas com base nessa prática.

O tablet, suporte das RDT, tem seu desenvolvimento introduzido brevemente, até a massificação com o iPad, na sequência de outros dispositivos móveis e de leitura. Também é abordada a pluralidade de características técnicas disponíveis no mercado e como isso influencia a produção de RDT.

1.1 Design de revistas

O design de revistas é uma instância do design editorial, que também trabalha livros, jornais e revistas. Faz parte da grande área do design gráfico, denominação que foi atualizada pelo International Council of Design (ICO-D)¹¹ para design de comunicação em resposta à ascensão das mídias digitais e da globalização. Sob a nova denominação, caberia ao designer estar atento aos novos fundamentos projetuais, como “movimento, espaço, tempo, som e interatividade” (ICOGRADA, 2000); em clara menção às propriedades das mídias digitais. Além de uma atualização conceitual, podemos supor uma mudança política para manter o conselho ativo e influente também nas mídias digitais, assim como trazer designers de uma cultura tradicionalmente impressa para uma cultura que atua sob outras práticas projetuais.

Para Apfelbaum e Cezzar (2014, p. 8), o design editorial é uma disciplina especializada em “publicações seriadas e periódicas, unificadas por uma visão editorial e criativa distinta”. Mais uma vez, reforçando uma ampliação da categoria. A definição não delimita se a matéria será criada, editada e distribuída para uma revista impressa, um website, um aplicativo de smartphone. As autoras propõem o termo *editorial experience design*, cunhado por Khoi Vinh, que une práticas do design de experiência e do design editorial para

criar uma arquitetura altamente efetiva, verdadeiramente imersiva em relação ao modo como usuários reais interagem com software e [...] saber como realçar e até maximizar a compreensão da audiência sobre o conteúdo publicado [...], [e estão]

¹¹ Ex-The International Council of Graphic Design Associations (ICOGRADA).

confortáveis em trabalhar com escritores e editores para ajudar a dar forma ao que lemos. (VINH apud APFELBAUM; CEZZAR, 2014, p. 8).¹²

O designer de revistas trabalha em conjunto com jornalistas, fotógrafos e ilustradores na definição gráfica da revista, participando ativamente da escolha das imagens, da tipografia, das cores, dos infográficos e de elementos gráficos que farão parte da composição das matérias. Gruszynski e Calza reforçam a importância da atividade colaborativa entre jornalistas e designers, afirmando que cabe ao designer ter “bom domínio do jornalismo, e ao jornalista/editor reconhecer a importância do design” (2013, p. 208). Scalzo (2011) e Zappaterra (2007) consideram que designers editoriais são jornalistas visuais, ressaltando a importância da sinergia do trabalho em equipe e a ênfase jornalística do projeto.

O designer tem um papel importante em publicações editoriais e tem ganhado ainda mais destaque em revistas digitais, participando da produção da edição desde as primeiras etapas de produção da notícia, como afirma Cordeiro (2014). O diretor de arte da revista *Galileu* Fábio Dias¹³ destaca que um dos requisitos do designer de revistas é ser comunicativo e proativo. A comunicação com jornalistas precisa ser afinada, trocando ideias, sugerindo ajustes da matéria, buscando informações, pois o tempo de edição é curto e não há margem para atrasos. Em certas ocasiões, revelou o diretor de arte, os próprios designers sugeriam os títulos das matérias. A designer da revista *Superinteressante* Paula Bustamante¹⁴ reforçou essa afirmação relatando que, eventualmente, como para a criação de infográficos, é preciso sugerir ao jornalista que informações ele deve buscar e auxiliar o editor a contar a história.

No processo de produção de uma revista, o design está ligado à conformação dos elementos gráfico-editoriais de acordo com a identidade editorial e o conteúdo das matérias, criando mensagens visuais que engajam o público na leitura. Para Foges (1999, p. 7), o trabalho do designer se resume em dois:

[...] primeiro, o design deve dar expressão e personalidade aos diversos elementos para que eles sejam reconhecidos como um todo coerente, atraindo o leitor em primeiro lugar e, depois, construindo a lealdade de marca. Segundo, os elementos devem ser arranjados de modo que o leitor encontre, nesse “armazém”, os itens individuais que lhe interessam.¹⁵

¹² No original: “[...] create a highly effective, truly immersive architecture around the way real users interact with software and... know how to enhance and even maximize an audience’s understanding of published content... [and are] comfortable working with writers and editors to help shape what we read.”

¹³ Em entrevista concedida a mim em 5 ago. 2014.

¹⁴ Em entrevista concedida a mim em 2 ago. 2014.

¹⁵ No original: “[...] first, the design must give expression and personality to those diverse elements, so that they might be recognized as a coherent whole, attracting the reader in the first instance and then building brand loyalty. Second, the elements must be arranged in such a way that the reader can find within the ‘storehouse’ the individual items in which they interested.”

Nesse sentido, pode-se dizer que o designer organiza os elementos em relação ao todo e o todo em relação aos elementos a fim de atrair o leitor, preservando a identidade geral, mas ainda estabelecendo certa autonomia visual das matérias, permitindo assim ao leitor navegar pelo todo identificando suas partes.

No mesmo sentido, para Werneck, o trabalho do designer seria o de dar as revistas “uma identidade (com uma capa – que é a face) para torná-las um conjunto coerente e singular (as páginas – miolo ou corpo), buscando atrair o leitor e ganhar dele a lealdade eterna” (WERNECK et al., 2000, p. 123). Samara afirma que o objetivo do designer editorial é o mesmo, independentemente do meio de publicação: “Envolver uma audiência em uma mensagem ou assunto por um período de tempo¹⁶” (2005, p. 12).

Para Ali (2009, p. 96), “o design tem a função de emocionar, surpreender, encantar e apresentar as qualidades do conteúdo e convencer o leitor de que a informação contida no texto vale a pena ser lida”. White (2006) afirma que a função do editor é seduzir, atrair a atenção, mostrar a relevância do material e, depois de ter a atenção do leitor, guiar sua leitura.

Zappaterra (2007, p. 6), ao descrever três funções que devem coexistir para obter um projeto editorial de sucesso, resume a posição desses autores: dar expressão e personalidade ao conteúdo, atrair e reter o leitor, e estruturar as informações claramente.

Nos dispositivos digitais, podemos destacar mais uma função relevante do design, que é estabelecer modos de o leitor navegar pela revista e interagir com o conteúdo. Como passar de página, pular para uma matéria diretamente da capa, acessar um menu, a barra de navegação, tudo isso são ferramentas disponíveis para o leitor ler uma matéria.

Diferente da permanência que o papel proporciona, a interface dos computadores não grava nada por longos períodos. As ações e reações se desvelam em apresentações temporárias sob o mesmo retângulo bidimensional. Em um momento, o que se vê ali está e no próximo não está, dando lugar a outra vista. Se, em revistas impressas, temos o conjunto de suas páginas ao alcance de um rápido folheio, nas revistas digitais esse acesso depende da proposição de estruturas navegacionais que solicitem ao processador para buscar na memória e responder na interface. Não há uma correspondência mecânica direta entre a ação e a reação. As relações entre o gesto de rolar o dedo sobre a tela no sentido horizontal e a transição da página subsequente, por exemplo, são determinações de design. O mesmo gesto poderia abrir um menu em pop-up sem que isso causasse nenhuma falha lógica ou mecânica no sistema.

¹⁶No original: “[...] to involve an audience in that message or subject matter over a period of time.”

1.1.1 Identidade

A constituição da revista está vinculada a um processo de troca entre o leitor, a equipe de redação e a equipe comercial, sendo influenciado pelo contexto na qual se insere em âmbito interno, o contexto da editora; no âmbito externo, pelos aspectos sociais, econômicos, culturais etc. Esse modelo de jornalismo baseado na troca de expectativas entre jornalista e leitor é o que se chama contrato de comunicação (STORCH, 2013). A revista também depende de um nicho social compatível, o que significa dizer um público consumidor com alguma afinidade com o conteúdo proposto e que tenha representatividade econômica suficiente para atrair anunciantes. No setor comercial, esse nicho é denominado segmento de mercado e tem origem ligada a pesquisas sobre hábitos de consumo feitas por agências de publicidade (BUTONI, 2013, p. 117). A delimitação do segmento serve tanto à venda de publicidade quanto à elaboração de um projeto editorial compatível com as preferências dos leitores.

Essa ligação entre leitor e revista, que direciona o tipo de informação e de linguagem, é também baseada nos hábitos de consumo do leitor, seja o consumo de informação, seja de outros produtos e serviços que possam se tornar assunto de matérias. Para Fetter (2011, p. 39), “a identidade dos periódicos é construída a partir desta característica peculiar que define os hábitos de compra do seu público. A publicação torna-se, assim, um canal direto para vender os produtos que essa faixa de pessoas costuma adquirir”.

A efetividade do contrato de comunicação depende de uma linguagem comum que viabilize essa troca entre as partes envolvidas. A comunicação não se fixa apenas na informação textual, mas no todo percebido. As imagens que ilustram a reportagem, o modo como a página foi composta, o estilo da tipografia etc. O conjunto desses elementos se articula como informação ao leitor, ou seja, a “revista propicia, a partir de sua própria materialidade, efeitos de sentido” (GRUSZYNSKI; CALZA, 2013, p. 203).

Segundo Tavares (2013, p. 76), a palavra “identidade” para o jornalismo se foca em duas ênfases: uma profissional, que fala do jornalista, e outra midiática, aquela que situa editorialmente uma revista. Sobre a ênfase de mídia, a identidade é modificada em resposta às transformações ambientais para não se perder (ou para se manter) o elo de comunicação com quem se relaciona. Isso quer dizer que aquilo que a torna autêntica não é uma essência, pois

[...] não se pode dizer que há uma essência da revista, mas, concomitantemente, seria a existência dela, de uma autenticidade constituidora, que nortearia sua afirmação pela “mudança que não muda”, indicando sua vitalidade editorial e, ao mesmo tempo, seu diferencial ante o mercado e a si mesma como veículo de comunicação e produto jornalístico específico [...]. (TAVARES, 2013, p. 90).

A identidade da revista não é somente construída em si, mas a partir de relações de alteridade entre suas edições e outras publicações. O que a identifica como tal, tanto pelo que “fala” quanto pelo que deixa de falar, mas que as outras falam, é articulado em um plano material e discursivo por vias de seu projeto editorial e gráfico em um tempo sempre presente. Do ponto de vista comunicativo, a identidade se forma pelos discursos informativos manifestos nos gêneros jornalísticos das reportagens, matérias, colunas; como na materialidade do leiaute, na forma do texto (forma textual e não textual) e na configuração de suas partes, matérias, seções fixas e esporádicas, colunas (TAVARES, 2013). As relações identitárias relacionadas na materialidade do leiaute são desenvolvidas no projeto gráfico como uma estrutura maior e no design de cada edição, em que a “mutação perene” é uma constante. Segundo Gruszynski, “o projeto gráfico participa da construção da identidade de uma revista e busca orientar o leitor na apreensão e interpretação das mensagens, constituindo assim, a forma de seu conceito editorial” (GRUSZYNSKI; CALZA, 2013, p. 204).

1.1.1.1 Projeto gráfico

O projeto gráfico é um conjunto de diretrizes que determina a configuração visual da revista durante o ciclo periódico de edição. O projeto garante regularidade visual no conjunto das edições, corroborando com “o projeto editorial [...] seu posicionamento junto ao mercado e aos receptores, sua identidade, periodicidade, materialidade e produção” (GRUSZYNSKI; CALZA, 2013, p. 208). Diferente de projetos gráficos para outros tipos de artefato gráfico que respondem a demandas pontuais e não seriadas, “o projeto gráfico deve ser flexível o suficiente para acomodar [...] mudanças e, ao mesmo tempo, suficientemente estruturado para assegurar uma identidade visual [...]” (FETTER, 2011, p. 18).

A necessidade de revisão do projeto gráfico nos dias de hoje acontece com mais frequência. Para Scalzo (2011, p. 69), existem ciclos visuais que as revistas devem acompanhar para não parecerem anacrônicas e, ao mesmo tempo, tomar cuidado com modismos que tendem a homogeneizar o visual das revistas. No cotidiano da revista, modificações pontuais são feitas constantemente durante as edições para ajustar uma nova seção, corrigir falhas eventuais ou para renovações visuais mais sutis. O designer Oga Mendonça,¹⁷ ex-editor de arte na revista *Info*, revela que, de três em três meses, a tipografia auxiliar era substituída para renovar o visual da revista. Em algumas ocasiões, a renovação do projeto gráfico serve para marcar grandes mudanças editoriais, mudanças dos editores e emprego de novas tecnologias de reprodução:

¹⁷ Em entrevista concedida a mim em 11 jul. 2014.

Nesse sentido, os redesigns radicais são evitados e usados apenas como estratégia de marketing quando se torna aconselhável anunciar uma grande mudança, redirecionando a publicação ou apenas renovando-a para o público cativo. A atualização a cada edição, se feita com cuidado, revigora o projeto e corrige as inadequações, readequando a revista e alinhando-a com a evolução do segmento ao qual se dirige (FETTER, 2011, p. 40).

Outro aspecto da seriação é que as revistas têm a capacidade não apenas de refletir tais mudanças, mas também de inaugurar tendências gráficas (LESLIE, 2003). Foges (1999) afirma que revistas são consideradas espaços para a experimentação visual e que, eventualmente, viram referência para outros designers, citando a revista de *Ray Gun*, projetada por David Carson, que circulou de 1992 a 2000.

Considerando que a identidade se constitui a partir de sua materialização, todos os elementos que compõem a revista têm influência sobre sua identidade. Os principais operadores da identidade visual da revista são a capa, a grade construtiva, o espaço de página, o conjunto tipográfico, a paleta de cores e o estilo das imagens (GRUSZYNSKI; CALZA, 2013).

1.1.2 Organização do espaço gráfico

Organizar o conteúdo em uma ordem que estabeleça ritmo à leitura, valorize as partes mais importantes e diferencie matérias demarcando o espaço de cada uma é uma das funções do designer. A organização da revista ajuda o leitor a encontrar as matérias, a associar rapidamente informações sobre um mesmo assunto como uma matéria única e distinta das demais.

A organização da revista se dá em diferentes níveis. Há aquele que opera na revista como um todo, tornando um conjunto de unidades de informação (matérias, seções e colunas) um todo coerente; e, no nível da página, compondo com elementos gráficos textuais as unidades de informação. A página é o espaço mínimo de informação que deve funcionar por si, compondo unidades de informação em coerência com o todo.

A organização do espaço gráfico visa ao posicionamento dos elementos verbais e visuais no plano do papel ou da tela, com a finalidade de proporcionar compreensibilidade das informações, separando conteúdos diferentes, associando elementos relacionados ao mesmo assunto, tornando a leitura confortável, e a página agradável, bonita e cativante.

1.1.2.1 Formato da revista

A definição do formato da revista é o ponto de partida para o desenvolvimento da estrutura do projeto gráfico. A partir da largura e da altura da revista se estabelecem a margem, a grade construtiva, as relações dos espaços positivos e negativos, o tamanho dos elementos

textuais e das imagens. O formato também tem parte da construção da identidade da revista, sendo função e propósito estético itens considerados em sua definição. Revistas femininas, visando aumentar o número de vendas, reduziram seus formatos para caber na bolsa de uma mulher (SCALZO, 2011). Em grandes formatos, revistas podem impor certo status, assim como privilegiar imagens ou ter mais espaço para o texto. Alguns segmentos têm formatos convencionados e fugir deles pode causar estranheza no leitor.

Nas revistas digitais para tablet (RDT), o formato é imposto pelo tamanho da tela do dispositivo de acesso. Com a diversidade de tamanhos de dispositivos disponíveis no mercado e a necessidade de atingir o maior número possível de leitores, estabelecer um formato de revista fixo é uma tarefa inglória que demanda criar um projeto gráfico para diferentes dimensões de tela. Ao mesmo tempo, como o leitor acessa diferentes revistas pelo mesmo tablet, uma das consequências, afirma Jeremy Leslie, é que elas acabam ficando muito parecidas, pois vão ter o “mesmo tamanho e acabamento brilhante” (apud CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014, p. 124).

Ao pensar o espaço da página diferente do papel, notamos algumas questões. A página deixa de ser um conjunto íntegro de lâminas de papel para ser um produto em que as páginas são reproduzidas discretamente sob a mesma superfície. O primeiro efeito disso é o fim da página dupla, que era resultado da encadernação que formava uma dupla visível de páginas espelhadas. Com isso, uma série de configurações em função dessa relação deixa de fazer sentido, como os valores diferentes para as páginas esquerda e direita, pois não há mais essa diferenciação.

Na interface do tablet, não há uma restrição clara dos limites da página. O espaço de página, considerando a página um conjunto de elementos que a compõe e a delimita como tal (elementos paratextuais com numeração de página e chapéu, as margens, linhas gráficas que formam uma moldura, contribuem para tornar a folha uma página), pode extrapolar o espaço visível da tela. Isso pode ser acessado ao mover a página em qualquer direção, gesto de pinçar para reduzir ou ampliar o espaço visível ao mudar a escala dos elementos.

As noções de dentro e de fora da publicação e de tempo também não são tão claras. Conectado à internet, é possível acessar websites com outras reportagens, assistir a vídeos por *streaming* (prática comum para economizar espaço de armazenamento na memória do tablet), ler notícias da revista publicadas naquele instante em redes sociais e websites fora da revista. Ou, de modo oposto, compartilhar reportagens da revista em redes sociais, fragmentando a edição periódica em unidades de matérias que fluirão no tempo do compartilhamento dos leitores.

A equipe que projetou a primeira edição para tablet de *Wired*, que depois serviu de laboratório para o desenvolvimento do Adobe DPS, o mais comum entre as revistas de grande circulação, estabeleceu quatro tipos de tela para as revistas digitais para tablet (RDT) (CLARK; BRANDT, 2012, p. 647):

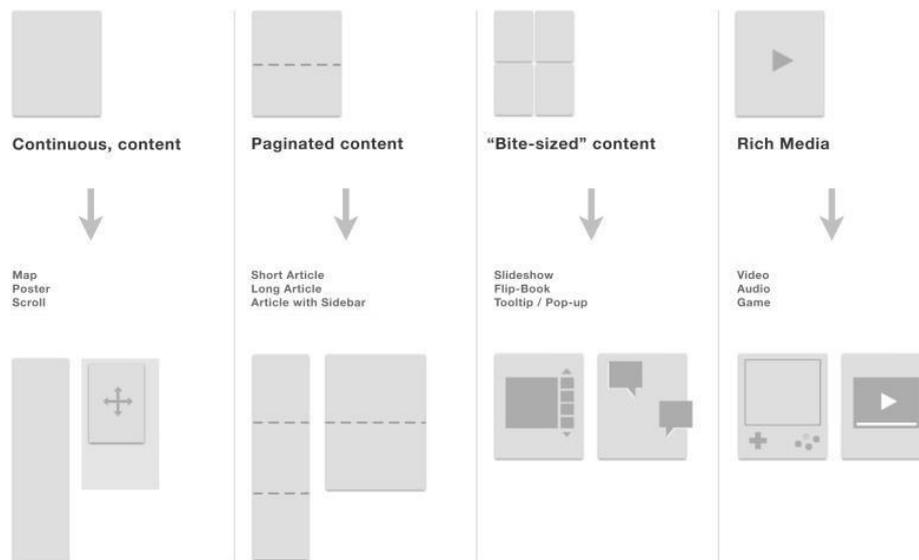
Conteúdo contínuo: telas com rolagem vertical fluida. Usuários navegam nesse conteúdo como navegam em uma página de web no navegador.

Paginado: telas que são exatamente do tamanho do dispositivo. Usuários pulam entre páginas ao rolar em vez de se mover fluidamente através do conteúdo que não cabe na tela.

Bite-sizes (pedaços, bloquinhos): normalmente apresentam conteúdos interativos em partes da tela que podem mudar, enquanto o restante permanece intacto (por exemplo, *slideshow*, *flip book*).

Mídia enriquecida: telas que apresentam mídia, como vídeos, áudio ou jogos.

Figura 1. Tipos de tela de revistas projetadas com o Adobe DPS



Fonte: CLARK; BRANDT (2012).

1.1.2.2 Grade construtiva

A principal técnica de organização desses elementos é a grade, uma malha invisível composta de linhas horizontais e verticais que orientam o posicionamento dos elementos gráficos textuais em uma página. O cruzamento dessas linhas estabelece espaços vazios, entrecolunas, módulos e margens.

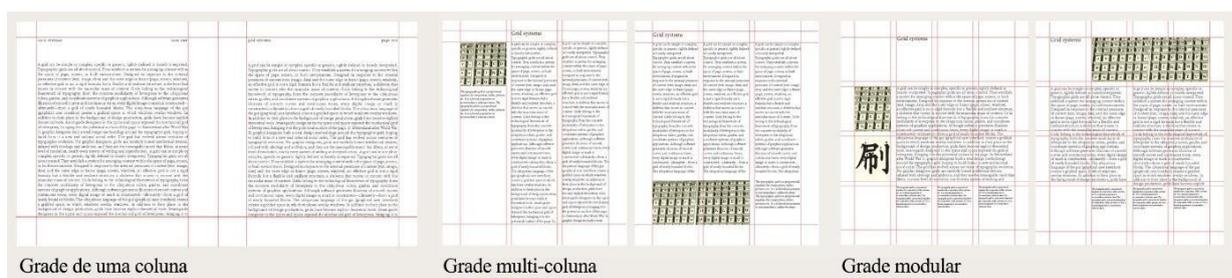
A grade “possibilita a ordenação racional do espaço dos elementos no projeto gráfico, conferindo um sentido de continuidade, ordem e unidade às edições de uma publicação seriada, reforçando a sua identidade, mesmo com a constante alteração de seus conteúdos” (GRUSZYNSKI; CALZA, 2013, p. 211).

Segundo Lupton e Phillips (2008, p. 175), “uma grade bem-feita incentiva o designer a variar a escala e o posicionamento dos elementos, sem precisar contar apenas com julgamentos arbitrários e caprichosos”. Entretanto, a grade não pode ser pretexto para um leiaute amarrado e dependente. Saber construir uma boa grade é tão importante quanto saber quando é necessário rompê-la para provocar sentidos no leitor.

