

A influência do Usuário sobre a Apresentação Visual da Informação na Web: o Caso do Layout Adaptativo e da Personalização de Layout

User's influence on the visual presentation of information on the web: the case of adaptive layout and layout's customization

Paula Sobrino

Escola Superior de Desenho Industrial – ESDI/UERJ – Brasil
paulasobrino@gmail.com

Abstract. Ahead of the digital environments expansion which follows the principles of the web 2.0, one can notice a growing opening for user's participation. The proposal of this research is to reflect on how this scenario of participation is strengthening a social structure capable of actively acting not only in the production of digital content, but also in the form of this content presentation. From a survey of cases and a theoretical review, this paper aims to analyze two different types of user's influence on the visual dimension of web environments. One first - adaptive layout - based on the indirect user's action and a second - layout's customization - based on the direct user's action.

Keywords. Web design; web 2.0; architecture of participation; visual presentation.

Introdução

Em 2005, O'Reilly publicou um importante texto que articulava as diferentes questões surgidas nas conferências Web 2.0, que se propunham discutir sobre o futuro da web. Em linhas gerais, o manifesto de O'Reilly aplica o avanço alcançado no desenvolvimento das tecnologias digitais em novos princípios para a geração de serviços e produtos na web. Princípios esses que garantem ao usuário mais do que o acesso à informação, garantem a abertura de novos canais de interação, seja com o ambiente digital, seja com os outros usuários. Segundo Primo (2008), configurando a fase da “interação mútua” na web, baseada em práticas cooperativas, diálogo e negociação; em oposição à “interação reativa” da fase anterior, baseada no apontar e clicar do mouse, na ação e na reação. Passados cinco anos, é possível observar uma grande aceitação dos princípios descritos por O'Reilly, tanto do lado dos projetistas, na utilização desses para a concepção dos ambientes; quanto do lado dos usuários, na utilização cada vez mais crescente das novas ferramentas. Ferramentas moldadas principalmente, pela “arquitetura da participação”, que segundo O'Reilly (2005) situa a web como um meio inteligente de intermediação que viabiliza a configuração de uma ética de cooperação implícita. Uma ética que eleva a dimensão social das relações estabelecidas entre os participantes a um patamar mais elevado de ação, em que os usuários passam a intervir tanto na geração do conteúdo como também suas ações resultam em mudanças no próprio ambiente digital.

Pensar como o cenário da participação dos usuários tem influência sobre a dimensão visual dos ambientes digitais é o objetivo desse trabalho, considerando que a dimensão visual corresponde ao caráter construído desses ambientes, que possui um outro tipo de fisicalidade – imaterial – dada pela percepção visual. A dimensão que permite ao usuário a visualização e compreensão da informação; sua interação com o ambiente e com os outros membros participantes, e por fim, sua expressão individual.

Se considerarmos que o papel dos recursos visuais, independentemente de uma avaliação estética, é a ferramenta de apresentação e síntese da informação, vamos entender a importância de se dar um destaque à dimensão visual. Principalmente num cenário em que se observa a multiplicação exponencial dos dados e a necessidade de se estabelecer filtros de

acesso a esses, é de extrema importância estudar como os usuários – apoiados na sua influência sobre a visualidade – podem (ou não) cooperar coletivamente com essa difícil tarefa, de modo a tornar a informação mais inteligível, de fácil assimilação.

Metodologia de pesquisa

Para o desenvolvimento desse trabalho foram estabelecidos dois eixos de pesquisa. De um lado, o reconhecimento do eixo da “ação social” fundamentado pelo incentivo à formação de coletivos sociais da nova web, e pela criação de ambientes digitais totalmente dependentes da estrutura de participação dos usuários. De outro lado, o eixo “técnico-visual” enquanto instrumento fundamental da interação e compreensão da informação, e por fim, estrutura que pode estar sujeita a ação do primeiro eixo, o social.

Definida a estrutura da pesquisa, foram adotadas três etapas fundamentais para o desdobrar do trabalho. Uma primeira etapa baseada no levantamento de ambientes da web 2.0 que seguem a lógica da arquitetura da participação e que dependiam da ação do usuário para se definirem. Uma segunda etapa baseada na revisão e articulação teórica para a compreensão do fenômeno. E finalmente uma terceira, baseada na classificação e análise dos diferentes tipos de influência dos usuários sobre a dimensão visual dos ambientes digitais. Ao todo foram elencados quatro diferentes tipos de influência que se diferiam pelo grau de abertura (dado ao usuário) ou grau de controle (provindo do projetista). Essa classificação pode ser vista em Sobrino (2008). Para o aprofundamento da análise foram selecionados os tipos 2 e 3 identificados, baseados no layout adaptativo e na personalização de layout, respectivamente, pois ambos apresentavam uma balança mais equilibrada na dinâmica de abertura e controle, da ação do usuário e do projetista, para a definição da dimensão visual dos ambientes.

