

Transparência *online*

Heurísticas para rádios digitais institucionais, definidas a partir da análise da usabilidade da Agência de Rádio Assembléia na web*

Grazielle Mendes

Índice

Introdução	2
1 Rádios digitais	3
2 Rádios digitais institucionais	3
3 Agência de Rádio Assembléia <i>online</i>	4
4 Webrádio Assembléia	6
5 Usabilidade	9
6 Heurísticas para rádios digitais institucionais	10
Conclusões	22
Referências bibliográficas	23

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar heurísticas para rádios digitais institucionais, a partir da análise da interface da Agência de Rádio Assembléia (ARA) *online*, da Assembléia Legislativa de Minas Gerais. Essas heurísticas são baseadas nos parâmetros de qualidade de um design interativo, elaborados por NIELSEN (1994) e SHNEIDERMAN (1998), para medir a usabilidade de interfaces. A ARA, escolhida como

*Artigo entregue ao Programa de Pós- Graduação do Instituto de Educação Continuada da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, como requisito para conclusão do curso de Produção em Mídias Digitais. Orientadora: Camila Mantovani.

modelo, é uma emissora pública, de caráter institucional, que usa o rádio digital para divulgar suas atividades. Tendo em vista que o trabalho legislativo exerce grande impacto na vida da população, a garantia de acesso a informações sobre suas atividades, por meio da internet, é fundamental para estimular a consciência política e o exercício da cidadania. Para isso, uma interface de boa qualidade é essencial.

Palavras-chave: Usabilidade, Interação, Interface, Rádio Digital, *Webradio*.

Introdução

As rádios digitais institucionais são resultado da evolução nas estruturas de comunicação montadas pelas instituições, para divulgar suas atividades e dialogar com seu público. Essa evolução foi acelerada, principalmente, pelo advento da internet, que evidenciou as vantagens do uso das novas mídias sobre os meios de comunicação tradicionais, como a TV e os jornais impressos.

Além de otimizar os custos de produção, porque são mais baratas, por exemplo, que a produção de um jornal impresso ou material televisivo, as mídias digitais permitem maior agilidade na comunicação de informações, mais abrangência de conteúdo (porque não encontra limites como número máximo de páginas) e maior interação com os usuários, por meio de canais como chats e fóruns de discussão (KLEIN, 2009).

A despeito de debates recentes sobre a ameaça de sobrevivência dos sites institucionais (MIRANDA, 2010) – em função da explosão das redes sociais, que transferiu para a “conversação” o foco da relação com o usuário – a maioria das empresas e órgãos públicos ainda aposta nesse recurso para expandir e ao mesmo tempo aproximar o contato com seu público.

Nesse contexto, as rádios digitais estão entre as mídias exploradas na web, pelas organizações, como veículo de comunicação institucional. Basta ver a quantidade de instituições públicas que adotaram essa estratégia no Brasil, principalmente, as casas legislativas, que mantém rádios digitais em seus sites na internet, como o Senado Federal, a Câmara dos Deputados e a Assembléia Legislativa de Minas Gerais, objeto de estudo deste artigo.

1 Rádios digitais

Assim como outros veículos de comunicação de massa, entre eles, a TV e os jornais impressos, o rádio também foi atraído pelas novas formas de produção, apresentação e divulgação de conteúdo, proporcionadas pelo ciberespaço.

Hoje, existem três modalidades de rádio digital (ALVES, 2003): as estações radiofônicas convencionais, como a CBN e a Itatiaia, que também realizam transmissões pela internet; as webrádios, que já nasceram na rede, com transmissões exclusivamente digitais; e as rádios piratas, que encontram no ciberespaço o ambiente ideal para dar voz aos seus conteúdos, sem temer a censura dos órgãos regulamentadores. Estas últimas, normalmente, estão hospedadas em servidores e portais.

Esse novo ambiente vem transformando o perfil do rádio, que se vê obrigado a se adequar, desde ao uso de novos equipamentos, como gravadores digitais no lugar dos antigos gravadores analógicos (com fitas cassetes); até a necessidade de produzir conteúdos diferenciados para atender à diversidade de usuários que visitam as emissoras na internet; e a adaptação aos novos padrões de comunicação e interação com os ouvintes, por meio de ferramentas como *chats*, fóruns, *e-mails* (ALVES, 2003).

As vantagens dessa adaptação às novas tecnologias são justamente os recursos permitidos apenas pelas mídias digitais como o uso do hipertexto, que organiza o conteúdo oferecido pelo veículo e oferece ao usuário uma oportunidade de escolher, por meio da legenda, o material que mais lhe interessa, ao invés de ser obrigado a ouvir pelo menos parte da programação, para ter acesso ao conteúdo de seu interesse.

2 Rádios digitais institucionais

As rádios digitais institucionais possuem uma característica diferente das emissoras radiofônicas comerciais com transmissão na web. Isso porque usam ferramentas das novas tecnologias para atingir a um objetivo principal: informar sobre as atividades e serviços prestados pelas instituições que representam.

Normalmente, os conteúdos são técnicos, com linguagem impregnada de jargões, usuais na rotina das instituições, mas desconhecidos

ou mal compreendidos pelo grande público. Por isso, um dos principais desafios das rádios digitais institucionais é informar, traduzir e abordar de maneira simples e correta esses conteúdos, que muitas vezes, afetam diretamente o cotidiano das pessoas.