Existem alguns tipos de grade, de uma ou mais colunas, modulares, flexíveis ou rígidas, móveis ou estáticas, simétricas ou assimétricas, dependendo da maneira como a revista vai se expressar e do tipo de conteúdo. Periódicos semanais, por exemplo, seguem estruturas pré-formatadas em função do pouco tempo de diagramação. Revistas mais despojadas, que dialogam com jovens, por exemplo, podem seguir composições menos estruturadas. Cabe ao designer julgar o nível de utilização da grade de acordo com o tipo de revista, o perfil do leitor e o tipo de conteúdo apresentado. As grades mais comuns são (LUPTON, 2010, p. 178-199):

- *Grades de uma coluna*: mais simples, uma coluna cercada pelas margens. É a configuração mais comum de livros de texto, como romances. O texto domina a página.
- *Grades multicolunas*: duas ou mais colunas oferecem configurações mais diagramáticas e flexíveis, adequadas para formatos de publicação com uma hierarquia complexa ou integram textos e ilustrações.
- *Grades modulares*: projetos mais complexos que envolvem grande quantidade de textos e imagens, associados a dados volumosos (tabelas e formulários), exigem mais precisão na construção da malha organizacional, podendo-se optar pela grade modular. Quanto mais módulos tiver a grade pelo cruzamento de linhas verticais e horizontais, mais flexível será. A vantagem de regular a coluna por módulos é a flexibilidade de sua constituição, bem como a possibilidade de movimentação de acordo com a relação entre todos os elementos que compõem uma matéria.

Figura 2. Tipos de grade mais comuns



Fonte: Lupton (2010, p. 178-199).

Em RDT, é possível diagramar em duas orientações, exigindo a existência de duas grades distintas para dispor o mesmo conteúdo. A revista *Bloomberg Businessweek* apresenta uma composição em uma coluna na disposição vertical e em três colunas na horizontal.

O texto disposto em uma coluna assimétrica é a configuração mais comum em revistas digitais, acompanhado de uma coluna falsa para dispor elementos de apoio. No entanto, em geral, isso não quer dizer que a grade seja de uma coluna. A coluna falsa entrega a modularidade da configuração. Em sua dissertação de mestrado, Cunha (2011, p. 104) já apontava como uma das tendências em revistas semanais um “grid menos flexível e [as revistas] mantêm o mesmo fluxo de colunas na maioria das páginas, de modo a facilitar a distribuição dos elementos na diagramação num curto período de tempo que é exigido pela circulação”.

1.1.2.3 Hierarquia tipográfica

Hierarquia é a ordenação dos elementos em diferentes escalas, estabelecendo uma ordem de importância e clara distinção de seus propósitos no leiaute. Distingue o que é mais importante na página daquilo que é secundário ou complementar e cria pontos de atenção para onde o leitor vai mirar primeiro ao alcançar a página. Uma hierarquia bem-estabelecida facilita a leitura e a capacidade do leitor de rastrear e varrer informações, sabendo onde entrar e onde sair de uma informação (LUPTON, 2010).

A hierarquia deve ser aplicada com consistência ao longo do texto para que o leitor reconheça o sentido de cada padrão no leiaute. Em revisas, reportagens principais e reportagens secundárias, podem ser distinguidas pelo número de elementos de entrada (título, subtítulo, lide, imagens etc.) e por importâncias diferentes na hierarquia (título da reportagem principal maior que o da secundária). A variação dos sinais que marcam a hierarquia é diversa. Lupton (2010, p. 132) afirma que o sinal pode ser espacial (indentação, entrelinha, posição) ou gráfico (tamanho, estilo, cor). É preciso haver equilíbrio entre uma hierarquia com muitas (por exemplo, título 1, 2, 3, 4, 5) ou poucas escalas (título e texto). Em ambos os casos, por motivos diferentes, a ordenação fica pouco clara e perde o sentido.

1.1.3 Atração e retenção

O comportamento do leitor tanto em revista quanto em websites é primeiro varrer e surfar em busca da informação. Para Black (2006), se não for dada nenhuma informação ao leitor rapidamente, ele não absorve nada (apud HELLER; VIENNE, 2006, p. 6).¹⁸

¹⁸ No original: “In magazines and on Web sites, people skim and surf. If you don’t give them something quickly, they absorb nothing.”

White (2006) chama as técnicas para atrair a atenção do leitor de indução. Segundo o autor, “as pessoas resistem a se envolver, ponderando custos/benefícios do esforço e tempo investidos em relação ao resultado que podem obter” (WHITE, 2006, p. 9). O leitor começa a folhear buscando algo que lhe interesse. A função do designer é inserir as “iscas” para fisgar a atenção do leitor e não deixar que ele escape. White (2006) estabelece dois tipos de isca:

- *Pista rápida*, em que se mostra o valor da mensagem apresentando os trechos mais significativos.
- *Pista lenta*, em que se aprofunda na notícia para o leitor continuar interessado na história e não saltar para a próxima.

Essas pistas se conformam pelos elementos paratextuais (títulos, subtítulos, bigode, olho, legendas, boxes), imagens, gráficos e tabelas, com a composição desses elementos considerando hierarquia, posição e arranjo. O intuito é fazer o leitor assimilar rapidamente a informação para que ele não pense duas vezes, para que entenda do que se trata o assunto e por que a leitura é relevante.

White (2006) aponta três estratégias psicológicas para atrair e manter o leitor na leitura. A primeira é apresentar aquilo a que as pessoas estão acostumadas. O que é familiar é uma zona de conforto para o leitor. Tratar sempre de conteúdo novo, mas sempre sobre o mesmo assunto, posicionar seções nos mesmos lugares em que o leitor sabe que vai encontrar, tudo isso são modos de operar com o hábito. A segunda estratégia é lidar com expectativas; é o inverso da anterior. Sempre buscar o novo para surpreender o leitor. A terceira é produzir curiosidade. Uma capa, por exemplo, que antecipa para o leitor, por meios visuais e verbais, de modo truncado e sem entrar em detalhes a fim de despertar a vontade do leitor de abrir a revista só para ler a matéria.

1.1.4 Imagens e multimídia

Revistas operam um jogo entre texto e imagem (FOGES, 1999) (aqui entendido em sentido amplo de representações visuais contidas em uma moldura imaginária: fotografias, ilustrações, diagramas, mapas, vídeos, animações, para diferenciar de elementos gráficos compositivos, como linhas, planos, ícones, símbolos etc.), a imagem complementando o texto, o texto como complemento de imagens ou ambas operando de modo insolúvel. Na produção de sentido do design da notícia, ver e ler são processos complementares, “de modo que figuras poderiam ser lidas e as palavras corresponderiam a objetos da visão” (GRUSZYNSKI, 2011, p. 137-149).

Por mais que tenhamos uma mídia que seja a justaposição de mídias aparentemente dissociadas, ao mesmo tempo temos uma integração de técnicas e de ferramentas de mídia, mais visível em vídeos e animações que misturam técnicas de tipografia e modelagem tridimensional, por exemplo. Entretanto, essa sensação de separação é aparente. Manovich (2013, p. 253) argumenta que a linguagem é tão ubíqua que é necessário um esforço para lembrar como era antes. A mistura de técnicas e estratégias de produção hoje é proporcionada por um conjunto de ferramentas compatíveis que operam em conjunto e são compartilhadas por quase todos os profissionais de design. O InDesign, que tradicionalmente é uma ferramenta de editoração eletrônica, tem efeitos de manipulação de imagens iguais aos do Photoshop, como produção de sequência de imagens e inserção de camadas interativas. Em quais casos temos a justaposição então? Em blocos de informações indissociados que sejam puramente texto, vídeo ou áudio.

Uma reportagem que se completa na combinação entre vídeo, Google Maps e links externos seria integrada ou justaposta? Acreditamos que, nesse caso, é integrada, pois o discurso está no todo, e não em suas partes. Não é possível compreender a reportagem em seu sentido integral sem cada uma das mídias que a compõem. O texto não é apenas verbal, mas é sonoro e visual. A reportagem de capa da edição de junho de 2015 de *National Geographic* sobre a maconha apresenta, em uma de suas páginas, um vídeo de 15 minutos sobre o assunto. Não se trata de um complemento ao texto; é o texto também. Quando um vídeo integra a composição de página no lugar de uma imagem, acompanhado de legenda e do texto principal, ele não está dissociado da produção de sentido. Reivindica sua posição de relevância na produção de discurso, mesmo que em apoio ao texto.

A narração de reportagem, por exemplo, não é uma reportagem de rádio. É algo diferente: uma narração, quase sempre com a voz do próprio jornalista que a escreveu, pensada para ser lida, muitas vezes em conjunto com fotografias e ilustrações. Ao ouvir a narração literal, perde-se a informação das imagens que a acompanham. De modo mais positivo, é possível pensar em condicionamentos da linguagem narrada sobre a escrita já na produção do texto, ciente de que esse também poderá ser escutado. No contexto de convergência, como já vimos, a informação tem de ser produzida independentemente de sua saída.

De outro modo, um texto pode ser complementado por áudio. Uma música citada em meio ao texto pode ser acionada ao clicar em um ícone inserido entre as palavras no texto. O ícone é do tamanho de um caractere, como se fosse parte do texto, e dispara um áudio com informação complementar ao texto em sentido semelhante ao que uma imagem faz.

1.1.5 Recursos cromáticos

A cor produz sentidos ao pintar textos, imagens, áreas da página e elementos gráficos. Nas relações de combinação e contraste entre cores, espaços podem ser delimitados, elementos podem ser destacados ou escondidos e a identidade da revista pode ser estabelecida, seguindo a paleta da marca. Segundo Gruszynski e Calza (2013, p. 217), “a definição de uma paleta cromática pode se dar de diferentes formas, considerando-se tanto sua combinação com as cores presentes na identidade visual da publicação como aquelas presentes nas imagens”.

A percepção da cor é subjetiva. Cada indivíduo enxerga cores diferentemente de acordo com sua capacidade sensorial (daltônicos enxergam menos cor, por exemplo), com a intensidade, com o tipo da luz ambiente e com a composição das cores vizinhas (um tom claro contra um fundo escuro parece mais claro do que contra um tom claro) (LUPTON; PHILLIPS, 2008). O sentido da cor também é subjetivo e pode trazer diferentes conotações, dependendo do contexto cultural.

As cores têm um papel importante para sinalizar interações e transições; essas últimas associadas ao tempo e ao movimento. Um dos modos de indicar elementos interativos pelo uso consistente de cores para todos os ícones interativos.

Figura 3. Conjunto de ícones da revista *Men's Health*



Fonte: *Men's Health*, jun. 2015.

1.2 Tablets

Apesar da popularização dos tablets impulsionada pelo lançamento do iPad, em 2010, o desenvolvimento do conceito e da tecnologia não é recente. Projetos de dispositivos eletrônicos móveis de leitura existem desde a década de 1950, a exemplo do Styalator, de Tom Dimond, e do Dynabook, concebido por Alan Kay em 1968 no Xerox PARC (CUNHA, 2011). Contudo, foi na década de 1990 que o mercado de tablets teve início. Em 1987, a Apple iniciou seu projeto de tablet, lançando, em 1993, o Apple Newton, o primeiro Personal Digital Assistant

(PDA) com tela tátil. O produto acabou descontinuado em 1998 em virtude de seu alto preço, dimensão e peso para um portátil, problemas técnicos de reconhecimento da escrita manual e o surgimento de PalmPilots e Handspring Visor (FURTADO, 2006, p. 36).

Nos anos 2000, a Microsoft apresenta o primeiro protótipo do que chamou de Tablet PC. A previsão de lançamento era para 2002, mas a Microsoft trabalhou durante toda a década, lançando seu tablet com o nome de Surface em 2012. A grande mudança no mercado de computadores com telas sensíveis ao toque começa em 2007, com o lançamento do smartphone Apple iPhone,

momento que Fling (2009) chama de “era *touch*”. O modelo sem teclados físicos, com grandes telas para visualizar o máximo de informação, ou melhor, telas que ocupam grande espaço do dispositivo, não importando seu tamanho, e trazendo à tona a moda dos aplicativos, pequenos programas feitos para serem rodados em sistemas operacionais específicos para móveis. (NATANSOHN; CUNHA, 2013, p. 142).

No mesmo ano, a Amazon lançou o Kindle, um dispositivo portátil feito exclusivamente para leitura de livros digitais. O grande diferencial está na tecnologia e-ink da tela, que não emite luz, diferente das telas de raios catódicos e LDC. Em poucos anos, o mercado de publicações digitais cresce, trazendo novamente o medo do fim do livro de papel. Em 2011, é lançada a versão *touch* do Kindle.

Agner (2011, p. 9) define tablets como “dispositivos portáteis, com telas sensíveis ao toque, que consistem em mecanismos de *input* de interação por gestos”. A entrada e a saída de informação são mediadas pela tela, por meio de um *input* manual direto, diferente de computadores, cuja interação ocorre através de *input* de mouse e teclado (HINCKLEY; PAHUD; BUXTON, 2010). Para Agner,

o tablet restitui aos leitores o modelo de interação direta que o mouse lhes havia subtraído: o uso das mãos. Ao empregar os dedos e os gestos para interagir e manipular diretamente a informação, [...] os usuários reencontram a oportunidade de uma naturalidade da interação baseada em gestos. (2011, p. 5).

A naturalidade da interação que Agner menciona é um uso maior do corpo para interagir com a máquina, mas ainda é um recurso artificial predeterminado e convencionado. Não existe correspondência direta entre um gesto de entrada e o processamento e a resposta da máquina, senão aquilo que foi preestabelecido.

As características físicas, como formato próximo a um livro (ou revista), pouco peso, tela colorida e manipulação tátil direta, viabilizam um senso de continuidade da revista para o leitor, para a editora e para os anunciantes a partir do desenvolvimento de um formato aproximado ao das revistas impressas. Ao mesmo tempo, propicia novas experiências de

produção textual e uso de revistas, pela entrada de toque, saídas de áudio, tela de LCD colorida retroiluminada, sensor giroscópico, câmeras etc.

A diversidade de características das versões disponíveis no mercado, como tamanho e densidade da tela, peso, processador, memória, sistema operacional, preço etc., muda muito rapidamente, com novas versões e atualizações dos produtos. Cada um desses fatores contribui diretamente na experiência do usuário/leitor com a revista; e quem escolhe o tablet que melhor lhe convém é o consumidor. Essa escolha será decisiva e completamente fora do controle do designer último que produz a revista. Já a edição impressa, por ser um produto íntegro e indissociável, garante ao designer mais controle sobre o resultado da revista.

Tabela 1. Top 5 tablets 2015, segundo a revista *PCMAG*

Nome	Apple iPad Air 2	Acer Aspire Switch 10 E	Getac F110	Microsoft Surface Pro 4	Samsung Galaxy Tab S2 8.0
Tamanho da tela	9.7 pol.	10.1 pol.	11.6 pol.	12.3 pol.	8 pol.
Resolução de tela	2048 x 1536 px	1280 x 800 px	1366 x 768 px	2736 x 1824 px	2048 x 1536 px
Processador	1.5 GHz	1.33 GHz	2.2 GHz	2.4 GHz	1.9 + 1.3 GHz
Sistema operacional	iOS 9	Windows 8.1	Windows 8.1 Pro	Windows 10	Android 5.0
Armazenamento	16, 64, 128 GB	564 GB	128 GB	128 GB	32 GB

Fonte: Adaptado de *PCMAG* (<http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2413145,00.asp>)

Por enquanto, o iPad é prioridade para designers de revistas digitais para tablet (RDT) e é a referência para as pesquisas, já que é o produto mais consolidado entre as classes consumidoras de revistas e um dos tablets de melhor qualidade. Em 2013, porém, o número de tablets Android vendidos em todo o mundo ultrapassou pela primeira vez o iPad, representando 61,9% das vendas no ano. A variedade de marcas, formatos, capacidade e preço com esse sistema operacional atende a um mercado muito mais amplo, que o iPad não alcança (POETER, 2014).

Com a variedade de dispositivos, é cada vez mais difícil produzir RDT por causa de seu formato fixo. Para atingir o maior número de leitores, será preciso produzir leiautes mais flexíveis, que se adaptem a qualquer tela (HEIKKILÄ, 2012b).

1.3 A interação como nova variável do projeto de revistas

Do ponto de vista da interação humano-computador (IHC), interação é um processo de manipulação, conversa, troca, influência entre homem e máquina na execução de tarefas

(BARBOSA; SILVA, 2010). Nesse sentido, parte-se de um objetivo a cumprir, seja ele enviar uma mensagem, processar cálculos matemáticos, seja ler uma revista.

Segundo Preece, Rogers e Sharp (2005), o designer de interação preocupa-se em criar “experiências que melhorem e estendam a maneira como as pessoas trabalham, se comunicam e interagem”. Para Donald Norman (2013), o foco do designer de interação recai sobre como pessoas interagem com a tecnologia: “O objetivo é aprimorar a compreensão das pessoas sobre o que se pode fazer, o que está acontecendo e o que aconteceu” (NORMAN, 2013, p. 5).

O design centrado no usuário – hoje centrado no humano (KRIPPENDORF, 2006; NORMAN, 2013) – é uma abordagem que coloca as necessidades, capacidades e comportamentos humanos em primeiro lugar no projeto. O design centrado no humano é uma referência importante à medida que interfaces se tornam mais complexas ou, ao menos, flexíveis (*softs*), não fixas, mudam de estado para dispor a informação e a interação. Contudo, não utilizaremos essa abordagem na pesquisa. As interações não serão avaliadas do ponto de vista de seu uso, mas sim a partir de sua efetuação na revista. Temos em mente suas premissas, pesquisas de usabilidade disponíveis, mas não executaremos nenhuma pesquisa desse tipo.

As revistas, impressas ou digitais, proporcionam dois tipos de interação. A primeira, entre humano e máquina, é a experiência imediata de uso com a finalidade da leitura. Mirar a chamada na capa, abrir a revista pelo meio, folhear procurando a matéria, escanear o texto com os olhos, concentrar-se em uma imagem, tudo isso são modos de interagir com a revista. No caso de revistas digitais, interagimos com o tablet e através dele, do aplicativo de leitura e da interface da revista propriamente dita, considerando que o tablet não é apenas um dispositivo para revistas, diferente do papel, que, uma vez impresso, se torna revista. No segundo modo de interagir, a revista é a interface entre editor e leitor. Nesse sentido, interação é comunicação entre pessoas.

Para o jornalismo digital, interação é descrita segundo o mesmo duplo sentido, mas relacionada à capacidade de interferência do público sobre a informação. Segundo Cunha e Aragão (2011), a interação pode ser mútua ou reativa. A mútua é aquela em que as ações do leitor causam modificações na informação. Um exemplo bastante comum são os espaços para comentários em blogs. O comentário muda o contexto da informação, trazendo novos sentidos à notícia. Enquanto, na interação mútua, a ação do leitor, embora limitada a um espaço prescrito, cause uma modificação imprevisível, na interação reativa, tanto a alteração na interface quanto seu estímulo são preestabelecidos, não havendo margem para a interferência do leitor. A revista digital caracteriza-se como reativa pela ausência de espaços de interferência do usuário não determinados.

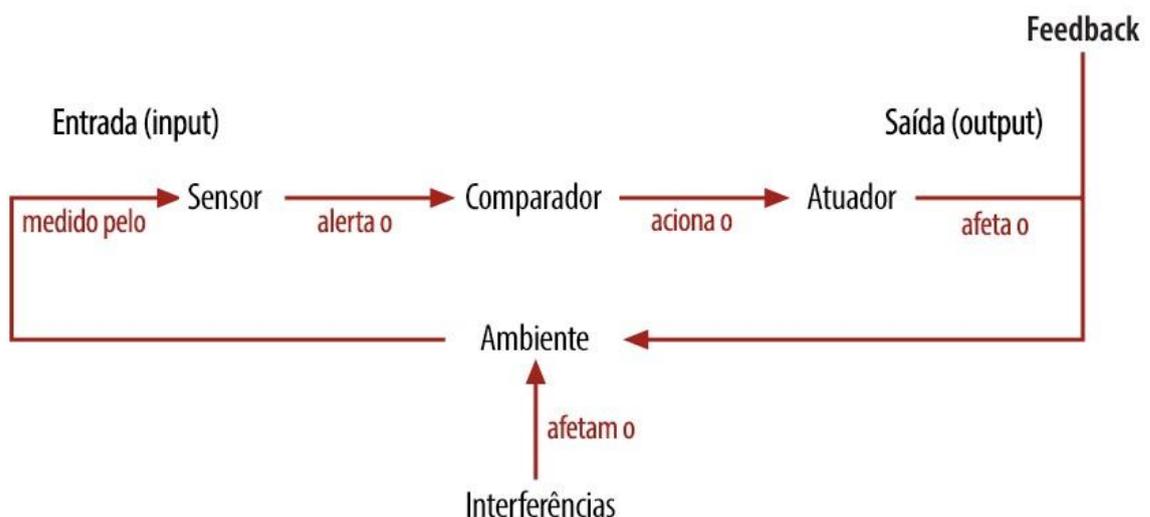
1.4 Interfaces gestuais

As interações são mediadas por interfaces que “compreendem toda a porção do sistema com a qual o usuário mantém contato físico (motor ou perceptivo) ou conceitual durante a interação” (MORAN, 1981 apud BARBOSA; SILVA, 2010, p. 25). O contato físico na interface ocorre por meio do hardware e do software a partir de dispositivos de entrada, como tela sensível ao toque, mouse, teclado e microfone, e dispositivos de saída, como impressora, alto-falante, telas etc. O contato conceitual com a interface envolve a interpretação do usuário daquilo que ele percebe pelo contato físico com os dispositivos de entrada e saída, tomando decisões para suas próximas ações (BARBOSA; SILVA, 2010, p. 26).

Um dos estilos de interface mais conhecidos é o de manipulação direta proposto por Shneiderman. Esse modelo é regido por três princípios: “visibilidade dos objetos e ações de interação; ações rápidas, reversíveis e incrementais; e substituição de comandos por ações de apontar para objetos de interesse” (SHNEIDERMAN; PLAISANT, 2009, p. 174). Um exemplo comum de manipulação direta é arrastar um arquivo para a lixeira. Segundo Saffer, telas sensíveis ao toque e interfaces gestuais levam a manipulação direta a outro nível, pela possibilidade de usar todas as partes do corpo para disparar interações (2009, p. 6).