Assim o trabalho prosseguiu na articulação da dimensão técnica-visual (baseada nas apresentações visuais) e da dimensão social (baseada nas motivações sociais). O que veremos nessa análise é que as apresentações visuais – de natureza técnica, resultantes em parte da estrutura de participação dos usuários – trazem consigo determinações sociais delineadas pelas motivações daqueles que habitam o ambiente digital e fazem uso de suas ferramentas. Assim para o tipo 2 – layout adaptativo – veremos

como a estrutura visual está intimamente ligada à necessidade organizacional do grupo, à gestão automatizada dos dados produzidos coletivamente. Para o tipo 3 – a personalização de layout – veremos como a estrutura visual está intimamente ligada à necessidade de construção da identidade on-line do indivíduo e do grupo, que tem repercussões sobre a comunicação, formação e visibilidade do coletivo.

Layout adaptativo, gestão e cognição

A partir da abertura dada ao usuário para contribuir na geração do conteúdo da Internet observa-se também a necessidade cada vez mais presente de incluir esses mesmos usuários na gestão dos dados produzidos. Por conta disso é possível observar a utilização cada vez mais intensa de recursos avançados nos ambientes digitais que sustentam uma forma de gestão automatizada e coletiva dos dados. Uma gestão que se dá de modo compartilhado, através da sinergia entre os membros que habitam e se apropriam do ambiente digital viabilizado pelos projetistas.

Porter (2008) vai chamar de “sistemas adaptativos complexos” a base técnica que dá suporte a essa organização social dos dados. Para o autor, esses sistemas são complexos, pois são compostos por partes interconectadas, que como um todo, apresentam novas propriedades não observadas nas partes individuais. E são adaptativos, pois tem a capacidade de mudar todo o tempo, estabelecendo um filtro para trazer à tona o melhor e mais relevante conteúdo para a coletividade.

Para essa análise foram identificados diferentes ambientes e ferramentas que utilizavam a estrutura de gestão descrita, e que por sua vez, utilizavam diferentes recursos visuais para dar forma visual à participação dos usuários e à informação produzida coletivamente. Como estudo de caso, foi escolhido o digg, que é um ambiente que permite que o conteúdo, além de produzido pelos usuários, seja avaliado de forma coletiva através de pontuações. Baseado em diferentes recursos visuais, como a adaptação da página inicial em função das notícias mais bem pontuadas ou os infográficos dinâmicos do modo digg labs, esse ambiente utiliza as estruturas visuais como ferramentas de suporte cognitivo. No primeiro caso, ordenando as notícias consideradas mais relevantes e dando destaque a essas na página inicial. E no segundo caso, apresentando de forma visual as relações complexas que se estabelecem entre o conteúdo, os usuários e suas interações. Ou seja, se configurando como uma ferramenta que reconhece a multiplicação exponencial dos dados disponíveis na Internet; recorre à ação do usuário para o estabelecimento de filtros; para enfim, retornar a esses mesmos usuários conteúdos selecionados e apresentá-los de forma a facilitar sua assimilação.



Figura 1. Captura de tela do digg labs.

Assim pode-se dizer que em comum, os layouts adaptativos se conformam como estruturas visuais de síntese da informação, a partir do momento que contabilizam as contribuições individuais através de suas relações coletivas. Também é possível diagnosticar que a influência do usuário se dá de modo indireto, uma vez que não há um deslocamento das atividades dos usuários, mas sim um aproveitamento das atividades realizadas para a definição da estrutura visual, como por exemplo, a atividade de compartilhar conteúdos, classificá-los através de metadados ou somente se movimentar e interagir com o ambiente. Em última análise, uma influência que resulta em uma modificação visual estritamente prevista pelos projetistas, mas que por se basear na imprevisibilidade da natureza humana, abre a possibilidade de múltiplas configurações dessa estrutura visual, sendo assim, uma ferramenta decisiva para a compreensão dos dados produzidos e classificados coletivamente.

Personalização de layout e identidade on-line

Quais são as motivações sociais que levam às pessoas a utilizarem ferramentas de personalização de layout? Recuero (2008) diz que os instrumentos de personalização em um ambiente digital estão ligados à construção do “eu” digital, à necessidade de formação da identidade on-line, que representa e dá visibilidade ao indivíduo no ciberespaço. Em adição, Marathe (2009) afirma que os sistemas de personalização se dividem em duas estruturas: uma primeira de caráter funcional, que permite ao usuário modificações nos aspectos funcionais dos produtos, promovendo um senso de controle do usuário sobre o artefato digital; e uma segunda, de caráter cosmético, que permite ao usuário modificações nos aspectos visuais da interface, na sua forma de apresentação, promovendo um senso de identidade do usuário com o artefato digital.

Observando a contribuição dos dois autores, percebe-se que ambos se atêm a considerar os sistemas de personalização unicamente por seu viés individual. E ainda em Marathe, a personalização de layout é considerada como um recurso cosmético, sem funcionalidade. O que se defende nessa análise é que a personalização de layout está atrelada tanto à formação da identidade individual quanto da identidade coletiva e que sua utilização vai para além da esfera cosmética, para um recurso de eficácia comunicativa, e, portanto, funcional.