Ao mesmo tempo, as rádios digitais institucionais precisam ter cuidado ao adaptar a linguagem e o conteúdo produzido para web, para não simplificar demais as explicações e divulgar os dados de forma errada ou incompleta, o que pode ser perigoso, em se tratando de informações de interesse público.

Uma notícia dada de forma incorreta pode criar falsas expectativas na população. Em se tratando de leis, por exemplo, tal ocorre com frequência. Fato comum na mídia é noticiar que uma comissão de um determinado Parlamento aprovou um projeto de lei, quando, na verdade, apenas aprovou um parecer a respeito da matéria (RABELO, 2008, p.92)

3 Agência de Rádio Assembléia *online*

A criação da Agência de Rádio Assembléia (ARA), da Assembléia Legislativa de Minas Gerais (ALMG) e, recentemente, sua transformação em webradio é um bom exemplo da mudança no perfil da comunicação institucional e os novos desafios inerentes a essa transformação.

A ARA foi criada no ano 2000, como resultado do processo de modernização pelo qual vem passando o Parlamento estadual desde a década de 1990. Naquela época, após o período de redemocratização brasileira, consolidado pela promulgação da Constituição Federal, em 1988, e referendado, em Minas, pela Constituição Estadual, no ano seguinte, o legislativo mineiro deparou-se com a necessidade de romper o distanciamento da população, provocado por quase 20 anos de ditadura militar.

Para isso, a Assembléia investiu na interiorização de suas ações em eventos regionais; na abertura de espaços para participação popular, por meio de seminários, audiências públicas, debates e fóruns; e por fim, na transparência de seus atos. O primeiro passo para cumprir com este último objetivo foi a criação de uma estrutura de comunicação. Além

de distribuir jornais impressos, *releases* para a imprensa e produzir conteúdo para internet, a ALMG inaugurou em 1995 a TV Assembléia, que se tornou o primeiro canal legislativo da América Latina.

Todo esse investimento demonstrava um esforço de aproximação e diálogo com a sociedade, segundo Rabelo:

A institucionalização das ações de comunicação com a sociedade pretendia garantir a existência de espaços de interlocução entre o Parlamento mineiro e o cidadão, de forma a manter uma relação dialógica entre representantes e representados. As medidas na área de comunicação tentavam alcançar uma parcela cada vez maior da população em todos os municípios mineiros, dando-lhes instrumentos para entender o Poder Legislativo e, em última instância, fiscalizar sua ação (RABELO, 2008, p.45).

Durante o processo de desenvolvimento da comunicação institucional no Parlamento mineiro, o espaço do rádio, como um dos instrumentos de diálogo com a sociedade, cresceu gradativamente. O noticiário chamado *Tribuna da Assembléia*, que ainda em 1986 começou a levar ao ar o resumo diário das atividades do legislativo pela Rádio Inconfidência AM, deu lugar, em 1991, ao informe publicitário *Assembléia Informa*, veiculado em 17 emissoras da Grande BH. Em 1998, foi oficialmente criado o serviço de rádio na ALMG, que abriu espaço para a inauguração da Agência de Rádio Assembléia (ARA) no ano 2000 (RABELO, 2008, p. 50-56).

A partir daí, as notícias sobre a atuação do legislativo mineiro passaram a ser transmitidas diariamente, ao vivo, por locutores-noticiaristas¹, para emissoras cadastradas no interior do estado.

Em 2005, o conteúdo produzido pela ARA começou a ser disponibilizado também na internet, em arquivos de áudio no formato MP3²,

¹Locutor-noticiarista é o nome que se dá para os profissionais de rádio que, ao mesmo tempo, apresentam notícias, fazem entrevistas e conduzem programas, se comunicando o tempo todo com os ouvintes. Essa é uma função quase em extinção do rádio, já que as atividades estão cada vez mais segmentadas, ou seja, hoje há apresentadores de programas, entrevistadores, apresentadores de jornais, etc.

²O nome MP3 vem do termo inglês *MPEG Audio Layer 3* (Movie Pictures Expert Group), nível de áudio 3. É um formato eletrônico inicialmente usado para comprimir

disponíveis para *download*. Esse ano também marcou o início da divulgação dos serviços, que resultou num processo gradativo de aumento da demanda. À medida que os produtos oferecidos pela ARA se tornavam mais conhecidos, crescia o número de telefonemas e e-mails das emissoras, que afirmavam interesse em recebê-los e faziam solicitações relativas a esses serviços.

Esse crescimento da procura pelos serviços da ARA foi registrado pela Gerência-Geral de Serviços de Informação da ALMG e os números computados revelam sua atual dimensão no Parlamento mineiro.

Segundo dados do setor, o número de emissoras que contam com boletins transmitidos ao vivo aumentou de 180 em 2006 para 251 em 2010. Já as rádios que recebem o material por e-mail subiram de 398 para 532 no mesmo período. E o total de *downloads* pela página da ARA no site saltou de 7.061 para 27.353, o que significa um crescimento de 287% em três anos. Apenas nos seis primeiros meses de 2010, foram registrados 18.222 *downloads*, sendo o maior número, 4.001, concentrado no mês de maio.³

4 Webradio Assembléia

Até o início de 2010, os serviços oferecidos pela Agência de Rádio Assembléia eram divididos em três fontes de informação: uma Rádio Interna, com programação musical e notícias voltadas aos servidores do legislativo; a transmissão ao vivo dos boletins e a oferta dos arquivos de áudio pela página da Assembléia na internet (<http://www.almg.gov.br>) e por e-mail. A inauguração da transmissão *on-line* da programação veiculada na Rádio Interna, em maio, marcou o início do esforço para integrar esses serviços numa *webradio*.