Existem pelo menos três partes gerais que as controlam: um sensor, um comparador e um atuador (SAFFER, 2009, p. 12).

Figura 4. Componentes básicos de qualquer interface gestual



Fonte: Traduzido de Saffer (2009, p. 12).

Um sensor é um componente elétrico ou eletrônico cujo trabalho é detectar mudanças no ambiente: pode ser pressão, luz, movimento, proximidade, entre outras. O tipo, o tamanho

(das telas sensíveis) e a área de cobertura do sensor determinam os tipos de interação gestual possíveis e/ou mais apropriados (SAFFER, 2009, p. 14). O iPad é um painel de vidro responsivo ao toque que utiliza uma tecnologia capacitiva, ou seja, o sensor capta informações a partir do contato com condutores de eletricidade, como o corpo humano. Além do sensor de toque, o iPad tem sensores de localização (por meio de GPS), de orientação (bússola digital), de iluminação (ajuste do brilho da tela à iluminação do ambiente), de movimento (acelerômetro/giroscópio). A biblioteca de sensores depende sobretudo do suporte dado pelo sistema operacional e do hardware do dispositivo móvel (PALACIOS; CUNHA, 2012).

Quando o sensor detecta uma ação, envia a informação para o comparador, que é o processador, e compara o estado atual com o anterior ou o objetivo do sistema e faz um julgamento. O atuador produz um comando com base na decisão processada pelo comparador. No caso de atuadores digitais, são softwares que determinam o que acontece quando um usuário toca na tela (SAFFER, 2009, p. 16).

Os atuadores emitem sinais através das saídas da interface. No caso dos tablets, a tela e as caixas de som. Pela resposta do comparador ativada pelo atuador, o usuário decidirá como tomar a próxima ação de entrada na interface, completando o ciclo.

Os comandos de interação são convenções gerais estabelecidas principalmente pelos sistemas operacionais. Entretanto, a relação das entradas gestuais e das funcionalidades depende do contexto cultural da mídia, que muitas vezes segue uma lógica que busca imitar interações físicas, como o gesto de rolar ou arrastar para passar uma página. Ainda que a maioria das revistas siga os mesmos padrões, algumas estabelecem interatividade de outros modos. Em *The Economist*, o gesto de pinçar, geralmente associado à ampliação da página, muda o corpo da fonte do texto. Grande parte das revistas apresenta seu estilo de interação em uma página de instruções posicionada no início da publicação.

Resumimos os elementos de interação e navegação¹⁹ mais comuns encontrados nas revistas digitais para tablet (RDT) identificados por Palacios e Cunha (2012), Gurski (2014), Budiu e Nielsen (2011), e Heikkilä (2012b) e o que identificamos com base na exploração de revistas.

1.4.1 Entrada de interação (*inputs*)

- *Arrastar*: arrastar o dedo sobre a superfície da tela.
- *Girar o tablet*: girar 90°, mudando a orientação da tela.

¹⁹ Ver seção 2.5.

- *Pinçar*: com dois dedos pressionados na tela, afastar ou aproximar os dedos.
- *Rolar*: segurar o dedo sobre a tela e depois jogá-lo para o lado.
- *Rotacionar*: com dois dedos pressionando a tela, mover um deles no sentido horário ou anti-horário enquanto o outro serve de pivô.
- *Um toque*: toque rápido do dedo sobre a superfície da tela.

1.4.2 Elementos de interface

- *Ativar elementos multimídia*: botões que ao, serem tocados, disparam áudio, vídeo e jogos.
 - *Botões de compartilhamento*: permitem que o usuário compartilhe a matéria em redes sociais. Entretanto, para acessar o conteúdo, é preciso comprar a revista.
 - *Botões para ler mais conteúdo*: trata-se de um botão “genérico” que pode abrir qualquer conteúdo complementar que esteja oculto.
 - *Enviar e-mail para a redação*: permite ao leitor enviar uma mensagem para a redação, a mesma ideia da carta do leitor. É mais comum o botão estar presente junto à página do leitor ou junto às colunas para entrar em contato com quem assina o texto.
 - *Fechar*: seguindo a mesma convenção da web, o “X” no canto superior direito fecha uma janela ou pop-up que abriu sobre a página.
 - *Galeria de imagens*: conjunto de imagens visualizadas em sequência ao deslizar sobre a imagem ou tocar em setas nas extremidades horizontais.
 - *Girar para ver outro conteúdo*: ao girar o tablet, a página muda de orientação, mostrando um novo conteúdo. Não é possível navegar na posição girada. É preciso retornar para a orientação padrão.
 - *Hiperlinks*: links contidos em títulos na capa, no sumário ou em texto levam o usuário diretamente à página relacionada. O hiperlink pode ativar um navegador para acessar conteúdo externo, como websites.
 - *Informação em tempo real*: o usuário pode consumir o conteúdo de websites e de redes sociais que é atualizado em tempo real.
 - *Janelas pop-up*: ao tocar em uma área sensível, abre uma janela com conteúdo complementar.
- Pan e zoom*: o usuário pode navegar por uma imagem que é maior do que a tela ou ampliar a imagem. Recurso comum em infográficos para ver mais detalhes.

- *Puxadores*: simulam aquelas etiquetas de livros infantis que, ao serem puxadas, revelam uma informação. Localizam-se atrelados às extremidades da tela e, ao serem puxados para dentro da tela, aparece um conteúdo. Em geral, são complementos de informação, muito utilizados em páginas em que a imagem predomina, como ensaios de moda.
- *Rolagem de texto e imagem*: área limitada na tela que contém um conteúdo que não está completo e só pode ser visualizado ao deslizar o dedo sobre a área. O conteúdo nunca é visto por completo, pois, ao deslizar a área, o conteúdo se move junto para revelar sua parte oculta.
- *Seletores*: conjunto de botões que ativam a mesma área apresentando informações diferentes. Comum em infográficos e em mapas para expor alguma explicação.

1.5 Navegação, orientação e sinalização

Em dispositivos hipermidiáticos, a navegação pode ser entendida como uma metáfora do ato de se movimentar no espaço, um espaço contido entre as bordas da tela do computador. Segundo Padovani e Moura (2008, p. 12), navegação é “um processo de movimentação entre os nós de um espaço informacional utilizando links ou ferramentas de auxílio à navegação”. Para navegarmos pela hipermídia, dependemos de um sistema de “ferramentas e mecanismos interligados cuja função vai desde indicar a localização do usuário a cada momento até fornecer uma visão geral da estrutura do sistema” (PADOVANI; MOURA, 2008, p. 18). Sistemas de navegação bem-construídos evitam a sensação de estar perdido, propiciando contexto e permitindo flexibilidade de movimentação.

Segundo Rosenfeld e Morville (1998), criamos ferramentas de navegação para não nos perdermos, seja ao nos movermos em terra, mar, seja pela rede de hipertextos da web. Os autores resumem a utilidade das ferramentas de navegação em três pontos: “traçar nosso caminho, determinar nossa posição e encontrar nosso caminho de volta” (ROSENFELD; MORVILLE, 1998, p. 47). Os três pontos se relacionam com a noção de orientação: saber onde está, saber como ir e saber como retornar ao ponto de partida.

O sentido de localização é construído pelo leitor a partir da distribuição das formas como um todo pelo reconhecimento claro de suas áreas, de uma hierarquia tipográfica que mostre o que é mais relevante e conduza o olho do leitor (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014), mas também existem elementos específicos de sinalização e de orientação para navegar ou acessar mais informações.

1.5.1 Elementos de Sinalização

- *Ícones*: indicam onde tem áreas sensíveis na tela. Um dos problemas comuns é o leitor pensar que a interação está no ícone, como se fosse o botão (AGNER et al., 2012). Nem sempre é o caso. Uma das recomendações é sempre tornar o ícone sensível (como um botão) quando a interação for um toque. Ou utilizar um rótulo para instruir o leitor.
- *Pistas*: elementos gráficos discretos que acompanham a visualidade da página e sugerem interação, sobretudo em *rolagens de texto e imagens*, ou indicam a continuidade da matéria. Manifestam-se como representações de imagens cortadas, *fade* na barra de textos.
- *Numeração de matéria*: como o acesso ao conteúdo se dá por meio de hiperlinks posicionados na capa, no sumário ou nas ferramentas de navegação do aplicativo de leitura, são os hiperlinks que conduzem o leitor diretamente para o que ele quer ler; e, como a navegação é tanto vertical quanto horizontal, a numeração da revista inteira perde sentido. A numeração é individual por matéria, informando o número da página em que está o leitor e quantas páginas a matéria tem no total (por exemplo, 5/14).
- *Rótulos*: são legendas de interação. Estão associados a áreas, botões e ícones, explicando o que se deve fazer (qual entrada de interação; por exemplo, tocar, pinçar, girar o tablet) e o que acontecerá (a saída; por exemplo, ativar um vídeo).
- *Setas direcionais*: orientam o leitor sobre que direção deve seguir para ler a matéria. Também acompanham uma *rolagem de texto ou imagem*.

1.5.2 Elementos de navegação do aplicativo leitor

O aplicativo leitor não faz parte da edição, mas sim do aplicativo. Em geral, é composto de duas barras de navegação com recursos alternativos de acesso ao conteúdo e compartilhamento. As barras ficam ocultas até que o leitor toque em uma área da tela.

- *Miniaturas de página*: carrossel que dispõe as páginas em miniatura lado a lado, apresentando uma visão de contexto da edição.
- *Slider*: barra de rolagem horizontal localizada na parte de baixo da tela. Ao arrastar o dedo pelo controle do *slider*, o leitor move-se rapidamente pelas páginas. O recurso não é recomendado (BUDIU; NIELSEN, 2011), por esse controle de navegação não ser muito preciso.
- *Botão de retorno*: ao tocar no botão, retorna um passo de onde estava. Funciona do mesmo modo que o botão de voltar do navegador.

- *Menu popover com sumário ou coluna de navegação lateral*: o formato é igual; a lista de todas as matérias com título, seção e miniatura. A diferença é que, ao clicar no botão do menu, pode abrir um *popover* sobre a página ou uma coluna que move a página inteira para o lado.

2 PADRÕES DE PROJETO

Neste capítulo, apresentamos o que é a linguagem de padrões proposta por Alexander, Ishikawa e Silverstein (1977) e como esse conceito foi apropriado por outras áreas além da arquitetura. A partir dessa metodologia, outras linguagens surgiram em diferentes áreas de projeto. Destacamos os campos da programação orientada ao objeto e o do design de interfaces, nos quais o emprego de padrões se difundiu tanto na comunidade acadêmica quanto profissionalmente. Com base nesses padrões, apresentamos como serão os padrões para revistas digitais para tablet (RDT), como os padrões serão elaborados e sugestões de como utilizá-los em projetos. Com essa base teórica, descrevemos os padrões no capítulo 4.

2.1 A linguagem de padrões

De modo geral, a linguagem de padrões é uma rede de soluções comuns para problemas recorrentes. Criado pelo arquiteto e matemático Christopher Alexander (ALEXANDER, 1979; ALEXANDER, ISHIKAWA, SILVERSTEIN, 1977), o método tinha o objetivo de potencializar o projeto por meio do compartilhamento de uma linguagem arquitetônica baseada em soluções construtivas que se repetem ao longo das gerações, sempre se manifestando de modo diverso. Alexander (1979) enfatiza que existem muitas soluções para um problema, e o que os padrões descrevem é o que há de comum entre as soluções para determinado problema em dado contexto, ou seja, essa descrição reflete uma busca por invariantes, conforme a designação do autor para soluções construtivas, independentemente da forma presente destas. A invariante não é nem uma abstração de princípios arquitetônicos nem instruções normativas específicas e fechadas; suas instruções são descritas de modo suficiente para que a ideia seja compreensível e possa ser empregada de acordo com a preferência do construtor e do contexto cultural envolvido.

O valor dos padrões não está em si, mas nas inter-relações do conjunto. A linguagem de Alexander apresenta 253 padrões organizados em uma hierarquia, de cidades a mobiliário, que podem ser combinados de inúmeras formas. Cada padrão representa uma unidade de solução e problema em dado contexto, e está conectado a alguns padrões maiores, que são completados por ele; a padrões menores, que o completam; e a padrões do mesmo tamanho à sua volta. A organização dos padrões, portanto, é orientada em categorias que os agrupam e nas relações que os conectam, ambas, nesse caso, regidas por uma hierarquia geométrica.

Assim, por exemplo, o padrão Small Parking Lots (103) (ALEXANDER; ISHIKAWA; SILVERSTEIN, 1977, p. 503) ajuda a completar os padrões maiores: Shopping Streets (32), House Cluster (37), Work Community (41); e se torna completo com os padrões menores: Positive Outdoor Space (106), Tree Places (171), Garden Walls (173), que estabelecem uma delimitação do espaço à sua volta e o integram com mais naturalidade à calçada. Embora, no caso da linguagem de Alexander, essa rede de padrões seja aplicada em sequência no projeto – do maior para o menor –, não existe uma sequência mais correta que a outra, podendo variar as conexões dos padrões conforme as escolhas do arquiteto para resolver a situação projetual em questão.

Os padrões são formulados como instruções, apresentando nome, imagem, o problema, a solução e seus respectivos argumentos. Essas instruções constituem os elementos mínimos que compõem um padrão e que são encontradas em outras linguagens criadas posteriormente.

O padrão de Alexander começa com um número, um nome e uma representação visual. Dar nome é uma das partes mais importantes do padrão. Se o nome não for consistente, diz o autor, provavelmente o conceito do padrão também não será. O mesmo vale para as imagens; só existe um padrão se é possível representá-lo de modo mais concreto. Na sequência, há uma explicação de como estabelecer relações com padrões maiores, que estabelecem o seu contexto. Os padrões listados no texto são sinalizados em capitulares e com o respectivo número entre parênteses.

O início do núcleo do padrão é sinalizado com três asteriscos. O problema é descrito em uma frase curta destacada em negrito, sintetizando a questão a ser resolvida, seguida de longa e detalhada discussão sobre o sistema de forças (tensões de projeto, questões do problema) que emerge do contexto, descritas tanto verbalmente quanto em diagramas. A conjunção “portanto” (*therefore*) separa o problema da solução, que também é descrita em parágrafo curto e destacado a configuração que permite que essas forças se resolvam. Outros três asteriscos fecham o núcleo e, por último, temos a descrição dos padrões menores, que devem ser usados para completar a construção. No exemplo a seguir, as partes mais longas estão resumidas, demarcadas com reticências entre colchetes; a imagem e os diagramas foram omitidos.

103 SMALL PARKING LOTS*

[Imagem arquetipo do padrão]

[...] since a small parking lot is a kind of gateway – the place where you leave your car, and enter a pedestrian realm – this pattern helps to complete SHOPPING STREETS (32), HOUSE CLUSTER (37), WORK COMMUNITY (41), [...]

* * *

Vast parking lots wreck the land for people.

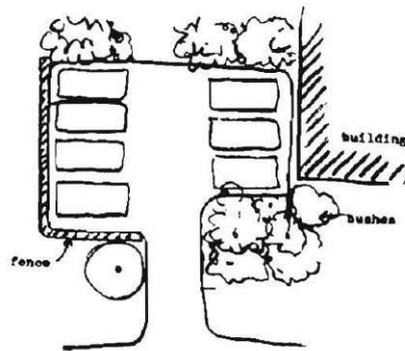
In NINE PER CENT PARKING (22), we have suggested that the fabric of society is threatened by the mere existence of cars, if areas for parked cars take up more than 9 or 10 per cent of the land in a community.

We now face a second problem. Even when parked cars occupy less than 9 per cent of the land, they can still be distributed in two entirely different ways. [...]

[diagrama]

Therefore:

Make parking lots small, serving no more than five to seven cars, each lot surrounded by garden walls, hedges, fences, slopes, and trees, so that from outside the cars are almost invisible. Space these small lots so that they are at least 100 feet apart.



* * *

Place entrances and exits of the parking lots in such a way that they fit naturally into the pattern of pedestrian movement and lead directly, without confusion, to the major entrances to individual buildings – CIRCULATION REALMS (98). [...]

(ALEXANDER; ISHIKAWA; SILVERTEIN, 1977, p. 503-506).

Esse modelo se repete em todos os padrões, conferindo uniformidade e clareza, facilitando sua assimilação. A descrição contém apenas aquilo que é necessário para resolver o problema, buscando não influenciar a escolha do arquiteto. Entretanto, isso não quer dizer que os padrões sejam neutros; cada padrão pode ser visto como uma hipótese: “cara padrão é a nossa melhor aposta para qual arranjo do ambiente físico vai funcionar”²⁰ (ALEXANDER; ISHIKAWA; SILVERTEIN, 1977, p. xv). Conforme os autores afirmam (e reforçam no título do livro), essa é “uma” linguagem, e não “a” linguagem, contando que a partir dela outras surgiriam adaptadas às diversas necessidades de cada indivíduo e contexto.

2.2 Outros padrões: padrões de projeto

Nas áreas de engenharia de software e de design de interface, foram desenvolvidos padrões baseados no método de Alexander considerando não só as especificidades, mas também

²⁰ No original: “Each pattern is our current best guess to what arrangement of the physical environment will work.”

modificando o modo de organização da linguagem de acordo com o contexto da disciplina e os objetivos de uso. Vejamos a tabela a seguir.

Tabela 2. Tabela comparativa entre padrões para arquitetura, programação e interfaces

Autor(es)	Alexander, Ishikawa e Silverstein (1977)	Gamma et al. (2007) [1995]	Tidwell (2011)
Tipo	Linguagem	Padrões de projeto	Padrões de projeto
Disciplina	Arquitetura	Engenharia de software	Design de interface
Categorias de organização dos padrões	Geométrica	Finalidade > escopo	Temática
Relações entre padrões	Dependência hierárquica	Conexões múltiplas	Pontuais não especificadas
Estrutura descritiva dos padrões	Number & name Photograph Upward links Problem statement Explanation Sketch/diagram Solution summary Downward links	Term Pattern Name Intent Applicability Structure Participants Collaborations Consequences Related Patterns	Name Illustration What Use when Why How Examples

Fonte: Adaptação de Waller, Delin e Thomas (2012).

Sob a denominação padrões de projeto (*design patterns*), os padrões ganharam notoriedade no campo da informática, nos anos 1990, entre a comunidade de programação orientada ao objeto (GAMMA et al., 2007 [1995]), sendo tema de discussão em congressos e workshops, propiciando o desenvolvimento de novas linguagens.

Engenheiros de software reconheceram em sua sistemática modos de organizar e catalogar uma grande variedade de configurações de objetos de software de forma modular e fácil de entender, tornando acessíveis soluções anteriores encontradas por outros engenheiros. Nesse sentido, o emprego dos padrões busca registrar boas práticas dominadas por profissionais experientes para o uso comum em uma disciplina em formação, com uma intenção de uso menos ambiciosa do que a linguagem de Alexander. A mudança do nome tem relação justamente com essa perspectiva mais operativa e o reconhecimento de que o modo como o método foi usado não está nos mesmos termos de Alexander, que acreditava que, a partir de uma linguagem, seria possível construir qualquer tipo de edificação.

Os padrões de Gamma et al. (2007) [1995] estão organizados por finalidade: padrões de criação, estruturais e comportamentais; e por escopo: divididos por classes e objetos. Diferentemente da linguagem de Alexander, em que a organização é regida por uma escala

hierárquica, a estrutura para a engenharia de software é mais horizontal, e as relações entre os padrões se estabelecem de formas diversas. Alguns são conectados por atuarem em conjunto, outros por dependência, ou como soluções alternativas, ou citados como semelhantes mesmo tendo intenções diferentes. Gamma et al. tornam explícitos modos de conexão de acordo com a necessidade do projeto e assumem que um padrão não é uma solução invariante do problema, mas sim uma solução bem-sucedida entre outras.

A descrição dos padrões também é diferente, própria das necessidades da programação orientada ao objeto, mas mantendo as questões centrais: nome, solução, problema, contexto e diagrama. Os parâmetros enfatizam o caráter pragmático dos padrões citando nomes alternativos pelos quais o objeto é conhecido, a apresentação em tópicos dos usos (*applicability*), os elementos que o compõem (*participants*), as consequências positivas e negativas de seu emprego, os exemplos de códigos e usos conhecidos. Essas ações tornam os padrões mais palpáveis, auxiliando sua compreensão para emprego efetivo.

O sucesso dos padrões de projeto em engenharia de software chamou a atenção de designers da área da interação humano-computador (IHC) ainda sob o nome de padrões de projetos, bem como de biblioteca de padrões, conceito até mais frouxo de emprego do método, com descrições mais sucintas, muitos exemplos (às vezes somente exemplos) e baixa relação entre os padrões. Granlund, Lafrenière e Carr argumentam que essa simplificação atende às necessidades de designers de interface, que “estão preocupados com aspectos estéticos e sociais, além de funcionais. Eles também querem liberdade para inovar e se expressar” (2001, p. 2).²¹

O foco principal de aplicação das bibliotecas é dispor de soluções já desenvolvidas e estabelecer um vocabulário comum de trabalho em equipes multidisciplinares. Além disso, a velocidade de mudança da tecnologia, assim como a variedade de dispositivos de acesso à informação, exige que as interfaces evoluam no mesmo ritmo, sem perder a consistência para os usuários e garantindo que o “esforço deles esteja focado em acessar o conteúdo, e não em adivinhar a funcionalidade” (WALLER; DELIN; THOMAS, 2012).²² Essas duas questões são relevantes para os padrões para RDT, visto que é um formato em transformação e constante experimentação.

Em primeiro lugar, destaca-se a necessidade de um vocabulário comum em equipes, considerando que, no processo de convergência, a tendência é a unificação da redação, que tem

²¹ No original: “[...] are concerned with esthetics and social aspects as well as function. They also want freedom to innovate and express themselves.”

²² No original: “[...] to ensure that user effort is focused on accessing content rather than figuring out functionality.”

de atender a múltiplas mídias, em que se encontram profissionais de jornalismo, programação, audiovisual, entre outros. A segunda questão diz respeito à consistência da interface, seja na diversidade de dispositivos, seja na mudança rápida de tecnologia, que do mesmo modo tem impacto sobre revistas digitais.

