

DESIGN E REDES SOCIAIS TEMÁTICAS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O FILMOW

CAROLINE COUSEN MOR¹; GABRIELA DA SILVA ZAGO²

¹*Universidade Federal de Pelotas – carolcmor@hotmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – gabrielaz@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho compõe a etapa inicial de uma pesquisa cujo objetivo final é analisar como certos aspectos do Design se manifestam em interfaces de redes sociais temáticas e como podem auxiliar no estudo e desenvolvimento da interface destas. O objetivo deste resumo expandido atende ao objetivo final restringindo a análise a apenas uma rede social temática a partir de um estudo de caso, para definir os aspectos a serem analisados no estudo e de que forma essa análise será conduzida quando aplicada em outras interfaces. Os aspectos a serem analisados neste momento são a experiência do usuário, a usabilidade e a arquitetura de informação, dos quais são apresentados os conceitos nos parágrafos seguintes.

Segundo ROGERS et al. (2013) muitos produtos que requerem a interação do usuário foram projetados principalmente tendo o usuário em mente, como os smartphones e os sites de redes sociais, citando alguns aspectos que se fazem presentes nos principais objetivos do design de interação, tais aspectos são a experiência do usuário e a usabilidade.

A experiência do usuário leva em conta como um produto se comporta e é usado por pessoas no mundo real, consiste em como as pessoas se sentem em relação a um produto, ao prazer e satisfação ao olhá-lo e manuseá-lo. (ROGERS et al., 2013) Para GARRETT (2010, p. 10) todo produto que é usado por alguém envolve uma experiência de usuário: jornais, ketchup, poltronas reclináveis, blusas cardigãs, etc. PINE; GILMORE (1999, p. 12) definem experiência como um conjunto de acontecimentos que envolvem o indivíduo de maneira pessoal e memorável. Para NIELSEN; NORMAN (s/d) a experiência do usuário envolve todos os aspectos da interação do usuário final com a empresa, seus serviços e produtos.

A usabilidade para AMSTEL (2005) é sinônimo de facilidade de uso. Se um produto é fácil de usar, o usuário tem maior produtividade: aprende mais rápido a usar, memoriza as operações e comete menos erros. ROGERS et al. (2013) julgam a usabilidade como fundamental para a qualidade da experiência do usuário e inversamente os aspectos de experiência do usuário estão intimamente ligados ao quanto usável é o produto.

Outro aspecto relevante para este trabalho é a arquitetura de informação, a qual se volta para estruturar a experiência do usuário. A arquitetura de informação ou design da informação objetiva assegurar que a informação seja transmitida de forma efetiva, estando ligado ao princípio básico da comunicação (HOHLFELDT et al, 2001) que prevê o mínimo de ruídos possíveis no trajeto da mensagem entre emissor e receptor.

Por fim, também se levam em consideração as definições de sites de redes sociais e redes sociais temáticas. Para este estudo um site é considerado rede social no momento em que, segundo RECUERO (2009), este consiste basicamente em um perfil de usuário, um espaço específico para publicações e

ligações entre os usuários cadastrados, por exemplo, como uma lista de amigos ou de seguidores. A partir do conceito de rede social exposto por RECUERO (2009), pode-se assumir que uma rede social temática conte cole todos os setores citados como característicos de uma rede social contando com a adição de uma temática como guia de sua estrutura. Uma rede social temática na web, de acordo com MONTARDO (2010, p. 298), é tida como um conjunto de nós e suas conexões que se estruturam em torno de um tema específico e que se mantém restrita a ele.

2. METODOLOGIA

Na etapa apresentada a seguir o objetivo é a partir dos conceitos apresentados anteriormente, realizar um estudo de caso sobre a rede social temática Filmow para analisar alguns dos aspectos do design que se espera que auxiliem no estudo e desenvolvimento de uma interface para uma rede social temática. Neste primeiro momento serão analisados os aspectos experiência do usuário, usabilidade e arquitetura de informação nas páginas correspondentes às páginas de criação de uma conta, página inicial e de discussão de um filme.

A análise dos aspectos experiência do usuário e usabilidade será conduzida de acordo com as metas estabelecidas por ROGERS et al. (2013), enquanto a aplicação da análise sobre arquitetura de informação será conduzida através da identificação de espaços dedicados aos sistemas de organização, sistemas de busca, sistemas de rotulagem e sistemas de navegação.