Apesar de ter nascido de um híbrido de serviços, formatos e linguagens, a Agência de Rádio Assembléia pode ser atualmente chamada de webradio, por conter as características básicas definidas por Prata:

Por webradio entende-se a emissora radiofônica que pode ser acessada através de uma URL (*Uniform Resource Loca-*

vídeos digitais, mas que se popularizou e hoje é usado para leitura de músicas e arquivos de áudio no computador.

³Fonte: Relatórios gerenciais e serviço de estatística da Gerência-Geral de Sistemas de Informação da ALMG.

tor), um endereço na internet, não mais por uma frequência sintonizada no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas. A webradio tem uma homepage na internet por meio da qual podem ser acessadas outras páginas da emissora. Na homepage aparecem o nome da emissora, geralmente o slogan que resume o tipo de programação e vários hiperlinks para outros sites que abrigam as diversas atividades desenvolvidas pela rádio (PRATA, 2008, p. 60).

No entanto, essas são tipificações técnicas de uma webradio. De acordo com Prata (2008), essa forma de radiofonia também traz novidades em pelo menos dois campos: de gêneros e da interação. Na questão dos gêneros, ela destaca que a notícia “antes apenas sonora, agora agrega também elementos de outras mídias, como o texto e a imagem”. E, sob o aspecto da interação, Prata (2008) ressalta as mudanças provocadas pelas possibilidades da tecnologia, como “os usuários comunicando-se de novas formas entre si e com a emissora”.

A definição de perfis das novas mídias contribui para a compreensão de seu papel no espaço em que estão inseridas, ou seja, o ambiente digital. O impacto das novas tecnologias na divulgação de informações e na comunicação têm sido muito pesquisado nos últimos anos, em função das mudanças que provocam na relação entre as pessoas e na relação delas com a máquina.

O resultado dessa nova relação é o surgimento da Cibercultura, que segundo Lemos (2003), é “a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrônicas, surgidas com a convergência das telecomunicações com a informática”.

Nesse ambiente, a divulgação de informações é orientada por novas regras como a hipertextualidade, a personalização e a interatividade. Ao eliminar a obrigatoriedade de uma leitura linear, a partir do clique em *links*, ou acessos, criados no próprio texto para outros conteúdos, a hipertextualidade permite que o usuário faça sua própria construção de sentido e de certa forma, se torne co-autor da obra, embora Primo (2003) alerte para os limites dessa experiência:

A construção de uma história hipertextual em suporte digital passa pelo projeto da navegabilidade do site. O autor

planeja quais os caminhos possíveis que oferecerá ao seu leitor. Os diversos caminhos abertos oferecem diferentes combinatórias. A linguagem HTML, no entanto, disponibiliza recursos limitados para a elaboração de histórias hipertextuais. (PRIMO, 2003, p. 10).

A personalização é outra característica potencializada pela internet, em função das várias possibilidades de navegação e recorte do conteúdo pelo usuário, ou a “pré-seleção dos produtos jornalísticos pelo leitor, de acordo com suas preferências” (RIBEIRO, VILLELA, NOVAIS, DINIZ, 2009).

E a interatividade, oferecida pelas novas mídias, abre espaço para uma nova forma de comunicação entre as pessoas e de relação com a tecnologia. Este estudo adotará o termo “interatividade” por ser mais usual, deixando de lado os questionamentos e controvérsias a cerca de seu uso, criticado como impreciso e propício a uma abordagem meramente técnica da interação mediada por computador (PRIMO, 2007).

O que vale ressaltar aqui são os efeitos provocados pela interatividade, como as mudanças na produção e difusão das informações. Na medida em que todos passam a ter o direito de participar da criação e da circulação do conteúdo, rompe-se a lógica centralizadora dos veículos de comunicação tradicionais, até então, responsáveis por decidir o que o público iria consumir e de que forma a informação seria distribuída, como lembra Lemos (2000).

A imprensa escrita, o rádio e a televisão, têm, através de seus colunistas, jornalistas e editores, o poder de escolher (editar) a informação que deve ser acessível ao público e, com isso, ser um bastião da democracia e da liberdade de idéias. Com a entrada das tecnologias digitais, novas formas de circulação da informação surgem. Ao modelo “Um-Todos” dos media tradicionais opõe-se o modelo “Todos-Todos”, ou seja, uma forma descentralizada e universal. (LEMOS, 2000).

A partir dessa nova visão sobre a comunicação, as características dos produtos, serviços e conteúdos divulgados no ambiente digital tornam-se fundamentais para permitir as mudanças e possibilidades comunicativas típicas desse espaço.

Nesse sentido, vários estudos vêm sendo desenvolvidos para avaliar esses novos ambientes informacionais e seus desdobramentos na relação mediada por computador. Um deles é a análise da usabilidade, adotada neste estudo.