Algumas propostas de linguagem de padrões já foram desenvolvidas para o design de interação, tais como: padrões para interfaces (TIDWELL, 1999; 2011), interações (VAN WELIE; VAN DER VEER, 2003) e interações gestuais (SAFFER, 2009). Destacamos os padrões de projeto de Tidwell, que foram um dos primeiros da área da interação e um dos mais amplos. Para a autora, “padrões são recursos estruturais e de comportamento que melhoram a ‘habitabilidade’ de alguma coisa – uma interface gráfica do usuário, um website, um programa orientado pelo objeto ou um edifício” (TIDWELL, 2011, p. xviii).²³

No entanto, Tidwell afirma que seus padrões não são uma linguagem, porque não seriam um conjunto completo e estruturado como o de Alexander. Nesse sentido, sua compreensão é homóloga ao motivo pelo qual Gamma et al. se referem a padrões de projeto. Ou seja, a proposta de Tidwell, assim como a de Gamma et al., visa a uma operatividade, que se diferencia da linguagem de padrões de Alexander. Esta pressupõe um conjunto completo capaz de projetar aquilo a que se propõe como um todo, enquanto padrões de projeto são um conjunto auxiliar de soluções projetuais que facilitam e qualificam o projeto. Apesar disso, as propostas de Gamma et al. e de Tidwell podem ser vistas como pertencendo ao domínio metodológico estabelecido por Alexander, pois se referem a ele a partir de homologias categoriais. Sendo assim, optamos por denominar padrões de projeto para RDT por seguirem a mesma lógica de uso dos padrões para registrar possíveis soluções de projeto como um recurso auxiliar de projeto e comunicação em equipe.

Destacamos três atributos dos padrões de Tidwell (2011): 1) padrões são concretos, e não gerais, contrapondo abordagens baseadas em princípios de design; 2) são produtos, e não processos; diferentemente de regras heurísticas ou abordagens centradas no usuário, que indicam modos de encontrar a solução, os padrões são possíveis soluções; 3) são relações entre elementos, e não elementos isolados. O padrão está em um conjunto de elementos ou comportamentos; por exemplo: um elemento de caixa de texto não é um padrão, mas a caixa de texto e um botão podem ser; ou o modo como o usuário interage com o programa também pode ser um padrão.

²³ No original: “[...] patterns are structural and behavioral features that improve the ‘habitability’ of something – a user interface, a website, an object-oriented program, or a building.”

Outra abordagem, além das citadas no segundo atributo, a que os padrões de projeto se contrapõem são os guias de estilo de interface. Estes são instruções do comportamento visual da interface, ao passo que padrões se caracterizam de modo mais abstrato, deixando que o designer resolva questões visuais e específicas de acordo com o contexto. Ao se diferenciar dessas abordagens, Tidwell (2011) enfatiza que os padrões não as substituem, mas sim as complementam e que ainda é necessário ter conhecimento sobre questões de design para projetar. Isso também é verdade no caso de revistas digitais.

O terceiro atributo citado por Tidwell reforça mais uma vez que o valor dos padrões está nas relações em todas as suas dimensões, tanto na organização entre padrões quanto entre os elementos que descrevem um padrão. A estrutura de organização é dividida em categorias temáticas que abrangem questões de interface, como arquitetura de informação, navegação e algumas categorias específicas de alguns idiomas.²⁴ Não há uma lógica explícita de relações entre padrões, como as conexões de associação ou alternativa, mas sim apontamentos individuais para conexões. A estrutura descritiva dos padrões preserva os elementos básicos do padrão, mas, ao contrário dos padrões para software, não há item que seja específico do design de interface. A descrição é construída para ser fácil de ser compreendida, dividindo-se em perguntas básicas: o quê? Quando (contexto)? Por quê (problema e forças)? Como (solução)?

2.3 Padrões de projeto para RDT

Apresentamos nesta seção as diretrizes para a proposta de padrões de projeto para revistas digitais para tablet (RDT). Os padrões são organizados em categorias de elementos de interface, sem uma hierarquia geométrica, pois todos se relacionam ao nível da página.

A estrutura do padrão conterá os seguintes itens: nome, modelo esquemático, descrição, contexto, problema, forças, solução, padrões relacionados e exemplos. A descrição apresenta, em linhas gerais, o que é o padrão para facilitar a busca por algum específico. O “modelo” é uma representação da forma e do comportamento do padrão. O “contexto” situa em qual situação o padrão deve ser usado. O “problema” é uma síntese das forças que envolvem o padrão, enquanto nas forças são descritas com mais detalhes e com justificativas as questões que precisam ser resolvidas pela solução.

Na solução, são descritos os modos como o padrão resolve o problema e as forças. Existem dois itens importantes que devem constar dessa descrição para compreendermos o

²⁴ Tidwell (2011) se refere a idiomas como tipos de interface, por exemplo: interface de edição de texto, *mobile*, formulários.

funcionamento do elemento de interação: o estímulo de entrada do usuário – um gesto na tela ou girar o tablet, por exemplo – e a resposta de saída na interface – um som, um efeito de transição, uma mensagem, a visualização do conteúdo etc. A resposta pode ser um conjunto de situações que se complementam: uma saída sonora e visual informando o usuário sobre a mudança de estado da interface e o acesso à informação requerida.

Nos padrões relacionados, listamos as conexões entre os padrões mais comuns encontradas no *corpus* da pesquisa. Sempre que mencionarmos um padrão no texto, este estará acompanhado de seu número (ex.: o padrão “rolagem (2)” é alternativo ao padrão “carta (1)”). Optamos por não estabelecer os tipos de conexão e apenas citar como os padrões se relacionam em cada caso, não limitando as possibilidades de relação.

Por fim, apresentamos alguns exemplos de como o padrão se caracteriza nas revistas. Os exemplos ajudam a explicar os padrões. Contudo, são apenas algumas das possibilidades de configuração da solução, e não a solução em si. É preciso ter isso em mente para não limitar as possibilidades criativas de seu emprego.

2.4 Como descobrir padrões

Muitas linguagens explicam como os padrões devem ser usados em projetos. Não é muito comum, porém, encontrar orientações quanto à descoberta dos padrões. Em *Timeless Way of Building*, Alexander (1979) descreveu como se deu o processo de elaboração de sua linguagem para a arquitetura. Utilizamos essa referência como base para nosso método.

Para Alexander, o padrão é formulado como regra e estabelece “uma relação entre o contexto, o sistema de forças que emerge do contexto e a configuração que permite que essas forças se resolvam” (1979, p. 253).²⁵ Isso quer dizer que, primeiro, é preciso definir a abrangência de contextos em que há o sistema de forças e que a solução apresentada vai trazer equilíbrio para o sistema. No caso de revistas, esse contexto pode ser um local (o sumário), uma situação (o designer quer chamar a atenção do leitor), uma informação (a fotografia e a legenda). Definido o contexto, é preciso tornar explícitas as forças que estão em conflito, e isso precisa ser formulado de modo que fique claro por que a solução do padrão ajuda a resolver esse sistema de forças (ALEXANDER, 1979). O sistema de forças expõe qual o problema que ocorre em determinado contexto, descrevendo os motivos e as condições do problema a ser resolvido. A solução oferece uma forma de resolver o problema, explicando o que deve ser feito, não dando muitos detalhes formais, a fim de que o designer tenha espaço desenvolver a

²⁵ No original: “a relationship between a context, a system of forces which arises in that context, and a configuration which allows these forces to resolve themselves in it.”

matéria de acordo a identidade da revista, as características do conteúdo e as qualidades trazidas pelo projeto.

A descoberta de padrões é um processo empírico baseado em observação, intuição e interpretação. Alexander sugere iniciar a busca observando determinada configuração, separando o que parece bom e ruim, e questionando o que há de comum entre o que é bom e o que está faltando em todos os considerados ruins. É possível perceber a invariante da solução pelos exemplos positivos, que tenham boas soluções, ou pelos exemplos negativos, tentando entender qual é o problema (ALEXANDER, 1979, p. 257-258). Quando se miram as soluções bem-resolvidas, busca-se entender qual é o conflito de forças que é solucionado; e, quando se mira um problema, a reflexão é sobre quais soluções poderiam saná-lo:

Não existe uma ordem determinada do problema para a solução ou da solução para o problema... é um processo global que, ao olhar para todas as direções, podemos tentar identificar uma invariante sólida e confiável que se relaciona com o contexto, o problema e a solução de forma que não possa ser alterada. (ALEXANDER, 1979, p. 257).²⁶

No contexto das RDT, por exemplo, discutimos o processo de construção do padrão a partir de um exemplo. A moldura rolável é um recurso presente nas principais ferramentas de editoração de publicações digitais (Adobe DPS e Mag+) e identificado por pesquisadores como um dos elementos mais usados em RDT (CUNHA; ARAGÃO, 2011; GURSKI, 2014; HEIKILLÄ, 2012b). No Adobe DPS, esse recurso é chamado moldura rolável²⁷ e permite aos usuários rolar para ver mais conteúdo (ADOBE, 2015). Cunha e Aragão (2011) lembram que o recurso se aparenta com a técnica de *iframe* disponível da internet pelo HTML.

Vejamos o exemplo descrito na página de suporte da Adobe: “[...] você pode criar uma página de culinária com a lista de ingredientes e as instruções. Em vez de virar a página para ver o conjunto completo de ingredientes e instruções, o usuário pode usar o rolar (ADOBE, 2015)”.²⁸

Nesse contexto, o designer está diagramando a página de uma receita de comida e tem uma fotografia que vai “dar água na boca” do leitor, porém a receita é longa, e o designer tem de conciliar a imagem que deverá ter mais destaque e o texto que não cabe na página, sem ocupar uma grande coluna ou até mais de uma coluna.

²⁶ No original: “The process of observation does not proceed in linear fashion from the problem to the solution, nor from the solution to the problem... it is a global process, in which, by any means we can, looking at the matter from all directions at once, we try to identify a solid and reliable invariant, which relates context, problem, and solution, in an unchanging way.”

²⁷ *Scrollable frame* no original (ADOBE, 2015).

²⁸ No original: “[...] you can create a cooking page with a list of ingredients and a set of instructions. Rather than turning to the next page to see the full set of ingredients or instructions, users can swipe to scroll.”

O exemplo expõe a possibilidade de dispor dois conteúdos simultaneamente na tela, mantendo um deles sempre visível. O elemento principal da página é a fotografia da receita, que tem forte poder de atração sobre o leitor, enquanto o texto é secundário e tem caráter instrucional. Ao deslizar a moldura para observar a lista de ingredientes e o passo a passo, avalia-se o grau de dificuldade para executar a receita. Enquanto isso, a fotografia do prato está sempre visível a fim de tentar convencer o leitor de que vale o esforço de cozinhar.

Nesse exemplo, a moldura rolável soluciona o problema de manter um elemento principal sempre visível e, ao mesmo tempo, dispor informações secundárias no mesmo plano, sem que estas se sobressaiam e/ou o sobreponham.

Identificamos nas revistas situações semelhantes de emprego do elemento. Na Figura 5, o texto é restrito a um pequeno espaço da página em que uma imagem se sobressai. Os textos aqui não são propriamente secundários, mas têm menos importância ou apelo no conjunto da revista.

Na matéria sobre a cafeteira Bialetti, um ícone do design italiano, símbolo de café e excelente cafeteira, a fotografia quase “fala por si” por seu apelo visual e comercial. O texto fala do artefato representado pela fotografia, e não o contrário, quando a fotografia complementa o texto.

Figura 5. Dois exemplos em que a imagem tem destaque sobre o texto inserido na moldura rolável



Fonte: *National Geographic*, jun. 2015; *Wired*, ago. 2014.

A solução poderia ser descrita como “demarque uma área na página não muito extensa e utilize o restante do espaço para dispor o conteúdo principal da página. Insira um conteúdo que seja maior que área da moldura. As informações ficam emolduradas em uma área em que as somente uma parte do conteúdo está visível. Determine em quais direções a moldura vai rolar”. A moldura, nesse caso, é um elemento organizador que estabelece uma hierarquia no

leiaute. A formulação final do padrŁo ainda depende de quais estŁmulos sŁo os mais comuns para a aŁŁo: “o movimento da moldura Ł acionado pelo gesto de deslizar ou arrastar na horizontal, na vertical ou em ambos os sentidos, o que Ł mais incomum”.

Budiu e Nielsen (2011) afirmam que a falta de elementos que identifiquem as molduras rolŁveis prejudica o reconhecimento pelo usuŁrio de que existe mais contŁdo para ser visualizado. Recomendamos alguns padrŁes relacionados referentes a sinalizaŁŁo para indicar a Łrea de interaŁŁo e o que deve ser feito: “A sinalizaŁŁo Ł feita a partir de um rŁtulo (7) informando a aŁŁo e/ou com elementos grŁficos como setas direcionais (6) indicando a direŁŁo que o contŁdo move”.

Figura 6. RŁtulo indicando a aŁŁo



Fonte: *Wired*.

O que descrevemos acima Ł um esboço do padrŁo que poderia se chamar moldura rolŁvel, nomeando o padrŁo pelo elemento que o soluciona. O padrŁo em sua formulaŁŁo final serŁ apresentado no capŁtulo seguinte.

2.5 Como usar os padrŁes

Os padrŁes de projeto foram elaborados para fornecer soluŁŁes existentes para a configuraŁŁo de revistas digitais para tablet (RDT). Os padrŁes trazem questŁes comuns de projeto que devem ser consideradas ao se elaborar a publicaŁŁo. A recomendaŁŁo inicial Ł ler todos os padrŁes para ter uma visŁo geral. Fica mais fŁcil para recordar as consideraŁŁes na hora de escolher o padrŁo que melhor se encaixa no projeto.

Por exemplo, se o designer estiver fazendo uma matŁria que tenha fotografias de qualidade, o padrŁo de pŁgina mais adequado mais recomendado carta (1) para haver controle sobre os intervalos de tela que o leitor estŁ vendo e, nesse espaço, poder dar destaque para as fotografias e dividir o texto em colunas. Se a matŁria for muito longa, Ł possŁvel inserir setas direcionais (6) no canto inferior direito a fim de guiar o leitor, e, ao final, um botŁo de ir para o topo (20). Para dar destaque total Łs imagens, o designer pode considerar utilizar a legenda

oculta (16) acionada com um discreto botão de saiba mais (18) posicionado no canto superior da fotografia.

Apresentamos uma situação comum em RDT considerando uma matéria longa e tipos de conteúdos diferentes. Nada impede que a escolha do padrão seja o oposto. Existem espaços deixados propositalmente para o designer preencher conforme for mais adequado a seu contexto. Parte da configuração da página não está no padrão, pois os padrões não têm forma definida. Ao empregar um padrão em um projeto específico, ele ganhará formas concretas sempre diferentes, mas ainda mantendo seu espírito.

O designer pode selecionar os padrões que mais lhe interessam e construir sua matéria, bem como, a partir dessa seleção, adaptar os já existentes ou criar novos padrões que lhe sirvam melhor. A capacidade generativa é o que justifica porque Alexander denominou seu método de linguagem.

3 PADRÕES DE PROJETO PARA REVISTAS DIGITAIS PARA TABLET

Neste capítulo, é apresentada uma proposta de padrões de projeto para revistas digitais para tablet (RDT) com base nas questões de design explicitadas no capítulo 2 e na descrição do método dos padrões de projeto apresentada no capítulo 3. Descrevemos o roteiro da pesquisa e o *corpus* das revistas que vamos analisar para elaborar os padrões. Foram desenvolvidos 20 padrões considerando quatro grandes áreas relativas a elementos de interface: 1) formato de tela; 2) conteúdos interativos; 3) sinalização; e 4) orientação e botões.

3.1 Roteiro de pesquisa

Os padrões de projeto foram elaborados com base em pesquisas sobre revistas digitais para tablet (RDT), literatura sobre design editorial, análise de RDT e bibliotecas de padrões já existentes, com proximidades projetuais – por exemplo, padrões para design de interface de Tidwell (2011).

Em um primeiro momento, partimos da observação assistemática e exploratória de ênfase qualitativa com o objetivo de conhecer o objeto para estabelecermos uma problematização da pesquisa. Ao relacionarmos a observação e a revisão bibliográfica, fizemos um levantamento preliminar dos elementos de interação, navegação e multimídia mais comuns encontrados em revista, que serviu de referência para a segunda etapa.

Para a elaboração dos padrões, escolhemos um *corpus* para análise (ver seção 4.2) seguindo o método para elaboração de padrões (ver seção 3.4), observando em particular o comportamento dos itens identificados no levantamento preliminar. Ou seja, nessa proposta preliminar, relacionamos nosso levantamento com os resultados de outras pesquisas sobre as interfaces interativas de RDT a fim de complementar o padrão com recomendações de usabilidade e comentários quando pertinente.

3.2 *Corpus*

Na etapa exploratória, buscamos revistas por meio de diversas fontes, sem um critério específico. O objetivo era conhecer a diversidade das revistas digitais para tablet (RDT). Todas as revistas observadas estão disponíveis na Apple Appstore brasileira; entretanto, não nos restringimos a revistas brasileiras, pois o objetivo é captar questões de design de ordem geral, e não analisar a produção local.

No estabelecimento do *corpus* da pesquisa, seguimos os critérios de qualidade e diversidade. Para atendermos ao primeiro critério, selecionamos revistas de grande circulação reconhecidas por sua qualidade editorial e que investem na produção das RDT e/ou revistas em que a edição para tablet foi premiada. Já a diversidade – segundo critério – foi alcançada reunindo revistas de diferentes segmentos, periodicidade, revistas que priorizam texto, revistas que priorizam imagens e aquelas cujo projeto gráfico é de origem impressa ou é nativo do tablet. Essa amostragem visa ter uma visualização geral das RDT, pois os padrões não se direcionam a nenhuma tipologia de revista específica.

Restringimos o *corpus* para a viabilização da pesquisa, no tempo disponível, selecionando um total de 12 títulos. Como nem sempre uma edição apresenta todos os recursos utilizados, que variam também com o tipo de conteúdo, foram analisadas edições de cada marca entre 2014 e 2015 que tinham o mesmo projeto gráfico, visto que uma súbita mudança acarretaria variações no estilo de interação da mesma revista. Fugimos do *corpus* para apresentar alguns exemplos quando consideramos relevantes para o esclarecimento do padrão.

Semanais de notícias

Bloomberg Businessweek

Edições de 30 de junho de 2014 e 1º junho de 2015.

2011 Mobile Excellence Awards; 2011 World Association of Newspapers & News Publishers; 2012 Webby Award

Time

Edições de 30 de junho de 2014 e 29 de junho de 2015.

Masculinas

Esquire

Edições de junho-julho de 2014 e maio de 2015.

2011 National Magazine Award – Best Mobile Edition

GQ

Edições de agosto de 2014 e agosto de 2015.

2013 Digital Magazine Award – Best Men’s Lifestyle

Moda

Stylist

Edição de 3 de dezembro de 2014.

2015 Digital Magazine Award – Best Fashion Magazine

Harrods

Edição de julho de 2015.

2014 Digital Magazine Award – Best Fashion Magazine

Tecnologia

Wired

Edições de agosto de 2014 e junho de 2015.

Ellie Awards 2012

Revistas baseadas em imagem

Olive

Edição de julho de 2015.

2014 Digital Magazine Award – Best Food and Drink

National Geographic

Edições de maio de 2014 e junho de 2015.

Ellie Awards 2012

Revista baseadas em texto

The New Yorker

Edição de agosto de 2014.

Nativas

Bande a Part

Edições de julho de 2014 e maio de 2015.

2014 Digital Magazine Award – Best Film, TV & Entertainment

Katachi

Edição de outubro de 2012.

2013 Digital Magazine Award – Best Fashion Magazine

3.3 Listagem dos padrões

Formatos de tela

Cada padrão apresenta um comportamento da tela diferente. A escolha da tela define a forma do espaço visual e como ele se comporta com a interação do leitor. Cada formato proporciona condições diferentes para a configuração conforme o conteúdo disponível e a intenção do designer.

- 1) Carta.
- 2) Rolagem.
- 3) Modal de mídia.
- 4) Navegador restrito.

Sinalização

Elementos de auxílio à navegação e de orientação que mantêm o leitor informado de onde ele está e para onde deve ir.

- 5) Chapéu.
- 6) Setas direcionais.
- 7) Rótulo.
- 8) Numeração de matéria.
- 9) Pistas gráficas.

Conteúdos interativos

São elementos de interação que lidam com o conteúdo. Podem ser usados para agrupar, organizar, informar, entreter e atrair a atenção do leitor.

- 10) Seletor.
- 11) Sequência de itens.
- 12) Moldura rolável.
- 13) Pan e zoom.
- 14) Orientação contextual.
- 15) Puxador.
- 16) Legenda oculta.
- 17) Caixa de notícias.

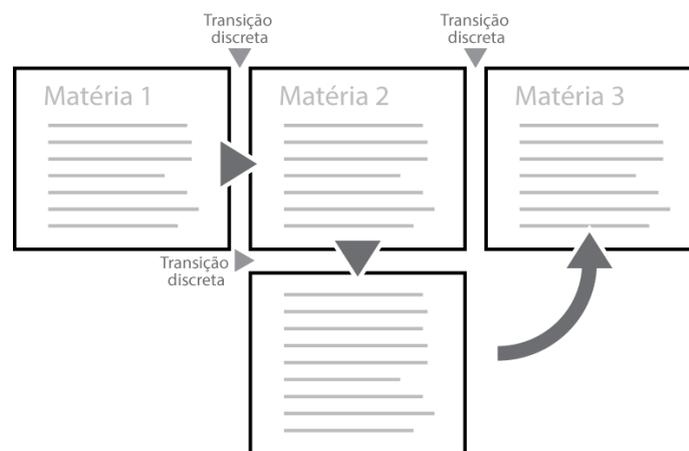
Botões

Botões básicos para acesso à informação e navegação.

- 18) Saiba mais.
- 19) Narrador de reportagem.
- 20) Ir para o topo.

3.3.1 Formatos de tela

(1) Carta



Descrição

Cada página é um intervalo fixo em que as dimensões equivalem ao formato da tela. O conteúdo é adaptado ao formato da página. Junto com o padrão rolagem (2), são os modelos de tela principais das revistas usados ao longo de toda a publicação.

Contexto

É quando se almeja fazer um leiaute marcante e diagramações mais complexas a fim de diferenciar as matérias principais da revista e/ou uma matéria com imagens e infográficos que foram bem-produzidos.

