



**SBTIC
2019**

VIRTUALIZAÇÃO INTELIGENTE
NO PROJETO E NA CONSTRUÇÃO
2º Simpósio Brasileiro de Tecnologia
da Informação e Comunicação na
Construção
UNICAMP | 19 a 21 de agosto

PARÂMETROS DE DESIGN NA ANÁLISE E LEITURA DE ARTEFATOS MIDIÁTICOS: REVISÃO NARRATIVA.

Design parameters on the analysis and reading of media artifacts: narrative review.

Gustavo Henrique Campos de Faria

Universidade Federal de Santa Catarina | Florianópolis, SC | guscamfar@live.com

Carlos Eduardo Verzola Vaz

Universidade Federal de Santa Catarina | Florianópolis, SC | cev00@gmail.com

Luciane Maria Fadel

Universidade Federal de Santa Catarina | Florianópolis, SC | luciane.fadel@ufsc.br

RESUMO

Em um mundo de ritmo acelerado, arquitetos e urbanistas devem lidar com as inúmeras maneiras pelas quais as novas mídias afetam o ambiente construído. Essas mídias estão cada vez mais presentes no cotidiano da sociedade contemporânea. Cada vez mais, as pessoas experimentam a cidade através das mídias móveis. Seja por meio de aplicativos de smartphones ou troca de mensagens com amigos, a cidade parece bem-vinda aos seus habitantes e visitantes fisicamente e digitalmente. As pessoas carregam seus smartphones no bolso quase como uma extensão do corpo, um dispositivo que funciona como porta de entrada para o mundo digital e virtual. Neste sentido, o objetivo deste artigo é apresentar uma revisão narrativa dos parâmetros de design na análise e leitura de artefatos midiáticos. Este trabalho desenha conceitos e discussões sobre as poéticas das novas mídias como um novo passo para compreender o contexto da cidade mediada. É importante saber que os espaços híbridos estão em construção hoje em dia e com a popularização dos smartphones, resultados inovadores estão surgindo em pesquisas recentes. Neste processo, não há dúvidas sobre o potencial da integração de cidades e sistemas digitais, e arquitetos e urbanistas devem experimentar e esboçar soluções para novas possibilidades em espaços públicos urbanos.

Palavras Chave: Hipermediação; Imediação; Agência; Narrativa, Interatividade

ABSTRACT

In a fast pace world, architects and urban designers must deal with the myriad of ways in which new media affect the built environment. Those medias are increasingly present in the everyday life of contemporary society. Progressively, people experience the city through mobile medias. Whether through smartphone apps or exchange messages with friends, the city seems welcome to its inhabitants and visitors physically and digitally. People carry their smartphones in their pocket almost as an extension of the body, a device that functions as gateway to digital and virtual world. In this sense, the goal of this paper is to present a narrative review of the state of art in design parameters on the analysis and reading of media artifacts. This work draws concepts and discussions about the poetics of new media as a new step of understanding mediated city context. It is important to know that hybrid spaces are under construction nowadays. With the popularization of smartphones, innovative results are emerging in recent research. In this process, there is no doubt of the potential of integrating city and digital systems, and architects and urban designers must experience and sketch solutions for new possibilities in urban public spaces.

Keywords: Hypermediacy; Immediacy; Agency; Narrative, Interactivity

1 INTRODUÇÃO

Devido à globalização e inserção da internet no cotidiano da população, torna-se importante um olhar não apenas para o espaço físico das cidades, mas também para o espaço virtual. Segundo Lemos (2004), a camada virtual não substitui a materialidade física, porém adiciona novas funcionalidades ao espaço. Consequentemente, percebe-se mudanças significativas na cidade, em seus espaços e ritmos. A presença de mídias instantâneas e pervasivas produzem uma nova conduta de experiência social, política, econômica e cultural da sociedade (MCQUIRE, 2010).

Lemos (2018) comenta que os celulares vêm se tornando mais que um aparelho de comunicação oral, mas oferece uma variabilidade de funções de comunicação e ação no cotidiano. Assim, é inegável a existência das mídias móveis na sociedade e seu potencial como ferramenta que modifica as dinâmicas urbanas. Segundo Virilio (1984, p.40), “[...] de agora em diante se quisermos continuar com a tecnologia (e não penso que haverá uma regressão neolítica), precisamos pensar ‘instantaneamente’ a substância e o

acidente”, dessa forma, arquitetos e urbanistas devem se atentar às possibilidades emergentes de mídias digitais e suas implicações no ambiente construído.

Nesse contexto, surge a necessidade de pensar os mecanismos midiáticos que se manifestam e propiciam modificações das dinâmicas urbanas. Assim, a presente pesquisa tem como objetivo realizar uma revisão narrativa dos parâmetros de design na análise e leitura de mídias móveis, fornecendo insights nas interações subjetivas homem-computador e suas implicações na vida urbana contemporânea.