5 Usabilidade

Para analisar a qualidade do design da interface usada pela Agência de Rádio Assembléia, este estudo se baseou no conceito de usabilidade. A usabilidade é uma medida de qualidade da interação do usuário com um determinado produto ou sistema interativo, a partir das ferramentas oferecidas pelo design de sua interface. Essa medida leva em conta todos os fatores que afetam a experiência do usuário com o produto ou sistema (NIELSEN, 2000 e 2003).

A *International Organization for Standardization*, organização internacional, responsável por definir padrões universais de avaliação, determinou na norma ISO 9241-11 (1998) que usabilidade é “a eficiência, eficácia e satisfação com a qual os públicos do produto alcançam objetivos em um determinado ambiente”. Esses atributos da usabilidade foram detalhados por NIELSEN (1993), em cinco quesitos: facilidade de aprendizado, eficiência de uso, facilidade de memorização, baixa taxa de erros e satisfação objetiva.

O design de interface, por sua vez, deve ser compreendido como a representação gráfica dos recursos disponibilizados por ela, ou seja, o conjunto de ícones, janelas, links e menus, que auxiliam o usuário a navegar numa página, pesquisar, coletar, criar conteúdo e interagir com o sistema.

A importância de elaborar a representação correta, criativa e fácil dessas ferramentas levou JOHNSON (2001) a afirmar que os profissionais responsáveis pela criação de interface são “incumbidos da missão épica de representar nossas máquinas digitais, de dar sentido à informação em sua forma bruta”.

Se esses recursos, oferecidos pelo design da interface, são insuficientes ou de má qualidade, a experiência do usuário com o sistema será afetada negativamente, o que resultará em conseqüências como a perda de visitas futuras.

Há várias metodologias aplicadas por pesquisadores para medir a

usabilidade de um sistema, que prescindem da participação de usuários reais. Para este estudo, foi escolhida a análise heurística do *website*, que é um método tradicional de avaliação de usabilidade, baseado em critérios definidos para padronizar a observação e conseqüentemente, os resultados da interação com o sistema.

6 Heurísticas para rádios digitais institucionais

A partir da análise da usabilidade da interface da Rádio Assembléia, com base nos dez parâmetros de avaliação de um design interativo elaborados por NIELSEN (1994) e nas “Oito Regras de Ouro”, de SHNEIDERMAN (1998) foram definidas as heurísticas apresentadas neste artigo.

O objetivo dessas heurísticas é auxiliar no desenvolvimento de interfaces para rádios digitais institucionais, que garantam o acesso mais amplo possível às informações públicas, e, dessa forma, contribuam para dar mais transparência aos atos dos poderes e ao mesmo tempo, permitir que a população use esses dados para reivindicar direitos.

A seguir estão detalhadas dez heurísticas para uma rádio digital institucional, com análises e propostas para sua melhor aplicação.

Heurística 1

Ser visível e facilmente reconhecida no site.

Justificativa:

É preciso que o acesso às rádios digitais institucionais esteja visível e seja facilmente localizado na página principal. Para isso, é preciso que o link esteja bem situado e representado de forma padrão, para que o internauta reconheça o acesso sempre que visitar o site.

Normalmente, as rádios digitais institucionais, assim como outros veículos de comunicação com esse caráter, estão hospedadas em sites das instituições e são sinalizadas por um ícone ou símbolo característico do veículo na página principal.

Análise:

Na página da ARA, esse acesso se dá de duas formas: no menu direito, por meio de um link direto para a Rádio e no menu esquerdo,

como um sub item do link “Comunicação”, entre acessos para outros veículos da instituição, como mostra a fig. 1.:



Figura 1 – Localização da página da Rádio Assembléia nos menus esquerdo e direito do site da ALMG.

Há pelo menos dois problemas nessa localização. Em primeiro lugar, o ícone que representa a Agência de Rádio Assembléia no menu direito não é uma logomarca, nem um símbolo familiar ao usuário. Como um simples desenho indicativo, não funciona. É que embora a imagem de um microfone característico de emissoras de rádio seja facilmente reconhecido por profissionais da área, para o internauta, essa representação é pouco usual. Isso fere um dos princípios de NIELSEN (1994), que é a necessidade de “correspondência entre o sistema e o mundo real”. Isso significa que é preciso usar linguagem e simbologia familiares ao usuário.

Em segundo lugar, no menu esquerdo, o link é denominado Rádio Assembléia, enquanto no menu direito, a definição do acesso é Agência de Rádio Assembléia. Para SHNEIDERMAN (1998), isso significa falta de consistência e padrões, ou seja, ausência de ações similares para procedimentos similares. É preciso utilizar a mesma terminologia em menus.

Proposta:

Uma solução simples para a representação da Agência de Rádio Assembléia seria a criação de uma logomarca, forte e significativa o suficiente para criar a identificação com o usuário e o futuro reconhecimento da mesma numa posterior visita. Na ausência temporária de uma logomarca, poderia ser usado o símbolo padrão de áudios na internet, que seria facilmente reconhecido por quem navega pela web, como demonstrado abaixo na fig. 2.



Figura 2 – Símbolo padrão para áudio, utilizado na internet.

Heurística 2

Dar ao usuário a liberdade para ouvir a transmissão da programação *online* apenas quando quiser.

Justificativa:

Ao acessar a página da rádio digital, o usuário deve ter a opção de “clique” sobre o mecanismo de execução da transmissão *online*, porque isso lhe dará a sensação de controle. Segundo SHNEIDERMAN (1998), os usuários devem ter a sensação de que dominam os processos do sistema e que ele apenas responde às suas ações.