Para a execução da análise foi necessário a criação de uma conta na rede social temática em questão, bem como a documentação e análise das etapas envolvidas.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

No presente momento o estudo se encontra em sua fase inicial, com a intenção de definir os aspectos a serem analisados e de que forma a análise será conduzida em outras interfaces a fim de adquirir mais informações para enriquecer o estudo.

Como descrito anteriormente, a análise foi construída em torno das páginas envolvidas na tarefa de criação de conta utilizando a conta do Facebook, além da página inicial do site e de uma página de discussão de filme. Para melhor visualização das etapas do processo de criação de conta foi feito um fluxograma que é mostrado mais adiante na Figura 1.

No que diz respeito à experiência do usuário, a partir das metas apresentadas por ROGERS et al. (2013) durante a interação da pesquisadora com a interface do Filmow, foi possível observar que a interface promove a sociabilidade e também a praticidade permitindo o login a partir de conta em sites de redes sociais como o Facebook e também a importação de certas informações como listas de amigos e filmes, todavia, a funcionalidade de importação de filmes não foi capaz de reconhecer a relação de filmes do perfil do Facebook e nada foi importado.

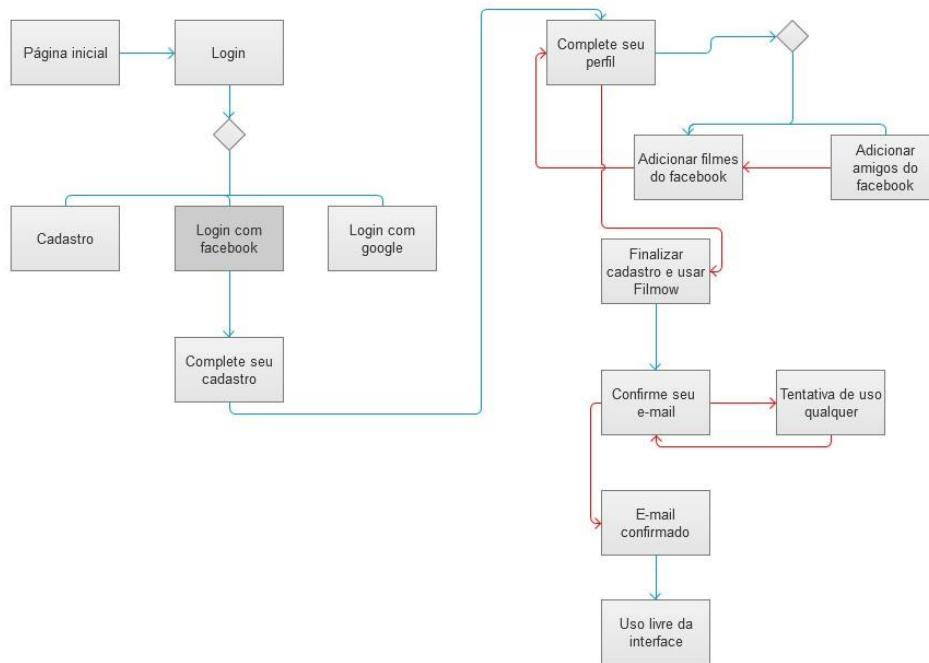


Figura 1: Fluxograma das etapas de criação de conta até o uso da interface

Quanto às metas de usabilidade, a pesquisadora ficou presa no ciclo infinito da confirmação de e-mail e não foi possível realizar um análise muito detalhada deste aspecto, então as metas serão analisadas de acordo como aquelas expostas por ROGERS et al. (2013). Primeiramente temos a eficácia, que corresponde a quanto o produto é bom em fazer o que se espera dele, no caso do Filmow, visto que o que era esperado uma interface que propiciasse boas trocas e discussões sobre filmes e mediante o acesso feito antes de criar a conta no site, foi possível observar que a página de discussão continha um espaço amplo e satisfatório para discussão sobre o filme nos comentários, além de diversas informações e curiosidades sobre o filme, assim sendo considerado eficaz. A eficiência de uma interface é medida de acordo com a maneira que o produto auxilia os usuários na realização de suas tarefas. Devido a ser a interface de uma rede social temática, o principal foco é a socialização dos usuários, o que foi devidamente atendido tendo em vista o que foi mencionado anteriormente sobre a página de discussão sobre filmes e a importação de amigos de outra rede social, no caso o Facebook. Outra meta é a segurança, que consiste em proteger o usuário de condições perigosas ou situações indesejáveis. No Filmow vamos pegar como exemplo a situação do e-mail de confirmação: A não confirmação do e-mail limita o acesso à interface, não oferece nenhuma opção de reenvio do e-mail, e também não permite acesso à sessão de perguntas frequentes do site, ou seja, além de não prevenir tal situação não permite opções para que o usuário resolva o problema, resta apenas esperar que chegue um e-mail de confirmação, clicando várias vezes na opção de confirmar e-mail. Depois de segurança vem a utilidade, que diz respeito à medida na qual o produto oferece o tipo certo de funcionalidade, de modo que os usuários possam fazer aquilo que precisam ou desejam. A interface em questão oferece funcionalidades interessantes para o contexto, por exemplo, a funcionalidade de importação de filmes do Facebook; todavia, a implementação de tal funcionalidade deve ser revisada, pois, oferecer uma funcionalidade que não funciona é incoerente. Para finalizar a análise com base em metas de usabilidade temos que avaliar se é fácil de aprender a usar a interface e se é fácil de lembrar como usá-la. O Filmow, apesar dos erros e experiências frustrantes ao longo do uso, possui uma interface bastante simples de usar, e consequentemente fácil de lembrar.