2 METODOLOGIA

O presente artigo consiste de um estudo qualitativo baseado em revisão narrativa. Essa metodologia, diferente de uma revisão sistemática, busca uma análise da literatura sem estabelecer critérios rigorosos e replicáveis (VOSGERAL; ROMANOWSKI, 2014). A partir da questão: “Quais estratégias de design midiático propiciam, ao usuário, ampliar as experiências espaciais e novas formas de interação?” foi realizada uma pesquisa manual de literatura explorando os princípios e estratégias criativas no design de artefatos digitais, denominados por *poetics of new media* - princípios gerais em que um produto é formado, suas funções, efeitos e usos (BORDWELL, 2008) -, além de seu contexto e efeito na experiência do usuário. Termos como imediação, hipermediação, agência, narrativa e interatividade foram decisivos na escolha do referencial, tomando-os como dimensões significativas das mídias digitais, isto é, características importantes para investigação como meio expressivo e influente no comportamento humano.

Para identificação e organização dos dados qualitativos utilizou-se do método *close reading*, o qual visa uma análise crítica dos padrões significativos no desenvolvimento de uma compreensão aprofundada e precisa de significados textuais (VAN LOOY; BAETENS, 2003). A análise e interpretação dos conceitos e teorias foi direcionada para a tomada de decisões do usuário, correlacionando-a com as experiências da vida urbana.

3 RESULTADOS

Interface pode ser definida como sendo um código capaz de transportar informações culturais em uma diversidade de meios de comunicação (MANOVICH, 2001). Desse modo, pode-se dizer que a vida cotidiana contemporânea é experienciada por intermédio de interfaces entre seres humanos e objetos. Elas determinam como os usuários pensam e utilizam qualquer instrumento intermediado por uma tecnologia de informação e comunicação, pois é por meio dela que os dados são organizados, mas além disso, ela é fundamental como transmissor de mensagens aos desfrutadores da mídia (MANOVICH, 2001).

Por conseguinte, o termo *Human-Computer Interface (HCI)* surge para descrever os modos de interação entre usuário e computador, transformando a linguagem das interfaces em um meio híbrido, isto é, a mesclagem entre ambiente imersivo e conjunto de controles (MANOVICH, 2001). Assim, as relações entre o ser humano e o computador introduzem novas maneiras de experienciar o mundo. Isso, porque, segundo Manovich (2001), o interfaceamento entre as novas mídias cria uma linguagem de organização da informação, alterando seu papel na sociedade contemporânea. O autor ainda argumenta que essa nova forma de comunicação depende de interfaces com propriedades físicas, definindo como as pessoas se relacionam e pensam sobre elas. Percebe-se também que as novas mídias trazem aspectos diferentes ao tipo de interatividade do usuário com o espaço. A junção de espaço físico e virtual, interligada em tempo real, proporciona uma realidade aumentada que pode ser aplicada e utilizada como parte do cotidiano, durante o trânsito ou ao caminhar por uma praça ou uma rua, potencializando as experiências do usuário.

De forma a oferecer melhor experiência em relação à mídia, Bolter e Grusin (1999) apresentam que a imersão do usuário com a mídia dar-se-á pela imediação, isto é, torna a experiência do usuário ainda mais real, proporcionando uma experiência corporal por meio do desaparecimento do corpo físico e das distâncias geográficas. Assim, possibilita que o sujeito transponha a barreira de informação entre a mente e a máquina (BOLTER; GRUSIN, 1999). Essa poética permite ao usuário a capacidade de esquecer do dispositivo e adentrar na virtualidade proposta pela mídia. Do mesmo modo, destaca-se a importância da hipermediação, que possui efeito contrário à imediação, evidenciando o meio. Assim, o receptor reconhece o artefato como um dispositivo, a partir das informações remetidas por ele. A hipermediação decorre da difusão de sinais mediados, de forma a gerar sensações ao lembrar o usuário da presença da interface do meio de comunicação (BOLTER; GRUSIN, 1999).

Paralelamente, Murray (1998) comenta que quanto mais imersivo o meio, mais ativo será o usuário no controle. A autora complementa que quando o sujeito experiencia uma ação e lhe causa um resultado quantificável e prazeroso, pode-se dizer que o usuário utiliza da poética agência como qualidade sensível de experimentação. Para Murray (1998) agência é o poder de satisfação do usuário ao tomar decisões e ver o resultado das suas escolhas. Já Eichner (2013) argumenta que agência pode ser definida como a capacidade geral de realizar ações, sendo que estas ações são os meios de atuação do usuário dentro do sistema. A autora também defende que agência é uma capacidade criativa, ou seja, dependente de talentos individuais/coletivos e socioculturais, capazes de serem aprimorados entre tentativas de acertos e erros, isto é, a capacidade do usuário, sozinho ou em conjunto, de desenvolver novas habilidades ao discutir, questionar e buscar novas tentativas para determinado problema.