Análise:

Na página da ARA, no entanto, não há essa alternativa. Assim que o usuário acessa o espaço da Agência de Rádio Assembléia, o streaming da transmissão ao vivo é automaticamente ativado, obrigando o internauta a ouvir instantaneamente a programação.

Proposta:

Criar um acesso facultativo à transmissão *online* da programação, dentro da página, por exemplo, por meio de hipertextos como “Clique aqui para ouvir” ou “Ouça a ARA em tempo real”, acompanhados de símbolos padrões de áudio. Veja na fig. 3, o exemplo do acesso utilizado pela Rádio Justiça para seu conteúdo online:

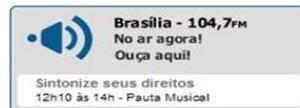


Figura 3 – Acesso para ouvir a programação da Rádio Justiça online

Heurística 3

Informar ao usuário o andamento das tarefas.

Justificativa:

Segundo NIELSEN (1994), o status do sistema precisa estar visível, ou seja, ser capaz de oferecer ao usuário mensagens simples sobre o andamento das tarefas escolhidas, para que ele saiba o que está acontecendo e assim, não abandonar a página no meio da execução de uma ação.

Análise:

Na página da ARA, observa-se que essas informações são atualizadas rapidamente, em cada passo da tarefa, até a conclusão da mesma. Ao clicar num arquivo de áudio, por exemplo, o usuário recebe pelo menos quatro informações consecutivas e instantâneas: “Abrindo mídia” e “Conectando à mídia” (enquanto o arquivo é aberto), “Armazenando em *buffer*⁴” (durante o processo de aceleração da velocidade do dispositivo de áudio) e “Executando” (durante a execução do arquivo).

Esta última mensagem vem ainda acompanhada de informações sobre a velocidade de execução do arquivo, como por exemplo: “96 K bits/segundo”. Ao parar a execução do áudio, clicando no ícone correspondente a esta tarefa, o usuário verá a mensagem “Em pausa”. Pode-se dizer então, o princípio da visibilidade do status do sistema já é observado na página da ARA, onde o usuário é informado sobre o que está acontecendo o tempo todo.

Outro jeito simples de informar ao usuário o status do sistema é

⁴*Buffer* é um termo da Ciência da Computação, que define “uma pequena área de memória ultra-rápida usada para melhorar a velocidade de acesso a um determinado dispositivo” (<http://www.guiadohardware.net/termos/buffer>).

indicar por meio de *breadcrumbs*⁵ seu trajeto de navegação e a página atual onde o usuário se encontra. Por exemplo: Home>Notícias>Esportes

Heurística 4

Usar linguagem fácil para assimilação e compreensão do cidadão comum.

Justificativa:

Como um dos grandes desafios das rádios digitais institucionais é “traduzir” o conteúdo técnico das notícias sobre os órgãos que representam, esse esforço deve ficar evidente em todos os espaços destinados a esse meio de comunicação. Desde os textos de apresentação dos serviços prestados até a linguagem utilizada nas notícias (RABELO, 2008).

Análise:

Nos boletins informativos produzidos pela ARA, observa-se a preocupação em traduzir os jargões usados na rotina do parlamento, explicar as etapas técnicas do processo legislativo, como a tramitação de um projeto de lei e esclarecer os desdobramentos de ações, como a aprovação de uma proposição. Um exemplo é a notícia “Aprovada exigência de curso superior para ingresso na PM de Minas”, publicada no dia 15 de julho de 2010, às 14h15, na página da ARA. A reportagem esclarece o que muda com a nova regra, quem será afetado por ela, o significado da norma, na prática e o que ainda falta para a medida virar lei.

No entanto, essa heurística precisa ser “testada” pelo usuário final. Por mais que o texto e os recursos de linguagem utilizados reflitam a preocupação em facilitar a compreensão do conteúdo, somente o usuário poderá avaliar de maneira consistente se esse objetivo foi alcançado.

⁵*Breadcrumbs* são elementos que ajudam o usuário a navegar pelo site, na medida em que mostram o caminho das páginas visitadas. Dessa forma, ele vê onde está e pode voltar mais facilmente à página inicial, por exemplo.

Heurística 5:

Despertar o interesse do cidadão pelas notícias institucionais por meio de textos atrativos.

Justificativa:

Especificamente nas “chamadas”, que são as legendas dos áudios disponíveis na página, essa linguagem deve ser, não apenas simples e objetiva, mas também atraente e interessante, porque são esses textos que vão despertar ou não curiosidade em ouvir as notícias sobre a instituição.

Análise:

Na página da ARA, nota-se um esforço nesse sentido, mas ainda com algumas deficiências. Há uma nítida tentativa de manter o foco no assunto de interesse do cidadão, no texto de apresentação da notícia. No entanto, muitas vezes, o trabalho parlamentar é priorizado na ordem de construção da frase, em detrimento do tema em questão, como revela a publicação da legenda da notícia “Plenário pode analisar projeto que propõe informações ao consumidor no verso da nota fiscal”, publicada no dia 08 de julho de 2010, às 08h00, na página da ARA. A prioridade para a ação do Plenário deixou em segundo plano, nesse caso, o que é mais importante para a população que é saber que poderá obter informações sobre seus direitos em toda nota fiscal. O ideal seria, portanto uma chamada como “Informações sobre os direitos do consumidor poderão ser impressas em todas as notas fiscais”.