Problema

Como ter certeza de que a página será vista pelo leitor exatamente como foi diagramada?

Forças

Cada página equivale à dimensão da tela. Sendo assim, o leitor visualiza a página exatamente como o designer planejou a composição. É diferente da página em rolagem (2), em que a noção de página extrapola as dimensões da tela, e o leitor precisa rolar para ver o restante da página, como em um pergaminho.

O formato possibilita que textos longos sejam diagramados em uma grade de colunas e quebrados em diversas páginas.

O padrão carta é a metáfora da página impressa, mas sem a relação da página dupla e sendo possível navegar tanto no sentido vertical quanto no horizontal.

Quando as RDT são uma adaptação do impresso para o digital, podem “sobrar” áreas vazias porque há mais páginas do que conteúdo para preencher o espaço. Essa é uma formatação desleixada, que desvaloriza as RDT.

Solução

A área da tela é um intervalo fixo de página. Ao rolar o dedo, a página passa inteiramente para o intervalo seguinte. Na transição rápida, cada página é a sequência da outra. A carta pode correr tanto na horizontal quanto na vertical.

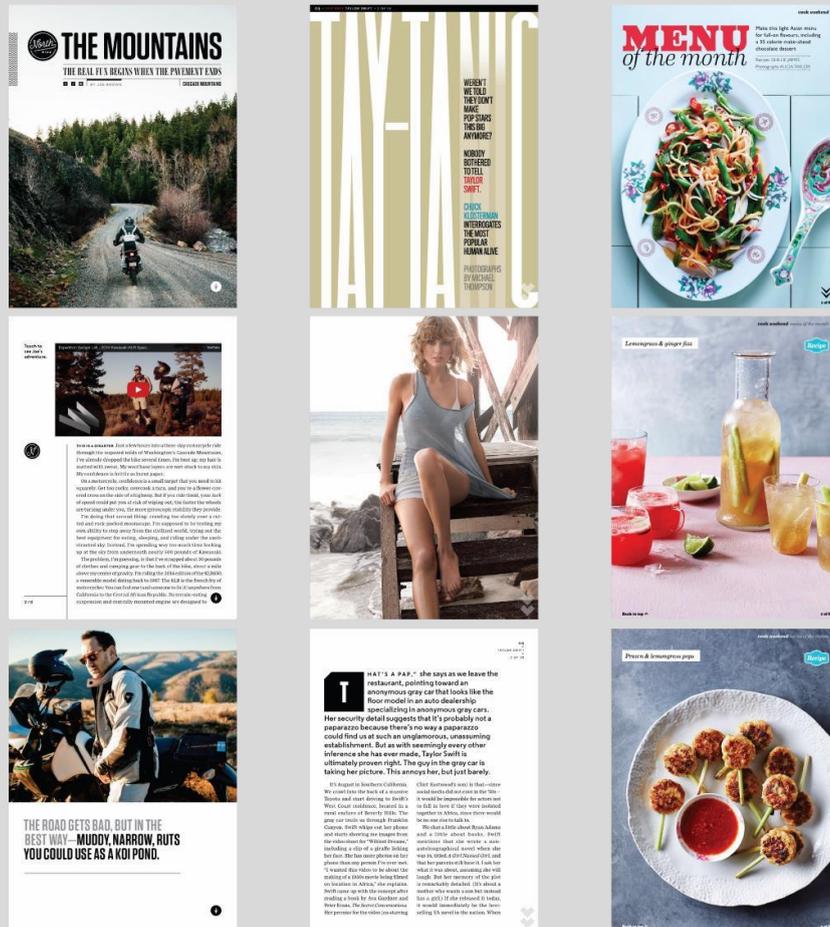
Não é possível fazer a página maior que a tela, como em rolagem (2). Se a matéria ocupa mais espaço que uma página, é preciso pular para a próxima (REICHENSTEIN, 2010).

Padrões relacionados

Utilize setas direcionais (6) e/ou numeração de matéria (8) para sinalizar que a matéria tem mais páginas. Se a matéria é muito longa, ofereça a possibilidade de o leitor voltar diretamente para a primeira página com o botão ir para o topo (19).

Exemplos

Figura 7. Exemplos de página carta



Fonte: Wired; GQ; Olive, jun. 2015 (esq. para direita).

(2) Rolagem



Descrição

A experiência de página é semelhante à navegação de páginas na web. A tela flui verticalmente ao rolar ou arrastar o dedo sobre a tela, como uma página só.

Contexto

A escolha do tipo de tela pode ser tanto uma definição de projeto gráfico quanto da diagramação da matéria.

O designer está fazendo uma seção pequena e/ou com pouco conteúdo e não quer investir muito tempo compondo a página porque não é uma página de muito destaque. Quando a revista é uma adaptação da impressa, é mais fácil usar rolagem para diagramar o conteúdo, pois o tamanho da página corresponderá à quantidade de informação.

Problema

Como diagramar todo o conteúdo da matéria sem se preocupar em acomodar na área visível da tela?

Forças

Ao contrário de carta (1), nesse padrão é o tamanho da página que se adapta ao conteúdo. Rolagens proporcionam o espaço que for preciso para compor a página com informações, pois a tela pode se estender quanto for necessário. Leitores precisam usar menos gestos para navegar, mas à custa de um leiaute menos impactante. O designer não pode controlar que intervalo de página os leitores vão ver (REICHENSTEIN, 2010).

Esse tipo de página é mais comum quando há pouca informação para dispor ou mais comum que o composto de muitas notas ou listas. Entretanto, nada impede de utilizar o padrão em matérias longas.

Solução

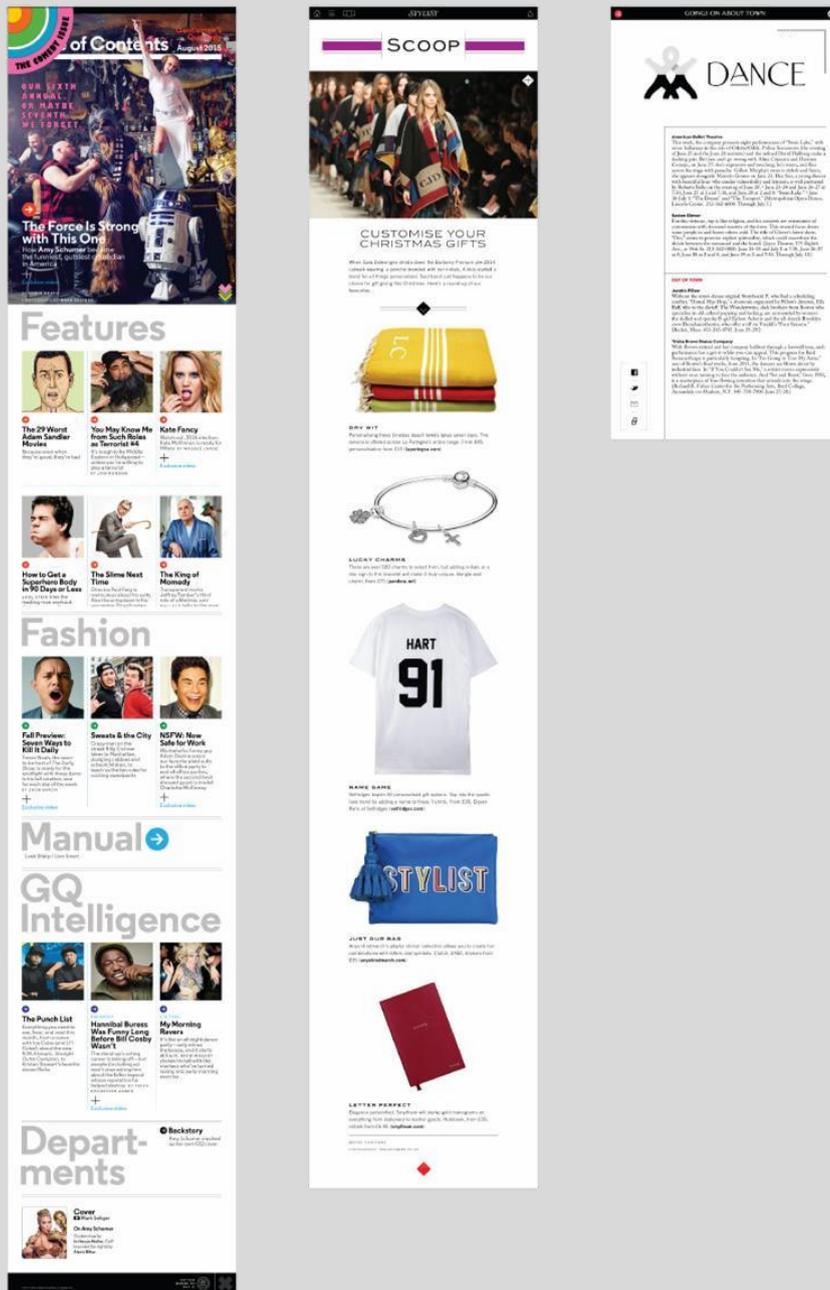
A rolagem é representada pela transição contínua em resposta ao movimento do gesto de rolar ou arrastar. Sendo assim, a matéria se constitui em uma única página, que extrapola a tela.

Padrões relacionados

Utilize setas direcionais (6) apenas na primeira área visível da página para sinalizar que a página continua para baixo. Se a matéria é muito longa, ofereça a possibilidade de o leitor voltar diretamente para a primeira página com o botão ir para o topo (19).

Exemplos

Figura 8. Página em rolagem



Fonte: GQ, ago. 2015; Stylist, 3 dez. 2014; The New Yorker, 30 jun. 2014.

(3) Modal de mídia²⁹



Descrição

Mostra apenas uma página sem opções de navegação, até que o leitor termine a tarefa imediata (Tidwell, 2011, p. 97).³⁰

Contexto

A matéria tem alguma mídia para abrir, como vídeo, galeria de imagens, excertos de livros, infográficos, mapas.

Problema

Como destacar um conteúdo para que o leitor tenha foco total?

Forças

Certos conteúdos, como vídeos, mapas e imagens, podem ficar muito pequenos no leiaute se não ocuparem quase toda a tela. O modal de mídia isola o conteúdo, dando destaque exclusivo e sem interferências visuais.

Solução

Ao tocar na área indicada, que em geral é um botão, a mídia abre, ocupando a tela toda. Garanta que o leitor vai retornar de modo fácil para a página da revista, inserindo um botão de retorno no topo da tela. Ofereça, se houver necessidade, controles do conteúdo, como controles de vídeo (por exemplo, *play*, *pause*, volume, entre outros), botões de voltar e avançar para a sequência de itens (11).

Padrões relacionados

Utilize rótulos (7) para informar ao leitor o que vai abrir ao tocar na área sensível.

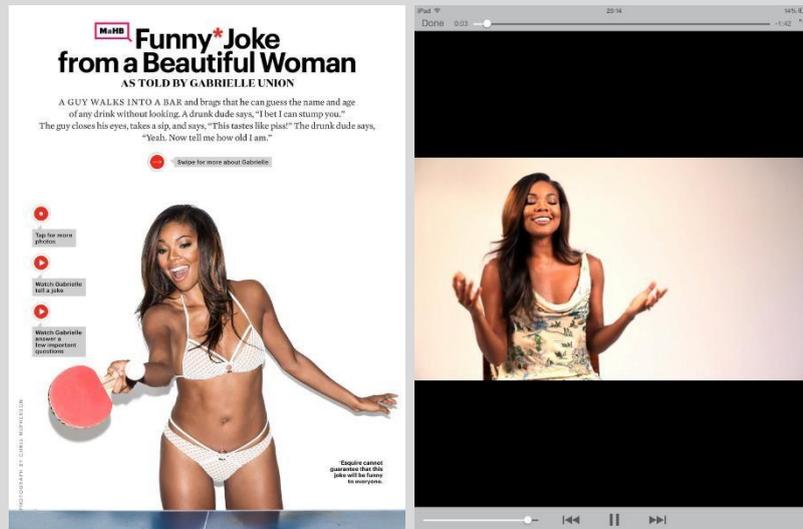
Exemplos

Na seção MAhB, a submatéria “Funny Joke from a Beautiful Woman”, de *Esquire*, o vídeo da piada abre em um modal de mídia para que o leitor preste bem atenção à piada. O vídeo não é um complemento da seção, mas sim o conteúdo mais importante segundo o título.

²⁹ Adaptado de Tidwell (2011).

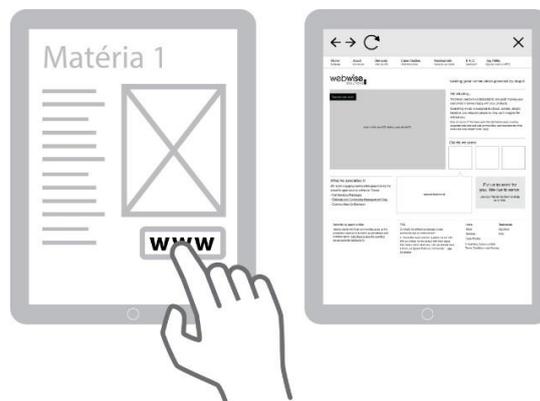
³⁰ No original: “Show only one page, with no other navigation options, until the user finishes the immediate task.”

Figura 9. Ao tocar no botão, o vídeo aberto em modal



Fonte: *Esquire*, jan.-fev. 2015.

(4) Navegador restrito



Descrição

Subaplicativo que abre páginas na internet dentro do aplicativo da revista.

Contexto

Quando se quer citar um website, com uma informação que aprofunde o assunto da matéria, o designer pode inserir um hiperlink, oferecendo acesso direto ao local apontado.

Problema

O problema é que, se não houver uma restrição de navegação, o leitor pode começar a navegar pelas páginas e não retornar mais à revista.

Forças

Uma das vantagens do hipertexto é que o assunto nunca se encerra na matéria. Sempre há a possibilidade de expandir as fontes e oferecer ao leitor mais informações sobre um assunto, sem o custo de produzir uma nova matéria na revista. É também uma forma de divulgar a produção do site da revista, que tem uma cobertura diferente da edição.

Em websites, predomina a leitura superficial, que varre páginas à procura de informações que interessam ao leitor, que clica em um link atrás do outro, lendo trechos da matéria e clicando na próxima. Se já há um risco iminente de dispersão no uso dos dispositivos digitais, oferecer um link para fora da revista pode ser um convite para um passeio sem retorno.

Solução

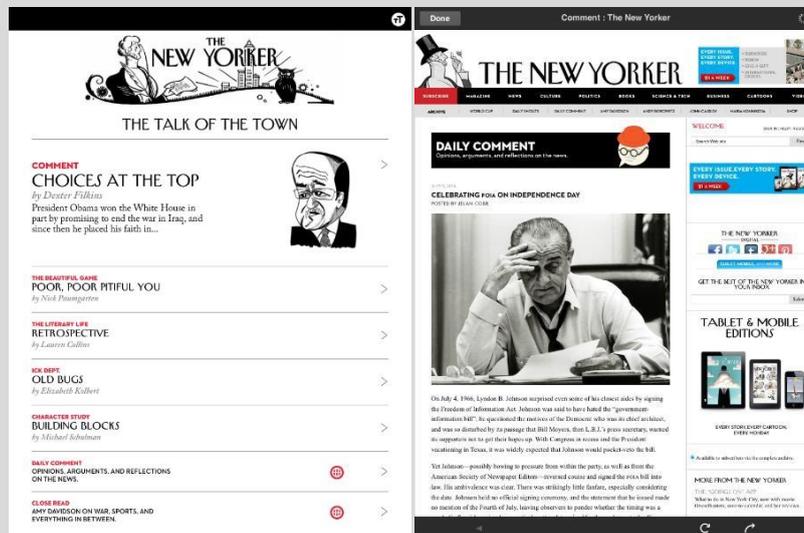
O aplicativo tem um navegador próprio que abre em modal de mídia (3) e oferece poucos controles de navegação. O caminho para voltar à revista precisa ser fácil e claro de encontrar. Normalmente a localização está na barra de navegação no topo.

Padrões relacionados

Utilize rótulos (7) para informar o leitor para qual página e por que ele deve ir.

Exemplos

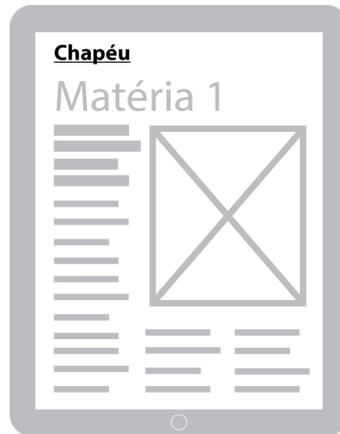
Figura 10. Ao tocar em um dos dois últimos itens do menu, o navegador abre e carrega uma página do website de *The New Yorker*



Fonte: *The New Yorker*, 30 jun. 2014.

3.3.3 Sinalização e orientação

(5) Chapéu



Descrição

Chamada que informa o leitor em qual seção se encontra e/ou qual assunto a matéria aborda.

Contexto

Ao folhear a revista buscando por uma matéria, o leitor pode se situar na revista olhando para o topo. Se ele não lembra o título da matéria de capa, o chapéu informa qual é a matéria de capa, qual é a seção de notícias e por aí vai.

Problema

Como informar o leitor em qual seção ou matéria ele se encontra?

Forças

O chapéu informa se o leitor está lendo a mesma matéria ou seção quando elas continuam por muitas páginas.

Solução

Escreva no nome da seção ou do departamento no topo da página de modo discreto, que não chame muita atenção, mas não fique invisível: “imagens gráficas como linhas ou fios, blocos, barras e formas e cores podem ser usadas para dar uma identidade aos divisores de seção” (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014, p. 119).

Exemplo

Figura 11. O chapéu em *Time* informa a seção e o assunto



Fonte: *Time*, 30 jun. 2014.

(6) Setas direcionais



Descrição

Sinalização indicando a direção que o leitor deve seguir para ler as matérias. Elementos gráficos em geral em forma de setas que direcionam o leitor na sequência narrativa das matérias.

Contexto

Como uma matéria que tem mais de uma página pode fluir tanto na vertical quanto na horizontal, é preciso indicar para o leitor a direção a seguir.

Problema

Além da direção, o leitor não sabe quantas páginas a matéria pode ter se não há uma sinalização clara ou pistas gráficas (9) que sugiram a continuidade.

Forças

Existem matérias que podem ter uma página e matérias que podem ter dez páginas. Em alguns casos, a matéria pode fluir tanto na vertical quanto na horizontal. O sentido convencional é de cima para baixo e da esquerda para a direita. Nesses casos, na falta de setas, o leitor pode confundir duas matérias como uma sendo a continuação da outra.

Solução

Em geral aplicada no canto inferior direito da tela. A seta pode variar em forma, tamanho e cor, podendo estar mais integrada à página, configurando-se também como um elemento decorativo, ou menos integrada, sendo sobretudo funcional.

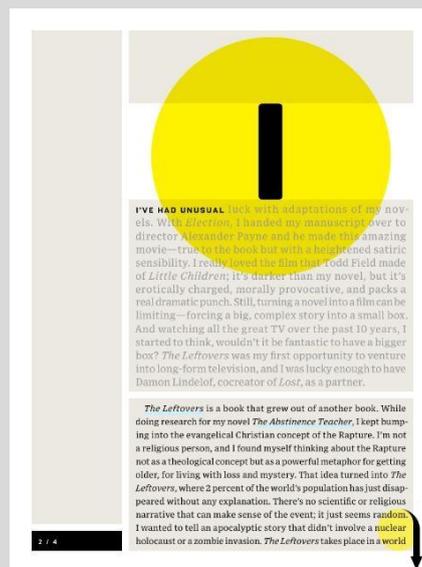
Os gestos são indiretos, pois esse padrão é uma sinalização. Está associado ao gesto de rolar ou arrastar por causa da paginação.

Padrões relacionados

Quando a matéria é muito longa, é possível associar com ir para o topo (19), oferecendo um salto direto ao topo da matéria. O padrão pode ser usado em conjunto para reforçar a continuidade da matéria ou como alternativa às pistas gráficas (9), que sugerem a continuidade para o leitor de modo mais sutil.

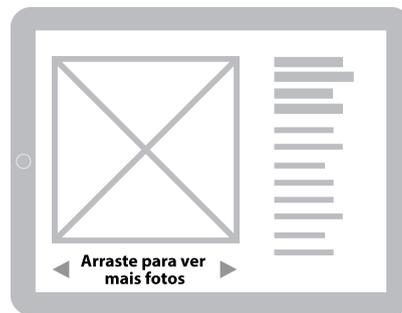
Exemplo

Figura 12. A seta direcional tem a mesma identidade visual da matéria



Fonte: *Wired*, ago. 2014.

(7) Rótulo



Descrição

Pequenos textos de áreas sensíveis que instruem o leitor como ativar e o que vai acontecer ao ativar a interação.

Contexto

Quando o designer coloca um elemento interativo na página, como uma sequência de itens (11), moldura rolável (12), um botão para abrir um vídeo em modal de mídia (3).

Problema

Nem sempre fica claro o que a área sensível aciona apenas com um ícone ou botão.

Forças

Para Padovani e Moura,

rótulos são uma parte importante da comunicação entre usuários e sistemas de informação. Eles nos informam sobre a função dos objetos, sobre seu modo de utilização, sobre precauções a serem tomadas, entre outros. Em sistemas de navegação, os rótulos nos informam para onde uma ferramenta nos levará ou que ação executará dentro de um sistema. (2008, p. 119).

Solução

Pequeno texto posicionado junto ao botão de ação ou ícone sinaliza área sensível. Descrição mais comum segue o padrão “gesto” + preposição + “resultado da interação”. Exemplo: toque para ver o vídeo.

Segundo Padovani Moura “para minimizar a ambiguidade de um rótulo, pode-se utilizar da redundância, apresentando-o junto a uma imagem ou ícone, para torná-lo mais claro” (2008, p. 119).

Padrões relacionados

Qualquer interação pode ter um rótulo, em especial aquelas sinalizadas com ícones que não são convenções. O botão saiba mais (18) não está relacionado a uma tarefa específica sendo utilizado para diversas ações ao longo da revista. O rótulo pode acompanhá-lo para dar ênfase ao que o leitor vai acionar.