A incorporação de elementos narrativos à mídia consiste da poética narrativa. O termo decorre de uma abreviação de arco narrativo, que se constitui na sucessão de eventos que compõem a trama mostrada e a história imaginada (BIZZOCHI, 2007), isto é, o arco narrativo é composto por apresentação, conflito e desfecho do enredo. Assim, a narrativa pode ser considerada como uma sequência de eventos (RYAN, 2006; ZIMMERMAN, 2004), permitindo ao usuário a criação mental de cenário e personagens dotados de ação, proporcionando ao usuário o entendimento de um segmento da história (RYAN, 2006). Destarte, a narrativa é a representação de um discurso capaz de gerar uma imagem mental (RYAN, 2006). Segundo Ryan (2006), o processo narrativo deve apresentar-se em quatro dimensões, sendo:

- Espacial: dotado de espaço físico e personagens;
- Temporal: atribuído a uma cronologia de eventos;
- Mental: personagens providos de emoção e reativos aos eventos propostos pela trama;
- Formal e pragmática: os fatos devem ser discorridos de forma uniforme levando a um desfecho do problema

Destarte, o arco narrativo explora uma narrativa de forma continuada, isto é, não linear, lidando com a mesma história em diferentes episódios.

Por fim, Salen e Zimmerman (2003) argumentam que utilizar uma mídia digital implica em interatividade e pode ser definida como a combinação de fazer escolhas dentro de um sistema, provocando a interação do usuário com a interface. Para os autores, esse engajamento do usuário com a mídia digital ocorre em quatro níveis diferentes de interatividade, sendo:

- Cognitiva: consiste na participação psicológica, intelectual e emocional do usuário com o sistema, isto é, a capacidade de interpretar um mapa, ou associar sentimentos em determinados espaços da cidade;
- Funcional: definida pelas relações funcionais e estruturais com os materiais oferecidos pelo sistema, por exemplo, a relação com o tempo de resposta de uma ação e a localização dos botões na interface;
- Explícita: decorre da estrutura pré-definida da mídia, pelo respeitar das regras que se propõe, seguindo os caminhos pré-programados na trama;
- Meta-Interatividade: surge a partir da experiência além do sistema, da construção e disseminação de informações, a partir dos usuários, mas fora da interface em questão.

4 DISCUSSÃO

Lemos (2018) argumenta que a era digital está criando um ambiente de acesso e compartilhamento de informações permitindo o envolvimento dos usuários. Assim, os parâmetros de design possibilitam observar, documentar e avaliar as experiências subjetivas de usuários dentro do contexto HCI, busca compreender as relações entre sujeito e tecnologia, induzindo a novas experiências no espaço urbano.

Os conceitos de imediação e hipermediação são estratégias capazes de imergir o sujeito na virtualidade como também lembrá-lo da realidade. Assim, infere-se que essas poéticas se tornam mecanismos propiciadores da percepção, uma vez que ela pode ser vista como uma comunicação não verbal (RAPOPORT, 1977), utilizando-se da interface como instrumento potencializador da cognição, afetividade e atividade do usuário tanto no espaço físico quanto no espaço virtual.

A poética agência proporciona o desejo como algo situacional e dinâmico que precede a ação (MISKOLCI, 2017), destarte, as tecnologias transformando-se cada vez mais em pervasiva, transparentes e ubíquas implicam diretamente na tomada de decisões do cidadão, por exemplo a escolha de uma nova rota com menor fluxo de veículos.

A relação mídia e narrativa pode ser considerada uma forma de potencializar a experiência do usuário (BIZZOCHI, 2007). Segundo Jenkins (2004), as mídias móveis atraem usuários com ampla familiaridade de sua estrutura narrativa. O prazer de agir interativamente na história, percorrendo espaços ou agindo como um personagem, permite prazeres na forma de narrativa participativa, mesclando um enredo que é capaz de direcionar o usuário ao prazer de navegação (MURRAY, 1998). Tomando por exemplo o aplicativo Pokémon Go, percebe-se uma narrativa consolidada dentro de uma mídia móvel, evidenciando o seu sucesso ao propiciar novas dinâmicas para os espaços físicos diante da camada virtual.