Por outro lado, a página usa mecanismos interessantes para chamar a atenção, como a publicação de notícias sobre cidades do interior de Minas, vinculadas às chamadas com o nome da região em destaque, como, por exemplo: “Noroeste - Exposição ‘Formação do Povo Mineiro’ chega a Paracatu”, publicada no dia 26 de julho de 2010, às 17h. Ao dar prioridade à região a que se refere a notícia, desperta-se a curiosidade dos que têm interesse naquele local e evita que usuários sem qualquer vínculo com aquele território percam tempo em ouvir tal conteúdo.

Proposta:

Priorizar sempre o assunto de interesse do cidadão e classificar as

notícias, seja pelo caráter regional, seja por outro aspecto, para ajudar o usuário a escolher mais facilmente as informações que desejar ouvir.

Heurística 6

Criar identificação do ouvinte/usuário com os serviços disponíveis.

Justificativa:

As rádios digitais devem adaptar para o ciberespaço uma velha fórmula usada pelas emissoras de rádio convencionais para criar identificação com ouvintes: o uso de vinhetas conjugado a nomes para classificar programas e serviços. Como esses veículos usam *podcasts*⁶ para difundir seus arquivos de áudio na internet, entre assinantes dos serviços, essa estratégia de rotular os conteúdos torna-se ainda mais importante para manter a identidade de cada um.

Análise:

Na página da ARA, é possível verificar que os produtos estão classificados a partir do perfil de cada um, identificados por vinhetas exclusivas, mas ainda organizados de forma genérica. O boletim “Correspondente Assembléia”, que é o resumo diário de notícias sobre o parlamento mineiro, por exemplo, fica em destaque na lista de serviços. Já os outros serviços, como “Agora é Lei”, que traz informações sobre leis aprovadas e o “Direito do Consumidor”, que contém dicas e orientações do Procon Assembléia, estão reunidos na pasta “Serviço e Cidadania”, já que todos têm esse perfil. No entanto, na página principal da ARA, ficam todos listados sob o mesmo subtítulo de “Últimas Notícias”, apesar de terem características diferentes de outros produtos que estão na mesma relação. Veja na fig. 4:

⁶O *podcast* é uma forma de difundir arquivos de mídia (som, fotos, textos e vídeo) pela internet. O usuário que se cadastra como assinante desse sistema em um determinado site é avisado sobre a publicação de novos arquivos, sem precisar visitar o endereço virtual a toda hora. Em rádios digitais, os podcasts são arquivos atualizados de áudio, normalmente em formato MP3. Para ter acesso a eles, é necessária a instalação de programas conhecidos como leitores de RSS ou agregadores. (<http://www.almg.gov.br/tvalmgsom/podcast.htm>)



Figura 4 – Organização dos serviços na página principal da ARA.

Proposta:

Separar os espaços dedicados a grupos de serviços com perfis comuns. No caso da ARA, esse problema seria solucionado, simplesmente com a repetição no espaço principal, da distribuição já feita por meio de hipertexto na parte superior da página. Seria necessário, portanto, apenas aglutinar também na página principal, os serviços com o mesmo perfil.

Além disso, é preciso explicar ao usuário o conteúdo desses serviços. É necessário publicar pequenos textos em hiperlink nos nomes dos produtos, com esclarecimentos sobre o teor de cada um. Veja os exemplos abaixo:

Correspondente Assembléia: boletim diário, em duas edições, com o resumo das principais notícias sobre as atividades mais recentes do legislativo mineiro.

Últimas notícias: informações sobre as atividades do legislativo mineiro, publicadas durante a semana.

Heurística 7

Dar transparência às ações institucionais, por meio dos recursos disponibilizados em seu próprio ambiente.

Justificativa:

Uma das formas de dar transparência às ações institucionais é a própria divulgação das informações sobre essas atividades. No entanto, as mídias digitais contam com outros recursos para aumentar o grau de transparência das organizações em que estão inseridas. Normalmente, os sites institucionais abrigam mecanismos de busca variados para seus conteúdos.

Análise:

O site da ALMG abriga um farto acervo de informações sobre o legislativo mineiro, distribuído em vários espaços. O internauta pode consultar, em bancos de dados diferentes, por exemplo, todos os projetos de lei em tramitação na Casa, as normas já transformadas em lei e informações sobre os deputados, além de acompanhar a agenda do legislativo e o resultado das ações desenvolvidas pelas comissões.

Apesar do rico acervo virtual, não há mecanismos para otimizar o acesso a esses dados de um banco de dados para o outro. Quando um internauta ouve uma notícia sobre a aprovação de um projeto de lei na Rádio Assembléia, não é informado de que ele pode acessar, na íntegra, o conteúdo relativo aquela proposta ou mesmo conhecer a tramitação da proposição na Casa.

Proposta:

Isso poderia ser resolvido de várias formas. Uma delas é a citação, ao final da notícia, do banco de dados onde o usuário pode obter mais informações sobre aquele assunto. Outra maneira é publicar a transcrição dos arquivos de áudio (vide Heurística 8) e no encerramento dos textos, inserir hiperlinks como “Saiba mais sobre este assunto aqui”, com acesso direto para o banco de dados relacionado ao tema.

Heurística 8

Usar recursos multimídia para detalhar e explicar melhor as informações.

