

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

CAROLINE COUSEN MOR¹; GABRIELA DA SILVA ZAGO²

¹Universidade Federal de Pelotas – carolcmor@hotmail.com

²Universidade 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 quão 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 contemple 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 estrutura 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.

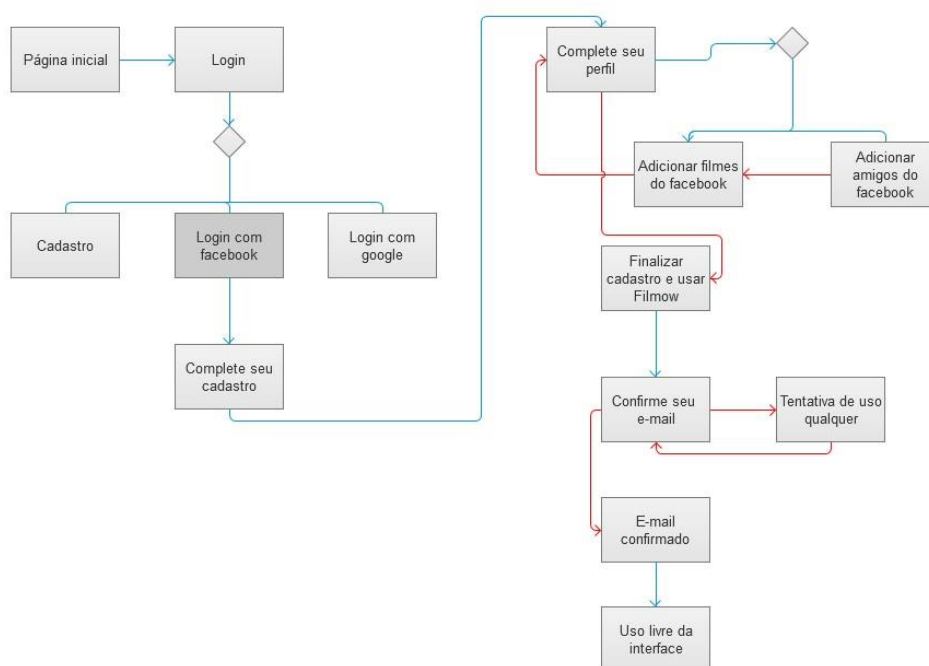


Figura 1: Fluxograma das etapas de criação de conta até o uso da interface

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 conseqüentemente 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 a 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.