Exemplos

Figura 13. Ao rolar para a esquerda ou para a direita



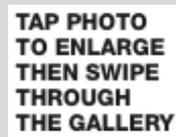
Fonte: *Esquire*, jun. 2014.

Figura 14. O rótulo indica **que** conteúdo está oculto



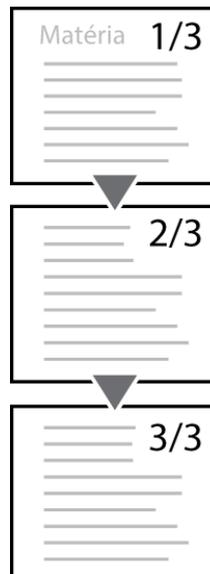
Fonte: *Wired*, set. 2014.

Figura 15. Rótulo com instrução de ação composta



Fonte: *National Geographic*, maio 2014.

(8) Numeração de matéria



Descrição

Número fracionado indicando a página e o total de páginas da matéria.

Contexto

Quando uma matéria ou seção tem muitas páginas em formato carta (1).

Problema

Como numerar uma matéria quando a navegação é hipertextual e não linear?

Forças

A paginação de RDT pode ser na horizontal e na vertical, e a navegação é por hiperlinks no sumário e na barra de navegação do aplicativo leitor. Não há necessidade de numerar todas as matérias da revista. A numeração é usada principalmente em matérias muito longas em formato carta (1). Nem toda matéria é numerada. Matérias longas em rolagem (2) não apresentam numeração porque não há intervalos que constituam uma sequência de páginas.

Solução

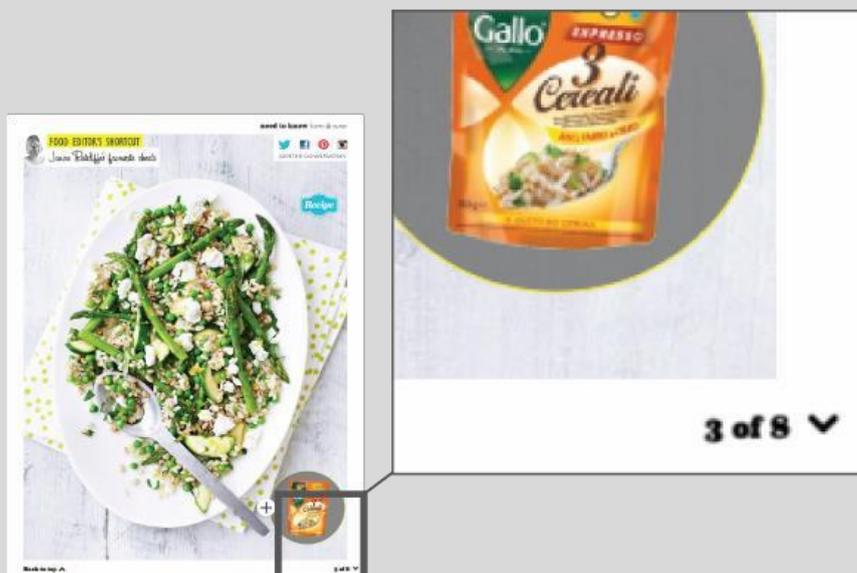
Geralmente a numeração ocorre de forma fracionada (por exemplo, 1 de 3 ou 1/3), indicando o número total de páginas ocupadas pela matéria e a localização da página que está sendo lida nesse total (Cunha, 2011). Assim como na publicação impressa, utilizam-se as margens da página para posicionar os números.

Padrões relacionados

Utilize em conjunto com as setas direcionais (6) para enfatizar a navegação.

Exemplos

Figura 16. Numeração de matéria no canto inferior direito



Fonte: *Olive*, jun. 2015.

(9) Pistas gráficas



Descrição

Pistas são sinalizações não explícitas – diferentes de setas direcionais (6) e rótulos (7) – na página, integradas à linguagem do leiaute e que orientam o leitor de sua posição e para onde ir.

Contexto

Para indicar uma interatividade com o movimento de uma página para a outra ou de um elemento de interação dentro da página.

Problema

Como indicar uma área sensível ao leiaute da página sem fazer uso de ícone, setas ou textos?

Forças

As pistas são utilizadas para reforçar áreas sensíveis em que parte da informação (texto ou imagem) não está visível na tela. O emprego de muitas sinalizações em uma página pode deixar a composição muito poluída, prejudicando o estilo da matéria. As pistas gráficas podem minimizar o uso de setas direcionais (6), ícones ou rótulos (7) e até tornar sua presença na página mais integrada (Figura 18).

Solução

Crie elementos gráficos em harmonia com o visual da página que indiquem a interação de modo sutil, sem parecer um ícone ou um texto. Geralmente produzidas com representações de continuidade, como elementos cortados, desaparecimento de imagens.

Padrões relacionados

O padrão pode ser complementar ou alternativo às setas direcionais (6) e os rótulos (7). Um dos usos mais comuns é em moldura rolável.

Exemplo

Na *National Geographic*, a pista gráfica da moldura rolável (12) é feita com efeitos de gradiente sobre o texto, fazendo-o lentamente desaparecer em uma das margens, aludindo à continuidade e ao movimento.

Figura 17. Janela rolável como coluna de três para seção curta. Linha com setas direcionais e gradiente



Fonte: *National Geographic*, jun. 2015.

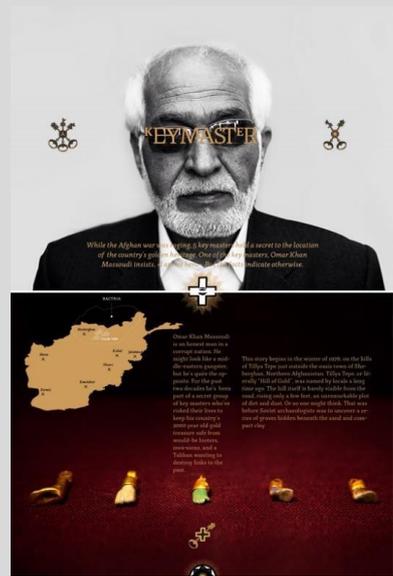
Figura 18. A faixa cor nas diferentes matérias estabelece um senso de união que informa o leitor de que ele está em tal seção da revista



Fonte: *GQ*, ago. 2015.

Em uma matéria de revista *Katashi*, as pistas gráficas substituem as setas direcionais (6) para indicar a continuidade e o sentido da matéria.

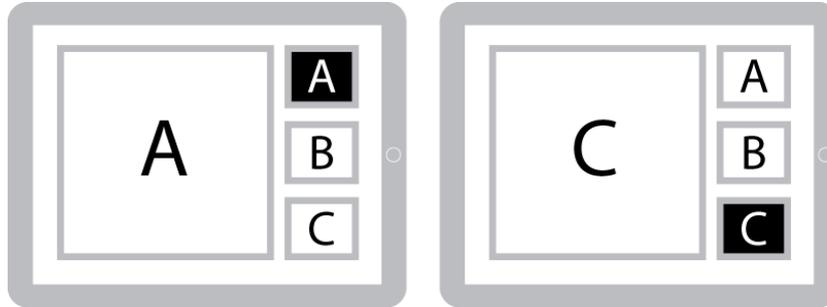
Figura 19. Pistas gráficas indicando a continuidade da matéria.



Fonte: *Katashi*, out. 2012.

3.3.4 Conteúdos interativos

(10) Seletor



Descrição

Apresenta informações com uma relação e importância equivalente, uma de cada vez, mas sem uma sequência linear preestabelecida.

Contexto

Quando há um conjunto de informações, como infográficos, notas, legendas, imagens, que não se organizam em sequência, mas têm uma relação em comum.

Problema

Como proporcionar ao leitor uma visão de conjunto e ao mesmo tempo apresentar detalhes, ampliações, comparações?

Forças

Esse modo de visualização estabelece relação de conjunto para apresentar informações que têm uma associação independente, como um conjunto de notas de uma mesma seção ou autor, ou dependentes, como um quadro que compara informações sobre um assunto. No caso da associação dependente, esta pode ser comparativa ou como partes de um todo.

É um modo de economizar espaço, apresentar informações em tamanho maior do que se todas dividissem o espaço ao mesmo tempo.

O seletor pode agrupar, comparar ou detalhar um ou mais conteúdos.

Solução

Devem-se criar áreas sensíveis em forma de ícones ou de miniaturas posicionadas perto da área de visualização, em tamanho grande, que seja única para todos os acionamentos. Sempre que o leitor tocar em umas das áreas sensíveis, seu conteúdo correspondente abrirá nessa área maior. O leitor pode escolher o que visualizar primeiro, sem seguir uma ordem. As áreas são dispostas no mesmo espaço, nunca ao mesmo tempo, sempre uma substituindo a outra. Uma das informações aparece primeiro como *default*, e a área sensível tem algum destaque que indica a associação com a informação. Quando se toca em outro item, o destaque muda para este, e a informação no mesmo espaço é substituída. Em geral há um rótulo indicando a ação.

Padrões relacionados

Utilize rótulos (7) para informar o leitor de que há mais conteúdo para visualizar ao acionar as áreas sensíveis do seletor.

A sequência de itens (11) é um modo alternativo de apresentar um conjunto de informações.

Exemplos

No primeiro exemplo, o seletor estabelece uma relação de comparação entre os itens.

Figura 20. Seletor comparativo

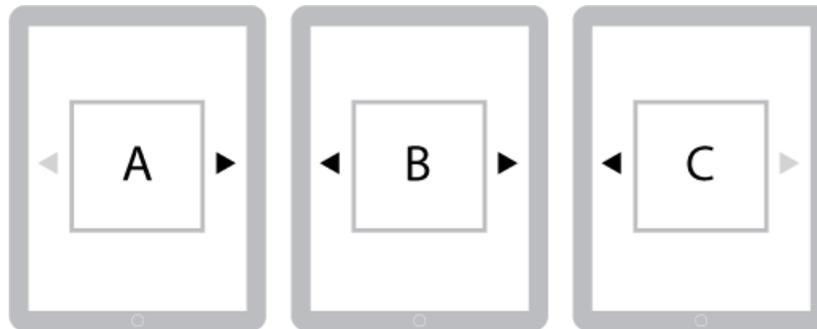


Fonte: *Wired*, jul. 2014.

No exemplo a seguir, o seletor é utilizado para apresentar detalhes de um conteúdo. Diversos pontos de toque foram distribuídos pela roupa e, quando acionados, mudam a apresentação do detalhe.

Figura 21. Seletor com legenda oculta mostra detalhes

(11) Sequência de itens³¹



Descrição

Conjunto de informações apresentadas em sequência na mesma área de interface.

Contexto

Matérias com muitas fotos, conjunto de citações, informações extras, curiosidades que não caberiam ao mesmo tempo na tela em um tamanho confortável de ler ou com destaque.

Problema

Como agrupar informações dentro da página em sequência?

Forças

Apresenta os itens em uma ordem sequencial predefinida. A sequência estabelece um senso de começo e fim para o conteúdo.

Esse padrão pode ser usado quando o designer gostaria de que o máximo de espaço na tela seja reservado para imagens de alta resolução.

Solução

Sobre uma mesma área, cada item aparece na sequência do outro. O modo mais comum de mudar o item em sequência é posicionando botões com setas na esquerda e na direita do item e/ou permitindo o leitor rolar o dedo sobre o item para mudar as imagens. Pode ainda conter um contador, como uma numeração fracionada, indicando o número total de imagens e em qual imagem da sequência se está. A sequência pode reiniciar quando chegar à última imagem ou parar. As imagens podem acompanhar legendas individuais, uma legenda geral ou nenhuma legenda.

Padrões relacionados

Se não forem utilizados os botões, mas apenas o gesto de rolar, indique com um rótulo (7) que gesto o leitor deve fazer para passar de item. O seletor (10) é uma alternativa para mostrar itens que não precisam de ordenação linear.

³¹ Adaptado do padrão Gallery da UI Pattern Library. Disponível em: <<http://ui-patterns.com/patterns/Gallery>>. Acesso em: 7 out. 2015.

Exemplos

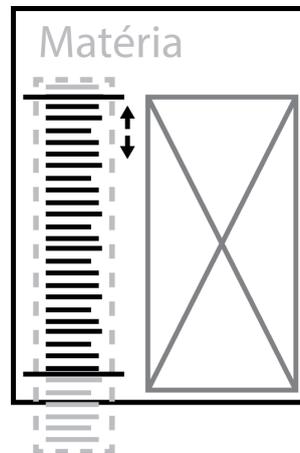
Figura 23. Sequência de imagens no topo da página

Fonte: *Esquire*, jun. 2014.

Figura 24. Sequência de frases na faixa cinza na base da página

Fonte: *Esquire*, jun. 2014.

(12) Moldura rolável



Descrição

Área dentro da página que, ao rolar, mostra mais conteúdo.

Contexto

É um recurso comum para textos pequenos e/ou complementares. No caso de textos pequenos, para uma seção, por exemplo, em que a imagem predomina na tela, sendo o elemento mais importante. Como complemento, a moldura pode ser um box. Pode ser usado na adaptação de conteúdo do impresso para o digital, para acomodar um conteúdo sem fazer grandes mudanças no leiaute e mantendo a página do tamanho da tela.

Problema

Como acomodar um conteúdo na página maior do que o leiaute poderia conter sem precisar mudar ou rolar a página?

Forças

Molduras funcionam quando há um elemento predominante utilizado para chamar atenção do leitor e um texto não muito longo. Desse modo, o elemento chamativo fica sempre visível, e as informações complementares ficam emolduradas em uma área menor, em que somente uma parte fica visível, sem que essas se sobressaiam e o sobreponham.

A moldura não é um recurso para ocupar a tela inteira, sobretudo quando a rolagem é vertical. Mais adequado seria o padrão rolagem (2) ou dividir o texto em mais de uma página em carta (2).

Solução

Demarque uma área na página não muito extensa e deixando o resto do espaço para dispor o texto ou imagem principal. Insira o conteúdo que seja maior que área da moldura. Somente o que está dentro da moldura estará visível. Determine em quais direções a moldura vai rolar. Para ver o restante, é preciso rolar o dedo sobre a moldura. O movimento da moldura é acionado pelo gesto de deslizar ou arrastar na horizontal, na vertical ou em ambos os sentidos, o que é mais incomum.

Possuem variados tamanhos, podendo ser do tamanho de uma coluna de texto, horizontal, ocupando quase toda a página.

Há um conflito comum entre a navegação da página e a movimentação da moldura quando sua área sensível ocupa grande parte da página ((BUDIU; NIELSEN, 2011; GURSKI, 2014). Como os gestos de arrastar servem às duas, é comum o leitor tentar passar a página e, no entanto, mover a moldura ou vice-versa, causando frustração e a sensação de que a revista está com defeito. A solução é sempre deixar uma margem de interação entre as bordas da página em tamanho suficiente para o leitor rolar o dedo próximo a margem e mudar de página, em vez que rolar a moldura.

Padrões relacionados

Budiu e Nielsen (2011) afirmam que a falta de elementos que identifiquem uma moldura rolável prejudica o reconhecimento de que existe mais conteúdo para ser visualizado. A sinalização é feita a partir de um rótulo (7) informando a ação e/ou com elementos gráficos, como setas direcionais (6), indicando a direção que o conteúdo move, cortes de enquadramento que representem sua continuidade e que ainda podem ser enfatizados com efeitos de gradiente sobre o texto, fazendo-o lentamente desaparecer em uma das margens, aludindo à continuidade e ao movimento.

Exemplos

Figura 25. Moldura rolável como coluna. Sinalização com setas direcionais e gradiente na base da moldura



Fonte: *National Geographic*, jun. 2015.

Figura 26. Moldura rolável ocupa a tela inteira e confunde-se com a paginação horizontal



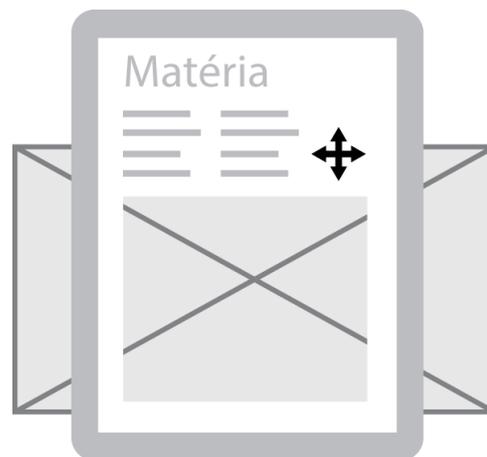
Fonte: *IstoÉ*, 4 jun. 2014.

Figura 27. Rótulo indicando a ação (*swipe*)



Fonte: *Wired*, ago. 2014.

(13) Pan e zoom



Descrição

Oferecer ao leitor a possibilidade de ampliar e navegar por imagens e infográficos para observar detalhes.

Contexto

Quando existem infográficos muito densos ou imagens realmente impressionantes em altíssima resolução, é possível oferecer ao leitor a possibilidade de ampliar e navegar

pela arte conforme seu interesse, observando cada detalhe em um tamanho confortável (TIDWELL, 2011).

Problema

Na composição da página, nem sempre imagens ou infográficos estão grandes o suficiente para serem observados em detalhes.

Forças

Em vez de fazer recortes ampliados de detalhes, é possível ter duas visões do mesmo objeto: a geral e a detalhada.

O leitor determina o que ele vai ver e qual escala satisfaz sua visão para analisar a imagem com calma e atenção.

Solução

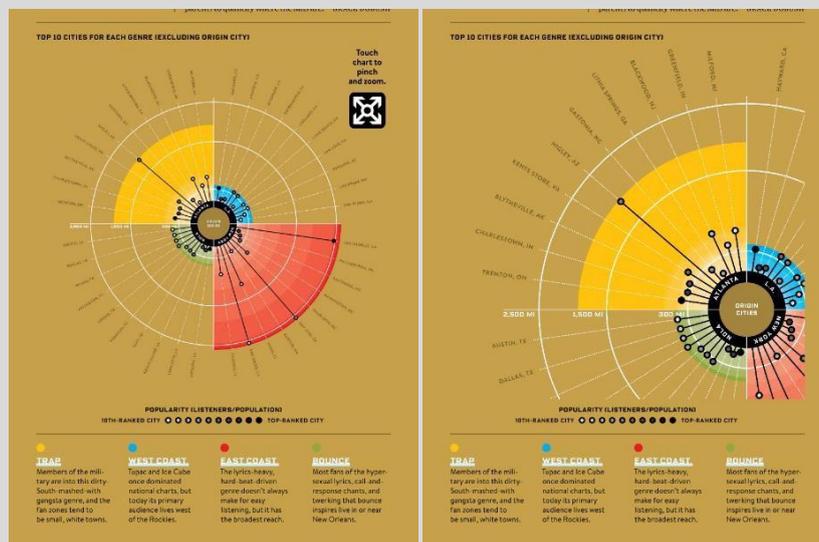
Ofereça ao leitor a possibilidade de ampliar uma área da tela utilizando o gesto de pinçar. Para navegar pelo conteúdo, o leitor precisa arrastar o dedo pela tela para observar pontos específicos.

Padrões relacionados

Utilize um rótulo (7) acompanhado ou não de ícones para reforçar a instrução.

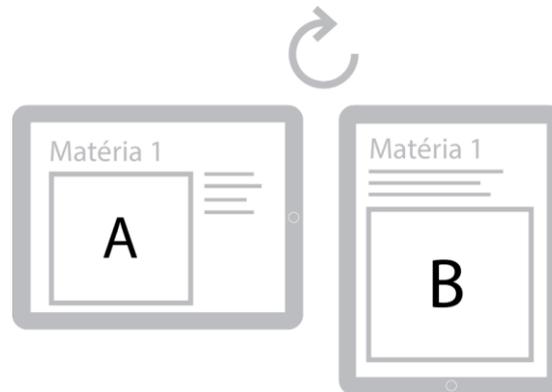
Exemplos

Figura 28. Pan e zoom no infográfico



Fonte: *Wired*, jul. 2014.

(14) Orientação contextual



Descrição

Ao girar o tablet, mudando a orientação da página, aparece outra página com algum conteúdo relacionado à matéria.

Contexto

Existem duas situações para mudar a orientação do tablet: a primeira para apresentar, no maior tamanho possível, uma imagem, que é disposta na orientação diferente da orientação das páginas (por exemplo, a revista é em retrato, e a fotografia em paisagem). A segunda é um modo de entreter o leitor com conteúdo extra.

Problema

Como apresentar mais conteúdo mudando a orientação da página?

Forças

Dispõe uma informação que complementa a matéria, como um contraponto ou complemento à informação da página.

Em alguns casos, é uma questão de qual orientação o conteúdo assenta melhor. Se a revista é em retrato, o conteúdo fica em paisagem e vice-versa.

Solução

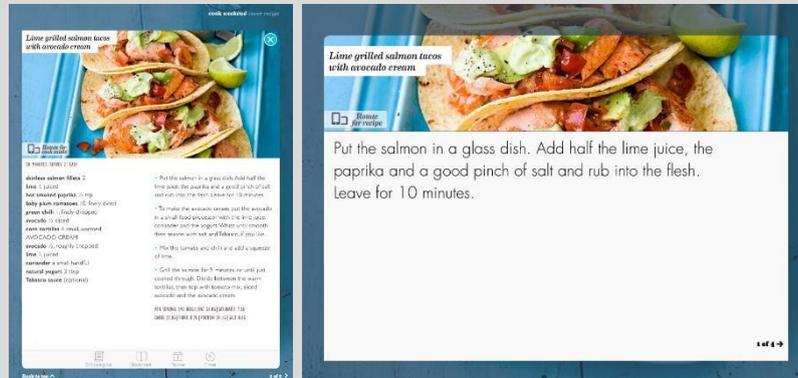
Ao girar o tablet, há uma mudança de conteúdo. Há casos em que a mudança de orientação funciona como um modal de mídia (3). Ao girar o tablet, abre um vídeo, por exemplo.

Padrões relacionados

Como a orientação contextual não é uma situação recorrente, sempre é necessário informar o leitor com um rótulo (7) do que deve girar o tablet para acessar a informação.