Por fim, no que diz respeito à arquitetura de informação, os espaços destinados a organização e navegação da interface são medianamente relevantes em relação ao conteúdo das páginas, com a utilização de rótulos simples e claros compostos de no máximo três palavras (incluindo “o, a, e, de e semelhantes”) ou às vezes somente ícones que são comuns em interfaces de sites de redes sociais, tais como um globo para notificações e ou publicações, um envelope para mensagens e um boneco que faz relação a usuários.

O site possui um sistema de busca focado em filmes, séries e artistas, o qual não possui nenhum sistema de filtro de busca, porém sugere inicialmente as categorias que devem ser digitadas para que se chegue a algum resultado. É possível navegar no site através dos menus dispostos no cabeçalho e do mapa do site disposto no rodapé do site através de cliques. O site não faz uso de menus expansíveis e conta com oito opções no menu, incluindo uma opção para retornar a página inicial. Quando uma opção do menu é selecionada é exibido um realce ao redor dela indicando onde o usuário se encontra no site, prevenindo que o usuário se perca na interface e possibilitando sempre que ele retorne à página inicial caso isso aconteça.

4. CONCLUSÕES

O objetivo final do estudo é, como já citado anteriormente, analisar como certos aspectos do design se manifestam em interfaces de redes sociais temáticas e como podem auxiliar no estudo e desenvolvimento da interface destas, o que não é possível apresentar com a análise de somente uma rede social temática. O conteúdo exposto neste resumo é o ponto de partida, sendo utilizado para delimitar os aspectos as serem analisados posteriormente em outras interfaces de redes sociais temáticas, bem como isso será aplicado nestas, coletando informações através de um benchmarking e por fim obtendo um modelo prático para estudo e desenvolvimento de redes sociais temáticas a partir dos aspectos analisados em cada interface.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMSTEL, F. **Afinal, o que usabilidade?**. Acesso Digital, Set. 2005. Acessado em 11 jul. 2015. Online. Disponível em: http://acessodigital.net/art_fred_o_que_e_usabilidade.html
- GARETT, J. **The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond** (2nd Edition). New Riders, 2010.
- HOHLFELDT, A.; FERREIRA, G.; MARTINO, L.; MORAIS, O. **Teorias da comunicação: Trajetórias investigativas**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- MONTARDO, S. Redes temáticas na web e biossociabilidade online. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 17, n. 3, p. 295-303, 2010.
- NIELSEN, J.; NORMAN, D. **The definition of user experience**. Nielsen Norman Group, s/d. Acessado em 11 jul. 2015. Online. Disponível em: <http://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>
- PINE, J.; GILMORE, J. **The Experience Economy**. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- ROGERS, Y; SHARP, H; PREECE, J. **Design de interação: além da interação humano-computador**. Porto Alegre: Bookman, 2013.