Lefebvre (2013) argumenta que o espaço decorre da interação entre perceber, conceber e viver, o que pode ser relacionado com os níveis de interação propostos por Salen e Zimmerman (2003). Infere-se que a interação entre sujeito e mídia explora desde a exteriorização psicológica e emocional, até a formação de eventos sociais decorrentes da metainteratividade. Assim, os níveis de interatividade tornam-se um importante mecanismo para analisar as qualidades da experiência, e suas interferências nos resultados das ações tomadas.

Como resultado, pode-se afirmar que as mídias vêm alterando significativamente as dinâmicas dos espaços urbanos. Portanto, os parâmetros de design instruem papéis norteadores no desencadear de ações, na estruturação da imagem e no uso da cidade pelas pessoas, além de possibilitar a expansão das interatividades sociais e no pertencimento de comunidade. Portanto, a partir da lógica Newtoniana, em que 'toda ação gera uma reação', ao analisar um contexto urbano faz-se necessário a compreensão do conjunto de mecanismos que influenciam e direcionam as ações dos usuários, como também da relação entre estes princípios, associados tanto ao espaço virtual como ao espaço físico.

REFERÊNCIAS

- BIZZOCHI, J. Games and narrative: An analytical framework. **Loading - the Journal of the Canadian Games Studies Association**, v. 1, n. 1, p. 5–10, 2007. Disponível em: <<http://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/view/1>>. Acesso em: 20 nov. 2018.
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. Immediacy, Hypermediacy, and Remediation. In: BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation**. Cambridge: MIT Press, 1999. p. 20–50.
- BORDWELL, D. **The poetics of cinema**. New York: Routledge, 2008. 512 p.
- EICHNER, S. **Agency and Media Reception: Experiencing Video Games, Film, and Television**. Potsdam: Springer VS, 2013. 260 p.
- JENKINS, Henry. Game Design as Narrative Architecture. In: HARRIGAN, P.; WARDRIP-FRUIJN, N. **First Person: New Media as Story, Performance, and Game**. Cambridge MA: MIT Press, 2004. p. 118–130.
- LEFEBVRE, Henri. **La producción del Espacio**. Madrid: Capitán Swing, 2013.
- LEMOS, A. Cidade-ciborgue: a cidade na cibercultura. **Galáxia**. Revista Transdisciplinar de Comunicação, Semiótica, cultura. n. 8, out 2004, p.129-148. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1385>>. Acesso em: 15/03/2019.
- LEMOS, A. Cibercultura y movilidad: una era de conexión. **Razón y Palabra**. Vol. 22, n. 1_100, p. 107-133, 2018. Disponível em: <<http://www.revistarazonypalabra.com/index.php/ryp/article/view/1145>>. Acesso em 15/03/2019.
- MANOVICH, L. **The language of new media**. Cambridge: MIT Press, 2001. 354 p.
- MCQUIRE, S. **The media city: media, architecture and urban space**. Londres: Sage Publications, 2010. 240 p.
- MISKOLCI, R. **Desejos Digitais: Uma análise sociológica da busca por parceiros online**. Belo Horizonte: Autêntica, 2017. 304 p.
- MURRAY, J. Agency. In: MURRAY, J. **Hamlet on the Holodeck: the future of narrative in cyberspace**. Cambridge: MIT Press, 1998. p. 126–153.
- RAPOPORT, A. **Human aspects of urban form: towards a man-environment approach to urban form and design**. London: Pergamon Press, 1977.
- RYAN, M. Will new media produce new narratives. In: RYAN, M. **Narratives across media: the language of storytelling**. Nebraska: University of Nebraska Press, 2004.
- RYAN, M. **Avatars of Story**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006. 296 p.
- SALEN, K.; ZIMMERMAN, E. **Rules of Play: game design fundamentals**. Londres: MIT Press, 2003. 668 p.
- VAN LOOY, F.; BAETENS, J. **Close reading new media: Analyzing Electronic Literature**. Leuven: Leuven University Press, 2003. 186 p.

VIRILIO, P. Guerra pura: a militarização do cotidiano. São Paulo: Brasiliense. 1984. 289p.

VOSGERAU, Dilmeira Sant'Anna Ramos; ROMANOWSKI, Joana Paulin. Estudos de revisão: implicações conceituais e metodológicas. **Revista de Diálogo Educacional**, Curitiba, PR, v. 14, n. 41, p165-189, jan./abr. 2014. ISSN 1518-3483. Disponível em: <<https://periodicos.pucpr.br/index.php/dialogoeducacional/article/view/2317/2233>>. Acesso em: 01 mar. 2019.

ZIMMERMAN, E. Interactivity; Narrative; Play and Game. In: WARDRIP-FRUIIN, N.; P. HARRIGAN (Eds.). **First Person: New Media as Story, Performance, and Fame**. Cambridge: MIT Press, 2004. p. 154–164.