Justificativa:

As rádios digitais institucionais não costumam ser os únicos veículos de comunicação das organizações na internet. Os sites institucionais, geralmente, hospedam páginas de veículos diferentes como TV, rádio,

assessoria de imprensa e jornais online. Por isso mesmo, o resultado é um farto material de áudio, vídeo, fotos e texto, produzido pelos diferentes setores. Mas apesar das diferentes fontes de informação, poucos sites proporcionam a convergência dessas mídias.

Análise:

No site da ALMG não é diferente. As notícias publicadas na página da ARA, não levam a mais informações detalhadas pelas reportagens produzidas pela assessoria de imprensa e nem a arquivos de vídeo, feitos pela TV Assembléia sobre o mesmo tema. Nesse sentido, todos deixam de utilizar um dos recursos mais interessantes das mídias digitais, que é a multimídia.

Proposta:

Agregar os recursos multimídia, disponíveis no próprio site institucional, para valorizar o conteúdo, permitir mais fontes de informação sobre o mesmo assunto e dessa forma, aumentar a transparência sobre os atos da organização. Dessa forma, um link para o áudio de uma notícia, produzida pela ARA, poderia levar à transcrição do conteúdo em texto, com um hiperlink para mais informações na reportagem publicada pela assessoria de imprensa, além de fotos e acesso para vídeos, no caso, produzidos pela TV Assembléia. Veja o exemplo do que é feito pela Rádio Senado na fig. 5:



Figura 5 – Convergência de mídias na página da Rádio Senado na internet.

Heurística 9

Atender a diferentes perfis de usuários.

Justificativa:

É preciso que a interface seja facilmente manipulável tanto pelos usuários mais experientes em navegação na internet, quanto pelos iniciantes nessa prática. Para isso, é fundamental que dois princípios de NIELSEN (1994) sejam observados. O primeiro é a terminologia usada, que, de modo geral, deve ser compatível com a linguagem do usuário e não orientada ao sistema. O segundo é a oferta de atalhos para os usuários mais experientes efetuarem ações de maneira mais ágil, como teclas de função e caminhos em hipertexto para voltar a tarefas anteriores.

Outra forma de responder as demandas em rádios digitais institucionais é disponibilizar tipos de arquivos de áudio, com durações e perfis diversificados, de acordo com as diferentes características do público alvo.

Análise:

Na página da ARA, nota-se a preocupação em usar linguagem simples e objetiva para o diálogo com o usuário. No entanto, é possível detectar a ausência de algumas orientações básicas para facilitar a navegação e uso de serviços disponibilizados. Uma delas é em relação aos passos básicos para se fazer *download* dos arquivos de áudio ofertados. Os usuários mais experientes sabem como fazer isso, mas é preciso ensinar aos iniciantes nesse ambiente, que para salvar conteúdos desse tipo, basta clicar na tecla direita do mouse sobre o hipertexto correspondente ao arquivo, selecionar “salvar como” e salvar em seus documentos.

Já em relação aos aspectos diferenciados dos arquivos, necessários para responder às variadas demandas, a página da ARA, cumpre bem essa heurística, na medida em que oferece, por exemplo, resumos completos das notícias sobre o parlamento mineiro, com chamadas, vinheta e formato de boletins, no “Correspondente Assembléia”, destinados às emissoras de rádio que queiram usar essas informações na íntegra, sem edição estética ou de conteúdo; ao mesmo tempo em que essas notícias são fragmentadas em informativos de menor duração, identificados como “Notícias da Assembléia”, para quem quiser ouvir ou utilizar ape-

nas uma informação sobre determinado assunto. Por outro lado, parlamentares e convidados do legislativo para atuar em discussões promovidas pela Casa, no Plenário, podem ter acesso e arquivar seus discursos feitos na íntegra durante os eventos.

Proposta:

Para resolver o problema detectado quanto à linguagem usada para se referir ao sistema, uma solução simples seria transformar em hipertexto palavras citadas na apresentação dos serviços da ARA, como *download*, para que o usuário mais inexperiente, ao clicar nelas, obtenha orientações rápidas sobre como cumprir essa tarefa.

Ao mesmo tempo, é preciso manter em área isolada, como é feito atualmente, espaços para serviços como os *podcasts* (devidamente explicados na página), para os usuários mais experientes acessarem, sem precisar passar por outro caminho.

Heurística 10

Manter canais de interação com o usuário.

Justificativa:

Principalmente nas mídias institucionais públicas, manter o diálogo aberto com os usuários significa uma política de abertura para a participação popular, além de um esforço de transparência e democracia. (RABELO, 2008). Por isso, é preciso manter canais de interação com os usuários, não para que ele possa opinar sobre a programação e o conteúdo disponibilizado, como também para que suas contribuições sejam consideradas em futuros planejamentos para melhoria da interface.

Análise:

Atualmente, o único canal aberto na página da ARA para interlocução com seus usuários é o espaço identificado como “Fale com a Rádio Assembléia”. No entanto, ao clicar nesse link, o usuário é levado para um formulário padrão para todos os setores da Assembléia Legislativa de Minas no site da instituição, em que o usuário escolhe o setor com o qual ele quer falar. No caso da ARA, o usuário é simplesmente instruído a preencher o formulário para tirar dúvidas e dar

sugestões sobre o funcionamento da Agência ou para se cadastrar com o intuito de receber seus boletins.