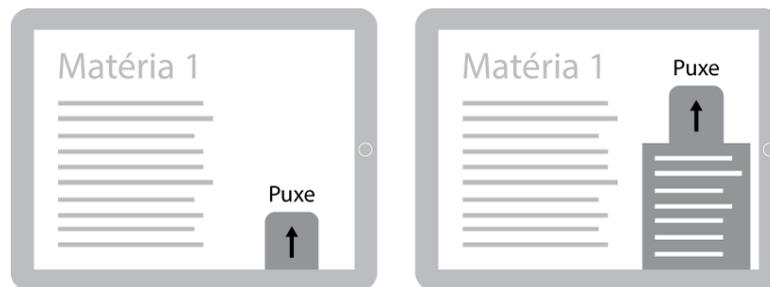
Exemplos

Figura 29. Em retrato aparece a lista de ingredientes e de detalhes técnicos da receita. Ao mudar para a orientação de paisagem, apresenta o passo a passo da receita



Fonte: Olive, jun. 2015.

(15) Puxador



Descrição

Caixa oculta que se desloca sobre a página quando o leitor arrasta o dedo sobre uma aba posicionada nas margens da tela.

Contexto

Quando há um conteúdo complementar como um box, uma legenda, uma descrição de um produto. Também é usado no abre de uma matéria para chamar atenção do leitor.

Problema

De que modo dispor uma informação que complementa um título, uma imagem ou o texto como um elemento surpresa ou de contraponto à informação da página?

Forças

Dispõe uma informação que complementa a matéria como um contraponto à informação da página. Como o puxador sobrepõe o conteúdo, pode estabelecer uma relação entre o que estava na página e o que abriu (ver Figura 30).

No caso de matérias fotográficas que foram bem-produzidas, o designer pode usar o puxador para mostrar primeiro a imagem em destaque e depois sua legenda. Considerando que fotografias cumprem também funções mais objetivas, como divulgar e vender produtos, no caso de ensaios de moda, por exemplo, existe a necessidade de texto que as explique.

Solução

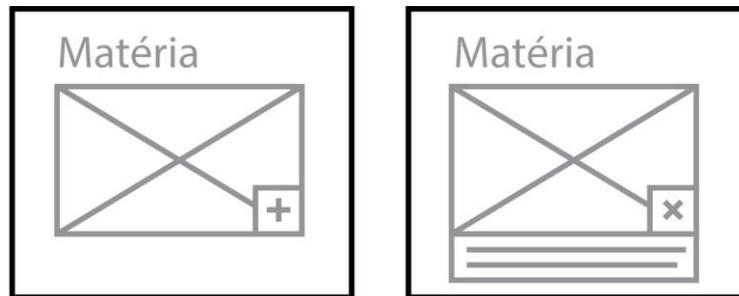
Posicione uma aba ancorada em uma das margens da página. A informação fica oculta até que seja “puxada para dentro da tela”. É uma metáfora, um recurso comum em livros infantis. Ao arrastar ou rolar a aba, o conteúdo aparece, mas, diferentemente da moldura rolável (12), o conteúdo rolado se sobrepõe à página.

Padrões relacionados

Sinalize com um rótulo (7) que a aba deve ser arrastada.

Esse padrão é alternativo ao saiba mais (18) e à legenda oculta (16).

(16) Legenda oculta



Descrição

Legendas só aparecem quando o leitor as aciona, ampliando as possibilidades de interpretação das imagens. É uma forma de economizar espaço ou aproveitar todo o espaço para o conteúdo principal e deixar elementos secundários ocultos. Conteúdo oculto é um modo de estabelecer hierarquia.

Contexto

É uma regra comum em revistas que toda fotografia ou ilustração deve apresentar uma legenda que explique para o leitor o que o editor quer mostrar.

Forças

As legendas são uma ponte entre a imagem e o texto (CALDWELL; ZAPPATERRA, 2014). A imagem sem legenda pode ter múltiplos sentidos, e a legenda busca eliminar aqueles sentidos que não interessam à matéria. Segundo White (2006), uma legenda com uma informação irresistível atrai curiosos para a matéria.

Ao mesmo tempo, a legenda retira do leitor a variedade de interpretações possíveis e a contemplação da imagem por si só. Quando a imagem é o próprio texto, digna das múltiplas interpretações que é capaz de evocar em todas as suas nuances, captadas pelo olhar perspicaz do fotógrafo, a legenda, ainda que necessária, é redutora. Nesse sentido, da imagem como texto, há a possibilidade inversa da curiosidade do leitor ser despertada pela vontade de saber o que a revista quer dizer com a imagem.

Legendas ocultas sobre botões de saiba mais (18) são usadas para dar destaque à foto e deixar que ela fale por si. A legenda tem um papel importante no sentido intencionado à imagem. Sem a legenda, a margem de interpretação do leitor é ampliada, proporcionalmente ao seu tempo de contemplação. No entanto, a legenda está ali para, em um toque pontual, capturar o sentido da imagem.

O concurso de legendas das charges em *The New Yorker* demonstra claramente a relação da legenda com a ilustração. No concurso, o leitor sugere uma legenda, e as três melhores vão à votação; a escolhida será aquela que acompanhará a ilustração na próxima edição. Para a piada fazer sentido, a charge depende da legenda.

Figura 32. Concurso de legendas



Fonte: *The New Yorker*, 30 jun. 2014.

Solução

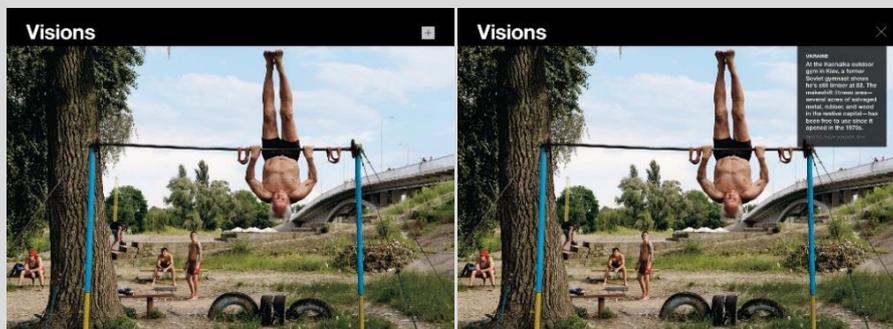
Ocultar a legenda “por trás” de um botão que, ao ser acionado, revela o texto em pop-up próximo ou sobreposto à imagem. Do mesmo modo que a legenda aparece, ela deve desaparecer. Ofereça ao leitor a possibilidade de fechar com um botão na mesma posição do botão que abre ou com o sinal do “X”, no canto superior direito, seguindo a convenção de fechar uma janela.

Padrões relacionados

O botão saiba mais (18) funciona para indicar uma legenda oculta. A legenda é tão esperada quando há uma foto que não há necessidade de rótulos (7) acompanhando.

Exemplos

Figura 33. A fotografia é o texto



Fonte: *National Geographic*, jun. 2015.

Figura 34. Legenda oculta ocupando a tela inteira



Fonte: *Harrods*, jul. 2015.

A legenda oculta reforça a expressão de elegância da revista. Ao não interferir na imagem, não torna a foto “impura”. A legenda se releva ocultando a imagem, como quem a domina.

(17) Caixa de notícias³²



Descrição

Uma das páginas da revista apresenta os itens mais recentes publicados no website, nos blogs e nas redes sociais da revista.

Contexto

Uma revista multiplataforma publica novas informações todos os dias em seu site e nas redes sociais. É um modo de integrar e de divulgar as diversas plataformas de atuação da revista.

³² Baseado no padrão News Box, de Tidwell (2011).

Problema

Como apresentar a produção multiplataforma de uma revista?

Forças

Em vez de serem estruturas fluidas em constante atualização, como os websites, as RDT são edições fechadas, em que forma e conteúdo são configurados manualmente. Por ser um aplicativo e não ser acessado via um navegador, está menos conectado aos outros produtos da plataforma. Diferente do navegador restrito (4), a caixa de notícias importa dados externos e os publica na página da revista.

Solução

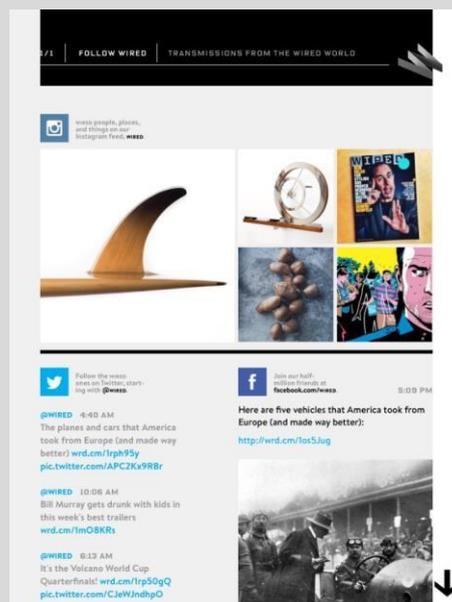
A caixa de notícias (17) pode ser uma seção que reúne todas as atualizações ou um complemento de uma matéria. A seção pode ser composta de uma ou mais caixas de notícias, dependendo de quantas plataformas serão apresentadas. Se as atualizações forem imagens, um dos modos de apresentação comum é em mosaico de miniaturas com destaque para uma das imagens. Se forem matérias, os campos mais comuns são o título e subtítulo para convencer o leitor a acessar matéria. Linque todos os conteúdos para a página externa correspondente e destaque de qual plataforma esse conteúdo é originado. Inserir a data e a hora da postagem estabelece um sentido temporal para as informações em constante atualização.

Padrões relacionados

Ao clicar em um título, abrir a página com o navegador restrito (4), conduzindo o leitor diretamente para a página do item na plataforma publicada. Utilize moldura rolável (12) para apresentar uma lista de matérias.

Exemplos

Figura 35. Seção com atualizações do Instagram, do Twitter e do Facebook



Fonte: *Wired*, jul. 2014

Figura 36. Caixa de notícias como complemento à matéria

CAIXA DE NOTÍCIAS

Ambev S.A. (ABEV3)

R\$ 19,69 0,00%

Quantidade: 4.953.700

Fechamento anterior	R\$ 19,69
Maior preço do dia	R\$ 19,99
Menor preço do dia	R\$ 19,65
Maior preço em 12 meses	R\$ 20,15
Menor preço em 12 meses	R\$ 14,39

19,99
19,7
19,65
19,6

19/08 - 16/07/2015

Grupo de 19 empresas Fonte: Thomson Reuters

EXAME.com

Fonte: *Exame*, 20 ago. 2014.

Ao tocar no botão no canto inferior esquerdo da página, abre em modal de mídia (3) a cotação na bolsa da empresa citada na matéria.

3.3.5 Botões

(18) Saiba mais



Descrição

Botão “genérico” que, com um toque, torna visível um conteúdo que esteja oculto.

Contexto

Ao determinar qual será o conjunto de ícones correspondentes às interações, o designer pode definir um botão geral que mostrar qualquer informação que estava oculta na tela.

Problema

A principal função de botões em revistas digitais é mostrar conteúdos ocultos.

Forças

No início, revistas apresentavam ícones para todos os tipos de ação possíveis. Das mais às menos frequentes. As mais raras ou incomuns são mais difíceis de o leitor reconhecer e decorar sem ter que recorrer à página do manual de interação ou utilizando rótulo (7) para traduzir o ícone. Se o ícone não informa, por que utilizá-lo? As interações que pedem o gesto de toque servem para abrir informações complementares, como a galeria de imagens, um infográfico, um vídeo, uma legenda. O leitor não está ali para ler e interpretar a interação, mas sim para utilizá-la a fim de acessar o conteúdo. Existem situações em que a interação tem a intenção discursiva, mas esse não é o caso.

Soluções

Crie um botão que sirva para todas as situações em que há um conteúdo oculto. O símbolo mais comum para o botão é o sinal matemático de adição (+).

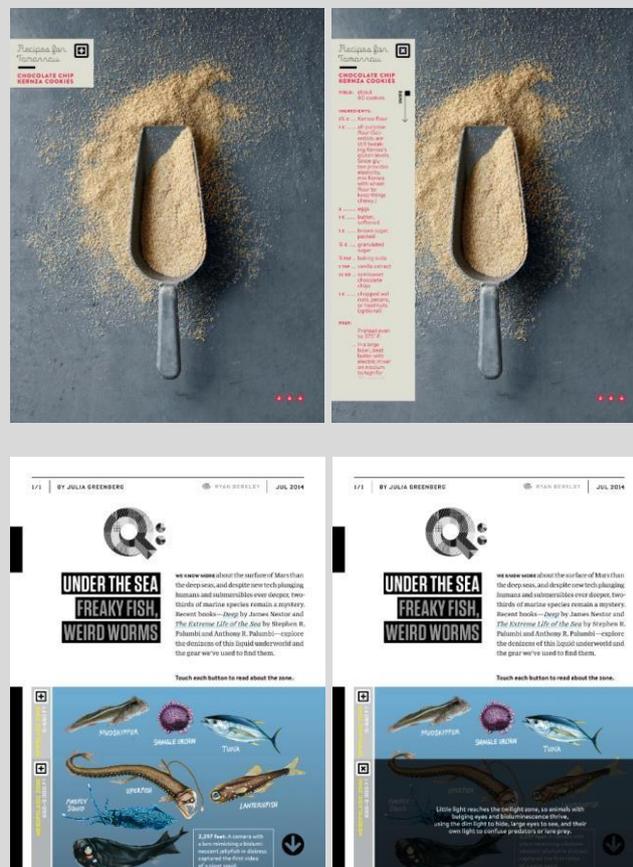
Padrões relacionados

Como o botão é genérico, em casos em que a própria imagem não ofereça o contexto de compreensão do que faz o botão, é preciso usar um rótulo (7).

Exemplos

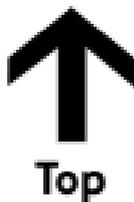
Nos dois exemplos da revista *Wired*, o botão abre pop-ups com texto. O primeiro é uma receita, e o segundo a legenda de uma área do infográfico.

Figura 37. Botões de saiba mais em diferentes situações



Fonte: *Wired*, jul. 2014.

(19) Ir para o topo



Descrição

Botão que conduz o leitor ao topo da matéria.

Contexto

Matérias com muitas páginas ou uma página muito longa, correndo na vertical, exigem do leitor muitos gestos de rolar ou arrastar para ler toda a matéria.

Problema

Como oferecer ao leitor um retorno rápido ao topo da matéria?

Forças

Caso o leitor queira subir ao início da matéria, para não ser preciso rolar todas as páginas novamente, um botão situado ao final da matéria o conduz ao topo.

Solução

Uma seta apontada para cima seguida do rótulo “topo” ou “ir ao topo”. O rótulo (7) enfatiza que a seta não está apenas indicando que não há mais conteúdo abaixo e a direção a seguir é para cima, mas que há um botão que leva ao topo.

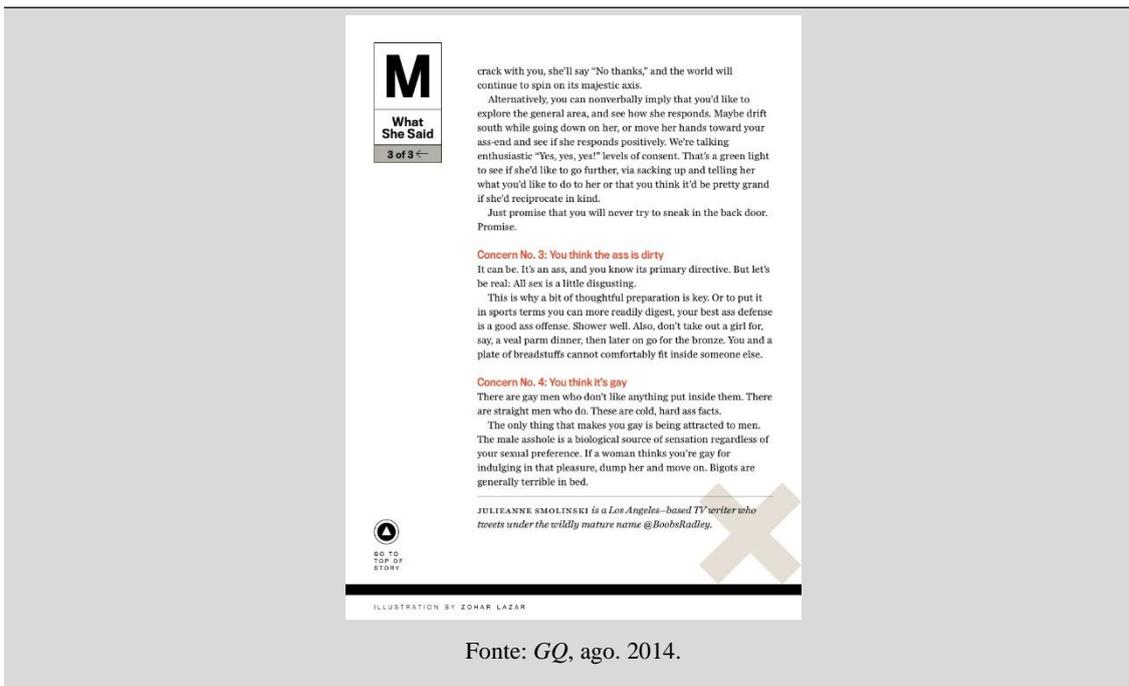
Padrões relacionados

Em geral, o botão se associa às setas direcionais (6), tendo a mesma forma e situando-se no mesmo local.

Exemplos

A revista *GQ* dispõe o recurso com uma forma mais próxima de um botão e não associa às setas direcionais, reforçando ainda mais o alvo da ação.

Figura 38. Ir para o topo no canto inferior esquerdo e o sinal do final da matéria na mesma posição em que ficavam as setas direcionais nas outras páginas



M
What She Said
3 of 3 ←

crack with you, she'll say "No thanks," and the world will continue to spin on its majestic axis.

Alternatively, you can nonverbally imply that you'd like to explore the general area, and see how she responds. Maybe drift south while going down on her, or move her hands toward your ass-end and see if she responds positively. We're talking enthusiastic "Yes, yes, yes!" levels of consent. That's a green light to see if she'd like to go further, via sacking up and telling her what you'd like to do to her or that you think it'd be pretty grand if she'd reciprocate in kind.

Just promise that you will never try to sneak in the back door. Promise.

Concern No. 3: You think the ass is dirty
It can be. It's an ass, and you know its primary directive. But let's be real: All sex is a little disgusting.

This is why a bit of thoughtful preparation is key. Or to put it in sports terms you can more readily digest, your best ass defense is a good ass offense. Shower well. Also, don't take out a girl for, say, a veal parm dinner, then later on go for the bronze. You and a plate of breadstuffs cannot comfortably fit inside someone else.

Concern No. 4: You think it's gay
There are gay men who don't like anything put inside them. There are straight men who do. These are cold, hard ass facts.

The only thing that makes you gay is being attracted to men. The male asshole is a biological source of sensation regardless of your sexual preference. If a woman thinks you're gay for indulging in that pleasure, dump her and move on. Bigots are generally terrible in bed.

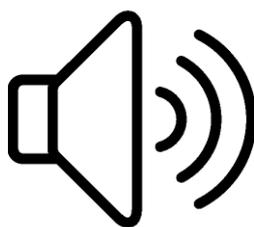
JULIEANNE SMOLINSKI is a Los Angeles-based TV writer who tweets under the wildly mature name @BoobsRadley.

GO TO TOP OF STORY

ILLUSTRATION BY ZOHAR LAZAR

Fonte: *GQ*, ago. 2014.

(20) Narrador de reportagem



Descrição

Botão que dispara a narração da matéria.

Contexto

Revistas em dispositivos digitais possibilitam outros modos de contar a história. Em vez da leitura, podem-se narrar as matérias.

Problema

Como demonstrar para o leitor que a matéria pode ser escutada?

Forças

Enquanto a leitura exige atenção ao texto, escutar a matéria permite se informar enquanto faz outra atividade. É uma forma de oferecer informação ao leitor que em revistas impressas não era possível. O modo de recepção da informação é diferente pois existem outras camadas de sentidos como ritmo, entonação, timbre. O jornalista pode aproveitar esses elementos para dar ênfase em algum ponto, expressar algum sentimento etc.

Soluções

Posicione um botão com um ícone de “alto-falante” próximo ao título da matéria. Certifique-se de que o botão tem destaque suficiente para ser percebido. Com um toque no botão de áudio, a narração com a voz do próprio autor ou de um narrador profissional se inicia.

Padrões relacionados

Insira um rótulo (7) para estabelecer redundância na mensagem e eliminar qualquer ambiguidade do ícone.

Exemplos

No início da revista *Time*, logo depois do sumário, há uma página listando todas as narrações. O leitor pode ler e ouvir a reportagem ao mesmo tempo. Para o leitor mais apressado ou que está ocupado para folhear a revista, trabalhando ou dirigindo, por exemplo, há uma página no início da revista com a lista de todas as narrações para tocar e ouvir.

Figura 39. Página das narrações



Fonte: *Time*, 29 jun. 2015.

Figura 40. Narrador de reportagem logo abaixo dos créditos no abre da reportagem de capa



Fonte: *Time*, 30 jun. 2014.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O design das revistas digitais para tablet (RDT) foi escolhido como objeto de pesquisa dada a importância que essa mídia assumiu quando do seu lançamento, assim como pelo fato de que permitia uma confluência particularmente especial entre as categorias gráfico-editoriais tradicionais e aquelas do design de interação.

Ao longo da pesquisa, porém, foi se constatando a diminuição progressiva da expectativa sobre a consolidação das RDT no mercado, sobretudo no mercado brasileiro. Entre algumas ações que evidenciam a situação, podemos citar a simplificação de projetos gráficos das RDT, a descontinuidade das RDT de revistas comerciais e o encerramento das RDT nativas. A revista *Trip*, que explorava recursos digitais com a vitalidade característica de sua identidade editorial, simplificou o projeto de interação limitando-se à adaptação da revista impressa e inserindo conteúdo multimídia extra quando disponível. Na editora Globo, a mudança foi mais evidente. Todas as revistas abandonaram projetos gráficos para RDT, publicando praticamente PDFs da publicação impressa. Em entrevista com o diretor de arte³³ da revista *Galileu*, uma das primeiras a fazer a mudança, ele confirmou que a baixa procura pelas RDT levou à simplificação do projeto. O processo que levava uma semana e três designers para adaptar o conteúdo e adicionar conteúdos interativos e multimídias foi reduzido para um dia de trabalho e um designer. A revista de música *AUX*, uma nativa para tablet com diversos prêmios, publicou sua última edição em junho de 2015, assinalando, no último editorial, que é impossível viver de RDT. A *Info*, que em dezembro de 2014 havia anunciado o fim da edição impressa, investindo apenas em publicações digitais e lançado um novo projeto gráfico nativo do tablet, descontinuou a RDT em agosto de 2015.