Essa afirmação é formulada a partir da leitura do trabalho de Wroblewski (2006), que destaca que a construção da identidade on-line do usuário é de vital importância para a manutenção e expansão do coletivo, uma vez que os ambientes da web 2.0 dependem da ação do usuário para seu pleno funcionamento. Desse modo, as ferramentas projetadas tendem a destacar a



Figura 2. Blog Altno Machado e EMO Hairstyle.

presença do indivíduo e enaltecer suas ações, a fim de motivar a sua participação e fomentar a arquitetura de contribuição coletiva desses ambientes. Dessa forma, o que se pode concluir é que o incentivo ao indivíduo, e à construção da sua identidade, na verdade objetiva fins coletivos.

Para ajudar na compreensão dessa dinâmica individual/coletiva, Porter (2008) destaca como a construção da identidade está atrelada à reputação do usuário e ao pertencimento desse a um grupo. Se considerarmos que a reputação é o conjunto de crenças ou opiniões que os outros têm sobre um e que o pertencimento nasce da identificação que se faz entre os diferentes indivíduos representados num grupo, é possível reconhecer uma transição da personalização como instrumento de criação da identidade individual para um instrumento com força na modelagem da identidade coletiva.

Para ilustrar essa reflexão, foi escolhido o blogger, que é um ambiente que viabiliza a criação de blogs personalizados. A partir dos dois blogs apresentados abaixo é possível ver como a utilização das ferramentas de personalização de layout (alteração de cores, tipos de letras etc) contribuem para a representação de um “eu” como diz Recuero, mas também como um meio de criar uma identidade coletiva entre o autor do blog e todos os outros usuários que participam com sua leitura e seus comentários e se sentem pertencentes a uma mesma totalidade. Assim é possível perceber que a personalização de layout mais do que um recurso cosmético, como dizia Marathe, ou de caráter unicamente individual, tem sua atuação pragmática, funcional, uma vez que coopera na constituição de um coletivo através da comunicação. No caso dos blogs, em particular, parece muito errôneo considerá-los somente representações do “eu”, uma vez que essa ferramenta depende para sua existência completa, de no mínimo, leitores, para ser estabelecida a lógica emissor-receptor. E mais ainda, que esses leitores se sintam pertencentes ao debate, pertencentes a um grupo, e façam comentários, alimentando mais uma vez a lógica participativa e coletiva da nova web.

Olhando do ponto de vista do design dos ambientes, uma vez que as escolhas formais evocam diferentes significados e conseguem comunicar melhor uma mensagem a um público, é possível dizer que a possibilidade de personalização de layout dá ao usuário condições de melhor expressão e que potencializam a eficácia da comunicação.

Conclusão

Avaliando os dois tipos de influência apresentados, foi possível perceber que em ambos o usuário se depara com limitações para atuar na visualidade do ambiente digital. Para o tipo 2 – layout adaptativo – viu-se com clareza essa limitação, na medida em que toda a estrutura visual era anteriormente projetada, e somente alimentada e definida pela ação dos usuários. No tipo 3 – personalização de layout – foi percebida também essa limitação, mesmo que nesse grupo a liberdade de intervenção do usuário se apresentasse maior do que do tipo anterior. Mesmo possuindo diferentes possibilidades de escolha, o usuário dispunha de um número limitado de combinações possíveis, maior ou menor de acordo com o ambiente digital, porém sempre condicionadas pela disponibilização das ferramentas de personalização, que era dada pelos projetistas.

Contudo, foi possível ver também como através da participação e da relação dessa com os recursos técnico-visuais os usuários foram incorporados na “máquina de criação de sentido” da mensagem, ou seja, foram incluídos no momento de produção da informação, na sua apresentação e emissão, e não somente na sua recepção, como víamos nos primeiros ambientes da web. Dessa forma se torna claro que a hierarquização da informação nos layouts, bem como uma eficiente comunicação visual, não estão mais exclusivamente nas mãos dos projetistas, mas contam com a ação complementar do usuário para se definirem.

Referências

- Marathe, S.: 2009, Investigating the Psychology of Taskbased and Presentation-based UI Customization. In: Proc. CHI 2009. ACM Press, pp. 3129-3132.
- O'Reilly, T.: 2005, What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software, <<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>> Acesso em: 21 out. 2008.
- Porter, J.: 2008, Designing for the social web. New Riders, Berkeley.
- Primo, A.: 2008. Fases do desenvolvimento tecnológico e suas implicações nas formas de ser, conhecer, comunicar e produzir em sociedade. In: Pretto, N.: Silveira, S. Além das redes de colaboração. EDUFBA, Salvador.
- Recuero, R.: 2008, Estratégias de Personalização e Sites de Redes Sociais: Um estudo de caso da apropriação do Fotolog.com. Comunicação, mídia e consumo. São Paulo. Vol. 5 n . pp. 35-56.
- Sobrinho, P.: 2008. Criação colaborativa e visualização da informação: confluências no domínio do webdesign In: Anais XII Congresso Iberoamericano de Gráfica Digital. SIGRADI, Havana.
- Wroblewski, L.: 2006, The web now: social. In: Interaction Design Association Symposium. <http://www.lukew.com/resources/articles/lxDA_SocialWeb_LW.pdf> Acesso em: 12 jun. 2007.