Proposta:

Primeiramente é preciso criar um canal de acesso próprio da ARA, desvinculado do formulário padrão da instituição, para que o usuário encontre um espaço mais livre para comentários, críticas, propostas e sugestões. Dessa forma, é necessário criar outro ambiente, destinado ao cadastro para recebimento de conteúdo, já que são dois propósitos diferentes de interação.

Em segundo lugar, é preciso manter as respostas às demandas dos usuários, o que é feito pela ARA através de e-mail (RABELO, 2008).

No entanto, cabe ressaltar uma questão típica de mídias institucionais públicas como a ARA: a exposição da interação com o usuário. É preciso que a instituição decida que nível de transparência quer conferir a essa interlocução, ou seja, se vai publicar ou não os comentários, se eles vão ser mediados, selecionados, vetados ou expostos na íntegra. Isso porque, uma vez escolhida, a política de atuação deverá ser adotada sempre. Isso significa que se o legislativo optar por publicar todos os comentários, não poderá censurar críticas e expor apenas elogios, sob o risco de o usuário perceber a manobra e perder a confiança não apenas na interface, mas principalmente na instituição por ela representada.

Conclusões

As heurísticas apresentadas neste artigo para rádios digitais institucionais devem ser consideradas e aplicadas para validar a proposta de instituições que se propõe a interagir com seu público no ciberespaço.

Apesar deste estudo ter sido realizado no site da Agência de Rádio Assembléia, a intenção é que as heurísticas acima possam ser empregadas em serviços similares. Principalmente as instituições públicas devem atentar para os princípios apresentados, já que levam em conta o perfil diferenciado do conteúdo disponibilizado, ou seja, relativo à atividades públicas e também do usuário, que é o cidadão.

A aplicação dessas heurísticas significa, portanto, que, ao considerar as especificidades da mídia em questão, do público e do conteúdo com os quais está tratando, a usabilidade da interface oferecida pela institu-

ição será mais eficiente no cumprimento de principais objetivos, como a divulgação, a transparência e a democratização do acesso às suas informações.

E nenhuma instituição que mantém serviços de informação na internet pode mais ignorar as contribuições da usabilidade para sua relação com os usuários, entre elas, a abertura de espaço para a inserção da perspectiva do usuário na construção de sentido para o conteúdo oferecido.

Além disso, as futuras transformações e evoluções da *webradio* devem se embasar nesses parâmetros, incorporando a metodologia dos estudos de usabilidade para verificar junto aos usuários finais suas necessidades informacionais e dessa forma, tentar atender suas principais demandas.

Referências bibliográficas

- ALVES, Raquel Porto Alegre dos Santos. “Rádio no ciberespaço: interseção, mudança e transformação”. Trabalho apresentado no Núcleo de Mídia Sonora, XXVI Congresso Anual em Ciência da Computação, Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.
- JONHSON, Steven, *Cultura da Interface – Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Editora Jorge Zahar, 2001.
- KLEIN, Thiara Contelli. “A Internet como ferramenta de comunicação institucional no meio sindical: uma análise em quatro organizações em Juiz de Fora, MG”. Trabalho apresentado no Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XIV Congresso de Ciências da Computação na Região Sudeste – Rio de Janeiro/RJ, 07 a 09 de maio de 2009,
- LEMOS, André. “Anjos interativos e a retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais”. UFBA. Salvador, 2000.
- LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs.) *Olhares sobre a Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003; pp.11-23.
- MIRANDA, Risoletta. *O site institucional vai acabar?*. FSB PR Digital: 2010. http://www.fsb.com.br/blog/comunicacao_

corporativa/o-site-institucional-vai-acabar/#more-238
acessado em 01/08/2010.

- PRATA, Nair. Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação. 2008. Tese (Doutorado em Estudos Lingüísticos). Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.
- PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador: comunicação, cibercultura, cognição*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- PRIMO, Alex. Quão interativo é o hipertexto?: Da interface potencial à escrita coletiva. *Fronteiras: estudos mediáticos*, São Leopoldo, v.5, n.2, p. 125-142, 2003.
- NIELSEN, Jakob. *Heuristic evaluation*. In Nielsen, J., & Mack, R.L. (Eds.), *Usability Inspection Methods*, New York, John Wiley & Sons, 1994.
- NIELSEN, Jakob. *Projetando Websites*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- NIELSEN, Jakob. *Usability 101: Introduction to Usability*. Alertbox: 2003. <http://www.useit.com/alertbox/20030825.html>, acessado em 28/07/2010.
- NIELSEN, Jakob. *Usability Engineering*. San Francisco, Ed. Morgan Kaufmann, 1993.
- RABELO, Rosângela. *Legislativo Mineiro nas Ondas do Rádio: Contribuições da Agência de Rádio da ALMG à Transparência e à Interiorização do Parlamento*. 2008. Monografia (Especialização em Poder Legislativo). Escola do Legislativo/ Instituto de Educação Continuada, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.
- RIBEIRO, Ana Elisa, VILLELA, Ana Maria Nápoles, NOVAIS, Ana Elisa Costa, DINIZ, Bernardo. “Folheando de mentira: leituras de jornais impressos na web”, 2009.

SHNEIDERMAN, B. *Designing the User Interface: strategies for effective human-computer interaction*, Reading, Addison-Wesley, 1998.