Por outro lado, uma possível alternativa começa a se descortinar em junho de 2015, quando a Apple anuncia a descontinuidade do aplicativo Banca e o investimento em uma nova tecnologia de agregação de conteúdo, nos moldes do aplicativo Flipboard, chamada Apple News (TITLOW, 2015). Na sequência, grandes empresas de tecnologia e redes sociais divulgaram suas plataformas de publicação de conteúdo para empresas de comunicação: Facebook Instant Articles, Twitter Moments e Google AMP. Uma das diferenças é que, em vez de cada revista ter seu aplicativo, todas as revistas disputam a atenção do leitor na mesma plataforma e distribuem conteúdo fragmentado (matérias individuais, e não edições periódicas),

³³ Concedida a mim em 5 ago. 2014.

que se adapta a qualquer tamanho de tela, sem a necessidade de o designer fazer uma nova editoração.

Se o modelo de RDT que nasce em 2010 era o que os editores imaginavam que proporcionaria uma experiência digital com a qualidade do impresso, em paralelo a internet já começava a absorver valores tradicionais de design gráfico que não eram praticados por ela, mesmo porque ainda não eram tecnicamente possíveis. A partir de 2010, mesmo ano de lançamento dos tablets, novas atualizações do HTML e do CSS ampliam a variedade de recursos tipográficos disponíveis. Em 2012, o jornal *New York Times* lança *Snow Fall*,³⁴ uma reportagem longa, com recursos multimídia e uma configuração de página mais diagramática e com elementos gráficos editoriais. No mesmo ano, o webdesigner Jeffrey Zeldman (2012) publica, em seu blog, um manifesto em que reivindica websites projetados para leitores e não usuários em resposta

[...] a e-books, o *web type*, os dispositivos móveis e maravilhosos aplicativos como o Instapaper e o Readability, que abordam o problema de interfaces desnecessariamente poluídas e de leiautes de texto hostis ao conteúdo da maioria dos websites, por na verdade remover o designer da equação. (ZELDMAN, 2012).³⁵

Ao mesmo tempo, os smartphones têm se mostrado um meio mais promissor para o tipo de conteúdo e de leitura de revista. O tablet já dá sinais de esgotamento, pois é um produto caro para o consumo massificado e pouco útil no dia a dia, uma vez que não é nem pequeno, para ser transportado junto com a pessoa, nem eficiente como um computador de mesa. Já os celulares ganham cada vez mais espaço em todas as camadas da sociedade, tornando-se a primeira porta de entrada em meios digitais para grande parte da população mundial. O fato de celulares acompanharem sempre seus donos e ocuparem sua atenção ao longo de boa parte do dia, cobrindo períodos ociosos, de trânsito e de espera, qualifica-os como uma interface de comunicação mais propensa a um tipo de publicação em que a leitura se dá em momentos de lazer ou de espera.

Considerando a tendência das editorias de se tornarem empresas de mídia multiplataforma, investir em produtos com leiautes fluidos e de fácil compartilhamento, como websites, que se adaptam a diversos tamanhos de telas e de dispositivos, é um caminho mais interessante do que aplicativos fechados e com leiaute fixo, como as RDT.

³⁴ Disponível em: <<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall>>. Acesso em: 26 jun. 2013.

³⁵ No original: “This redesign is a response to ebooks, to web type, to mobile, and to wonderful applications like Instapaper and Readability that address the problem of most websites’ pointlessly cluttered interfaces and content-hostile text layouts by actually removing the designer from the equation.”

Além de traçar um panorama do surgimento e do desenvolvimento das RDT, o objetivo desta pesquisa também compreendeu o desenvolvimento de uma proposta piloto de padrões de projeto (cf. Alexander, 1979) para as RDT, envolvendo a aproximação entre questões de projeto editorial e de projeto de interface. Mesmo tomando consciência, com a pesquisa já em andamento, de que o futuro das RDT não era tão promissor quanto antevisto por ocasião de seu surgimento, os objetivos foram levados a cabo. Não caberia aprofundar a compreensão dos motivos que levaram a essas mudanças.

Apesar da inegável redefinição de expectativas não somente no mercado brasileiro, culpar apenas o modelo de RDT seria simplório, ainda mais considerando que revistas estrangeiras, ao menos as de grande circulação e que estão disponíveis na Apple Appstore brasileira, continuam investindo no formato. As revistas selecionadas no *corpus* desta pesquisa ainda preservam o caráter interativo e multimidiático. A exemplo da *The New Yorker*, que destacamos na introdução, podemos citar também *National Geographic* e *Time*. Sabemos que o modelo é problemático, mas as RDT ainda não morreram. Acreditamos que o que foi ali experimentado e desenvolvido em termos de design, e que tentamos compreender com base em padrões de projeto, pode vir a subsidiar a compreensão de novas frentes do design editorial digital.

Elaborar uma linguagem de padrões é um trabalho minucioso, que demanda muita observação e conhecimento sobre o objeto. Alexander (1979) e seus colegas (ALEXANDER; ISHIKAWA; SILVERSTEIN, 1977) levaram oito anos produzindo sua linguagem de padrões. Conforme afirmamos no capítulo 3, padrões expressam os valores de quem os criou. Van Welie e Van der Veer (2003) comparam padrões a modelos mentais de seus elaboradores. Os autores afirmam que designers novatos produzem padrões limitados ao seu repertório e, à medida que vão ficando mais experientes, a escala e a complexidade dos padrões tendem a aumentar. Percebemos, assim, uma potencialidade nessa proposta, considerando que pode gradualmente vir a se desenvolver graças a uma continuidade de uso e ao engajamento de outros designers. Mesmo considerando que eu não tinha experiência prática de projeto de RDT, e que a proposta desenvolvida, em face da complexidade do empreendimento, tem apenas um caráter especial de piloto, ainda a ser testado, passível de ser corrigido e expandido.

Quanto mais colaborativa for a construção desses padrões de projeto, mais possibilidade ela tem de ser efetiva. Bibliotecas de padrões de interação, como UX Pattern Library³⁶ e Welie Pattern Library,³⁷ estão disponíveis em websites para livre acesso, com a possibilidade do

³⁶ Disponível em: <<http://ui-patterns.com>>. Acesso em: 5 ago. 2015.

³⁷ Disponível em: <<http://www.welie.com/patterns/index.php>>. Acesso em: 22 jul. 2015.

designer comentar e discutir os padrões. A partir da problematização descrita do padrão, é possível refletir sobre seu emprego e até questioná-lo.

Como possível desdobramento da pesquisa coloca-se inicialmente a validação dos padrões elaborados, utilizando-os em situações reais de projeto. Por outro lado, considerando a tendência a uma limitação das possibilidades projetuais em relação às RDT, essa biblioteca embrionária de padrões poderia ser adaptada/ampliada a fim de cobrir outros tipos de publicação, plataforma e tarefa, subsidiando novas aberturas em novas articulações midiáticas.

Mudanças são constantes e inevitáveis. Contudo, com base na experiência de outras linguagens de padrões, constatamos que as linguagens são muito mais duradouras do que mudanças tecnológicas e mudanças de formatação de artefatos. Na medida em que correspondem a convenções adequadas a formas e recursos de inteligibilidade editorial, podem vir a contribuir para novas interfaces e tecnologias, já que os padrões oferecem soluções familiares para o leitor. Visto que revistas digitais agregam, além das convenções de revistas impressas, aquelas de websites e smartphones, e considerando que a distinção entre esses formatos não é excludente, pois são atravessados pelos mesmos discursos, coloca-se a possibilidade de implicações recíprocas.

REFERÊNCIAS

ABC INTERACTIVE. *Going Mobile: How Publishers Are Solidifying Strategies and Adapting to the Mobile Market*. Relatório de pesquisa, 2010.

ADOBE. Digital Publishing Suite Help/Scrollable Frame Overlays. Disponível em: <<https://helpx.adobe.com/digital-publishing-suite/help/scrollable-frame-overlays.html>>.

Acesso em: 10 ago. 2015.

AGNER, Luiz. Em busca de um olhar interdisciplinar sobre a arquitetura de informação, a usabilidade e a metacomunicação em dispositivos móveis com interfaces gestuais. *Anais...* V Simpósio Nacional ABCiber, 2011.

_____; AMORIM, Vitor; GOMES, Andrei; GOMES, Luiz A. M.; MACACCHERO, Marina; TAUSZ, Bernardo M. Design de interação no jornalismo para tablets: avaliando interfaces gestuais em um aplicativo de notícias. *Anais...* 4º Congresso Sul-Americano de Design de Interação. 2012.

AGNER, L.; GOMES, L. A. DE M. E; MUNIZ, M. I. Jornalismo para tablets: interações gestuais em um aplicativo de notícias. *Ação Ergonômica – Revista Brasileira de Ergonomia*, vol. 9, n. 1, p. 55-63, 2014.

ALEXANDER, Christopher. *The Timeless Way of Building*. New York: Oxford University Press, 1979.

_____; ISHIKAWA, Sara; SILVERSTEIN, Murray. *A Pattern Language*. New York: Oxford University Press, 1977.

ALI, Fatima. *A arte de editar revistas*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.

ANDERSON, Chris. *Wired Magazine's iPad Edition Goes Live*, 2010. Disponível em: <http://www.wired.com/2010/05/mag_editors_letter>. Acesso em: 16 mar. 2014.

APFELBAUM, S.; CEZZAR, J. *Designing the Editorial Experience: A Primer for Print, Web, and Mobile*. Minneapolis: Rockport Publishers, 2014.

ASSOCIATION MAGAZINE MEDIA. *Magazine Media Factbook 2015*. Pesquisa de Mercado. New York, 2015.

BARBOSA, Simone; SILVA, Bruno S. *Interação humano-computador*. São Paulo: Elsevier, 2010.

BLACK, Roger. Ten Rules of Design: Eyetracking Guidelines. In: HELLER, Steven; VIENNE, Veronique. *The Education of an Art Director*. New York: Allworth Press, 2006.

BOLTER, Jay, D.; GRUSIN, Richard. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press, 1999.

BRASILEIRO, Alessandra de F. *Da versão impressa para o site e o tablet: os casos das revistas Superinteressante e Scientific American*. Tese (Doutorado) – Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Campinas, 2013.

BUDIU, Raluca; NIELSEN, Jakob. *Usability of iPad Apps and Websites*. 2. ed. Fremont: Nielsen Norman Group, 2011. Disponível em: <http://www.nngroup.com/reports/mobile/ipad/ipad-usability_2nd-edition.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2014.

BUITONI, Dulcília S. Revistas e segmentação: dividir para reunir. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Org.). *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013.

CALDWELL, Cath; ZAPPATERRA, Yolanda. *Design editorial*. São Paulo: Gustavo Gili Brasil, 2014.

CASSIDY, John. A Bit of Good News About Journalism. *The New Yorker*, 2014. Disponível em: <<http://www.newyorker.com/news/john-cassidy/good-news-journalism>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

CLARK, Jeremy; BRANDT, Joel. A Print Magazine on Any Screen: The Wired App Story. *Anais... CHI'12 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM, 2012.

CORDEIRO, Raquel Correa. *O design de notícias para tablet e o novo papel do designer*. Dissertação (Mestrado) – Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

_____; FREITAS, Sydney; LESSA, Washington D. Avaliação cooperativa aplicada em jornal para tablet: análise de caso de *O Globo a Mais*. *Anais... 13º Congresso Internacional de Ergonomia e Usabilidade de Interfaces Humano-Computador*. Juiz de fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2012.

CUNHA, Rodrigo E. S. *Revista no cenário da mobilidade: a interface das edições digitais para tablets*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia, 2011.

_____; ARAGÃO, Rodrigo M. Clicar arrastar, girar: o conceito de interatividade em revistas para iPad. *Anais...* 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011.

DÍAZ NOCI, J. Una era de transformación: convergencia periodística, nuevos soportes y participación ciudadana en internet. In: NATHANSON, L. G. (Org.). *Jornalismo de revista em redes digitais*. Salvador: EDUFBA, 2013.

DICKSON, Dave. Introducing WIRED Magazine on iPad. *Adobe Digital Publishing Blog*. 26 maio 2010. Disponível em: <https://blogs.adobe.com/digitalpublishing/2010/05/introducing_wired_magazine_on_ipad.html>. Acesso em: 20 ago. 2014.

DOURADO, T. M. S. G. *Revistas em formatos digitais: modelos e novas práticas jornalísticas*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2013.

FETTER, Luiz C. *Revistas, design editorial e retórica tipográfica: a experiência da revista Trip (1986-2010)*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2011.

FOGES, Chris. *Magazine Design*. Hove: RotoVision, 1999.

FORTY, Adrian. *Objetos de desejo*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FURTADO, José Afonso. *O papel e o pixel: do impresso ao digital. Continuidades e transformações*. Florianópolis: Escritório do livro, 2006.

GALVÃO, Denise R. de. Observação do “usuário/leitor” na interação com os recursos de revista digital desenvolvida para tablets. *Anais...* 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Gramado, 2014.

GAMMA, Erich; HELM, Richard; JOHNSON, Ralph; VLISSIDES, John. *Padrões de projeto: soluções reutilizáveis de software orientado a objetos*. Porto Alegre: Bookman, 2007 [1995].

GARTNER. Gartner Says Tablet Sales Continue to Be Slow in 2015. Disponível em: <<http://www.gartner.com/newsroom/id/2954317>>. Acesso em: 22 jul. 2015.

GIORNO, Daniela. *Análise das novas possibilidades sintáticas e semânticas do design editorial da revista Veja São Paulo Luxo no suporte dos tablets*. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

GRANLUND, Åsa; LAFRENIÈRE, Daniel; CARR, David A. A Pattern-Supported Approach to the User Interface Design Process. *Proceedings of HCI International 2001 9th International Conference on Human-Computer Interaction*. New Orleans, 5-10 ago. 2001. Disponível em: <<http://www.sm.luth.se/csee/csn/publications/HCIInt2001Final.pdf>>. Acesso em: 2 abr. 2015.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. Design de jornais: o papel depois do pixel. In: BELUZZO, Gisela; LEDESMA, Maria (Org.). *Novas fronteiras do design gráfico*. São Paulo: Estação da Letras e Cores, 2011. p. 137-149. v. 1.

_____; CALZA, Marlon. Projeto gráfico: a forma de um conceito editorial. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Org.). *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013.

GURSKI, Sergio. R. *Estudo exploratório de sistemas de Navegação e interação de revistas digitais multimídia em tablets*. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

HEIKKILÄ, H. *Cross Roads of Tablet Publishing: Recommendation for Dynamic Cross Media Workflows*. Relatório de pesquisa. Espoo: Next Media, 2012a.

_____. *Interactivity in New Publishing Platforms*. Relatório de pesquisa. Espoo: Next Media, 2012b.

HELLER, Steven; VIENNE, Veronique. *The Education of an Art Director*. New York: Allworth Press, 2006.

HINCKLEY, Ken; PAHUD, Michel; BUXTON, Bill. Direct Display Interaction Via Simultaneous Pen + Multi-Touch Input. *Symposium Digest of Technical Papers*, vol. 41, n. 1, maio 2010.

ICOGRADA. *Icograda Design Education Manifesto*. Oullim: Icograda Millenium Congress, 2000.

JENKINS, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.

KASTRENAKES, Jacob. The iPad's 5th Anniversary: A Timeline of Apple's Category-Defining Tablet. *The Verge*, 3 abr. 2015. Disponível em: <<http://www.theverge.com/2015/4/3/8339599/apple-ipad-five-years-old-timeline-photos-videos>>. Acesso em: 11 jul. 2015.

KRIPPENDORF, Klaus. *The Semantic Turn*. Boca Raton: CRC Press, 2006.

KRUG, Steve. *Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability*. Berkeley: New Riders, 2006.

LESLIE, Jeremy. *Novo design de revistas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.

LOHMANN, Augusto; BITARELLO, Breno; ROCHA, Leonardo. A influência da evolução tecnológica dos dispositivos móveis no fluxo narrativo, na diagramação e na interação do leitor com a notícia: estudo de caso da Wired Magazine. *Anais... 3º Congresso Sul-Americano de Design de Interação*. Belo Horizonte, 2011.

LUPTON, Ellen. *Thinking with Type*. 2. ed. New York: Princeton Architectural Press, 2010.

_____; PHILLIPS, Jennifer. C. *Novos fundamentos do design*. São Paulo: CosacNaify, 2008.

MANOVICH, Lev. *Software Takes Command*. New York: Bloomsbury, 2013.

MCLUHAN, Marshal. *Os meios de comunicação como extensões do homem* [Understanding Media]. São Paulo: Cultrix, 1996 [1964].

MOGGRIDGE, Bill. *Designing Interactions*. Cambridge: MIT Press, 2007.

MORAN, Thomas. The Command Language Grammars: A Representation for the User Interface of Interactive Computer Systems. *International Journal of Man-Machine Studies*, vol. 15, p. 3-50, 1981.

NATANSOHN, Leonor G.; CUNHA, Rodrigo do E. S. da. O jornalismo de revista no cenário da mobilidade. In: NATANSOHN, Leonor G. (Org.). *Jornalismo de revista em redes digitais*. Salvador: EDUFBA, 2013.

NORMAN, Donald. *Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. New York: Basic Books, 2013.

PADOVANI, Stefania; MOURA, Dinara. *Navegação em hipermídia: uma abordagem centrada no usuário*. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2008.

PALACIOS, Marcos S.; CUNHA, Rodrigo do E. S. da. A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. *Revista Contemporânea*, vol. 10, n. 3, 2012.

PARENTE, Ediane. Mobilidade em pauta. *Especial revistas: mobile magazines*. São Paulo: Jornal Meio & Mensagem, set. 2013.

- PETERS, Jeremy W. For New Yorker on iPad, Words Are the Thing. *New York Times*, 31 jul. 2011. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/2011/08/01/business/media/new-yorker-on-ipad-shows-viewers-want-to-read.html>>. Acesso em: 21 ago. 2015.
- POETER, Damon. *Android Tablet Sales Overtake Apple's iPad in 2013*. PCMAG, 3 mar. 2014. Disponível em: <<http://www.pcmag.com/article2/0,2817,2454459,00.asp>>. Acesso em: 8 jul. 2015.
- PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. *Design de interação: além da interação homem-computador*. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- PWC. Consumer magazine revenue will return to growth in 2016. *Global Entertainment and Media Outlook 2015-2019*. Relatório de pesquisa, 2015. Disponível em: <<http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/segment-insights/consumer-magazine-publishing.jhtml>>. Acesso em: 1º jun. 2015.
- REICHENSTEIN, Oliver. iPad: Scroll or Card? *iA Blog*, 21 out. 2010. Disponível em: <<http://ia.net/blog/ipad-scroll-or-card>>. Acesso em: 16 ago. 2014.
- ROSENFELD, L.; MORVILLE, P. *Information Architecture for the World Wide Web*. Sebastopol: O'reilly, 1998.
- SAFFER, D. *Designing Gestural Interfaces*. Sebastopol: O'Reilly, 2009.
- SALAVERRÍA, Ramón. Estructura de la convergencia. In: LÓPEZ, Xosé; PEREIRA, Xosé P. (Org.). *Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, 2010. p. 27-40.
- SAMARA, Timothy. *Publication Design Workbook: A Real-World Design Guide*. Gloucester: Rockport, 2005.
- SANTOS SILVA, D. The Future of the Digital Magazine. *Information Service and Use*, vol. 31, n. 3-4, 2011.
- SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. São Paulo: Contexto, 2011.
- SCOLARI, Carlos A. eMagazines. La evolución de las interfaces informativas. In: NATHANSON, Leonor G. (Org.). *Jornalismo de revista em redes digitais*. Salvador: EDUFBA, 2013.
- SHNEIDERMAN, Ben; PLAISANT, Catherine. *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*. 5. ed. Boston: Addison-Wesley, 2009.

SOUZA, M. F. P. *Revistas jornalísticas para tablet: uma análise comparativa entre os modelos convergente e nativo digital*. Tese (Doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2013.

STORCH, Laura. Revista e leitura: sujeitos e interação. In: TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges (Org.). *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013.

TAVARES, Frederico de Mello B. Revista e identidade editorial: mutações e construções de si e de um mesmo. In: ; SCHWAAB, Reges (Org.). *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013.

TIDWELL, Jenifer. *Common Ground: A Pattern Language for Human-Computer Interface Design*. MIT, 1999. Disponível em: <http://www.mit.edu/~jtidwell/common_ground.html>. Acesso em: 3 maio 2015.

_____. *Designing Interfaces*. Sebastopol: O'Reilly, 2011.

TITLOW, John P. Apple Introduces “News”: An Old Idea with Big Potential. *Fast Company*. Disponível em: <<http://www.fastcompany.com/3047204/fast-feed/apple-introduces-news-an-old-idea-with-big-potential#6>>. Acesso em: 9 jun. 2015.

VAN WELIE, Martin; VAN DER VEER, Gerrit. Pattern Languages in Interaction Design: Structure and Organization. In: RAUTERBERG, M; MENOZZI, M.; WESSON, J. (Org.). *Human-Computer Interaction – INTERACT’03*. Amsterdam: IOS Press, 2003. p. 527-534.

VINH, Khoi. *Where Are All the Ed-Ex Designers?* Disponível em: <<https://www.subtraction.com/2011/10/27/where-are-all-the-ed-ex-designers>>. Acesso em: 14 set. 2015.

WALLER, R.; DELIN, J.; THOMAS, M. Towards a Pattern Language Approach to Document Description. *Discours*, vol. 10, 2012.

WERNECK, Humberto et al. *Revistas no Brasil*. São Paulo: Abril, 2000.

WHITE, Jan V. *Edição e design: para designers, diretores de arte e editores*. São Paulo: JSN Editora, 2006.

ZAPPATERRA, Yolanda. *Art Direction and Editorial Design*. New York: Abrams Studio, 2007.

ZELDMAN, Jeffrey. Web Design Manifesto 2012. *Zeldman.com*, 2012. Disponível em: <<http://www.zeldman.com/2012/05/18/web-design-manifesto-2012>>. Acesso em: 12 ago. 2015.