

# O DESIGNER ENQUANTO USUÁRIO DAS REDES SOCIAIS: CONTRIBUIÇÕES, RELACIONAMENTOS E EXPERIÊNCIAS

**FERREIRA, Rafael dos Santos<sup>1</sup>; MULLING, Tobias Mulling<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Graduando do curso de Bacharelado em Design Digital pela Universidade Federal de Pelotas;

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas, Curso de Design Digital. [tmulling@gmail.com](mailto:tmulling@gmail.com)

## INTRODUÇÃO

Após a fase inicial da invenção do computador que ocorreu durante a Segunda Guerra Mundial e servia para fins militares, tivemos um movimento social, nascido entre jovens anônimos da Califórnia na década de 80, que gerou o Computador Pessoal. Surge então uma máquina relativamente acessível à sociedade que se disseminou rapidamente pelo mundo, escapando progressivamente dos serviços de processamento de dados das grandes empresas e instituições, e se tornando um instrumento de criação, organização, simulação e de diversão nas mãos de uma proporção emergente da população dos países desenvolvidos.

A partir daí, houve um grande avanço tecnológico e o surgimento de um conceito até então não visto antes, o do Ciberespaço. Para explicar este conceito Pierre Lévy, em seu livro *Cibercultura* (1999), diz:

*Eu defino o ciberespaço como o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores. Essa definição inclui o conjunto dos sistemas de comunicação eletrônicos, na medida em que transmitem informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização. Insisto na codificação digital, pois ela condiciona o caráter plástico, fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação que é, parece-me, a marca distintiva do ciberespaço. (LÉVY, 1999, p. 92)*

Como podemos ver, o conceito do Ciberespaço está extremamente ligado ao da Internet. É este mundo de imersão, que já crescia exponencialmente na década de 90 quando Lévy escreveu o livro citado, e que continua crescendo a ponto de não termos como medir as dimensões desse “espaço paralelo”.

Com o surgimento da Internet, o “mais fantástico exemplo de construção cooperativa internacional” (LÉVY, 1999, p. 126), o Ciberespaço pôde provar da verdadeira prática de comunicação interativa, recíproca, comunitária e intercomunitária. Um Ciberespaço capaz de proporcionar um Mundo Virtual vivo, no qual cada ser humano, independente de suas distâncias geográficas, tem a possibilidade de participar e contribuir para a sua evolução com a troca de experiências, gostos e culturas (Cibercultura).

Chega-se então nas Comunidades Virtuais, plataformas construídas visando às afinidades de interesses em comum, em um processo de troca que possui uma relação “todos-todos” e tem como moral a reciprocidade. Lévy faz uma consideração importante quanto ao uso dessas redes:

[...] afinidades, alianças intelectuais, até mesmo amizades podem desenvolver-se nos grupos de discussão, exatamente como entre pessoas que se encontram regularmente para conversar. Para seus participantes, os outros membros das comunidades virtuais são o mais humano possível, pois seu estilo de escrita, suas zonas de competências, suas eventuais tomadas de posição obviamente deixam transparecer suas personalidades. (LÉVY, 1999, p. 129)

Neste trabalho, que representa o projeto final do curso de Design Digital, da Universidade Federal de Pelotas, tratar-se-á de estudar o evidente avanço dessas Redes Sociais através dos conceitos de Raquel Recuero, autora do livro “Redes Sociais na Internet” (2009) e de fazer uma análise de como o designer, muitas vezes desenvolvedor destas redes, contribui com a participação dentro das mesmas. Em outras palavras, explicar-se-á através dos métodos relatados posteriormente, como o designer se comporta frente à sociedade que o vê, como esta sociedade o vê, quais as principais redes onde eles estão inseridos e as trocas de experiências, de trabalhos e de referências que são feitas entre os profissionais da mesma área, etc.

Após este primeiro momento, de cunho teórico, obter-se-á maturidade suficiente para tratar da prática projetual. Será desenvolvida uma plataforma, semelhante ao *Twitter* – uma das redes mais acessadas atualmente no mundo – direcionada aos profissionais dos diversos segmentos do Design (Digital, Gráfico, Produto, etc). Esta plataforma servirá como filtro das mensagens postadas em outras Redes Sociais pelos designers cadastrados na nova rede, facilitando a comunicação entre os mesmos, o acesso a referências visuais, o conhecimento e o reconhecimento de seus trabalhos e de sua profissão.

## **METODOLOGIA DE PESQUISA CIENTÍFICA**

A primeira etapa da parte teórica será composta de uma pesquisa bibliográfica da história e do avanço das Redes Sociais na internet. Segundo Marconi & Lakatos (2010, p.26) existem oito etapas para o desenvolvimento desse tipo de pesquisa: escolha do tema, elaboração do plano de trabalho, identificação, localização, compilação, fichamento, análise e interpretação, e, por fim, redação.

Em seguida, através de um estudo exploratório, será feita uma breve investigação sobre as principais Redes Sociais existentes, sendo selecionadas para estudo as de maior interesse para o trabalho, ou seja, aquelas que obtiverem uma maior possibilidade de interação e um maior reconhecimento por parte dos usuários.

Passada esta etapa, será definido o perfil de usuário que acessa estas redes, de acordo com sua personalidade.

Para isso, desenvolver-se-ão as duas principais pesquisas: Quantitativa e Qualitativa. Na Quantitativa, pesquisa que tem como característica a análise estatística, o que interessará saber é o número de designers entrevistados que fazem uso de alguma Rede Social e o tempo diário que dedicam para este acesso. Marconi & Lakatos dizem que:

No método quantitativo, os pesquisadores valem-se de amostras amplas e de informações numéricas, enquanto que no qualitativo as amostras são reduzidas, os dados são analisados em seu conteúdo psicossocial e os instrumentos de coleta não são estruturados. (2010, p.269)

Tratando-se da Pesquisa Qualitativa, que foi brevemente definida acima, o objetivo é reconhecer quais as principais redes acessadas pelos designers, para qual finalidade as redes são usadas, como é a divulgação de seus trabalhos e de referências através destas redes, e como eles tomam conhecimento do trabalho dos profissionais da mesma área. Será investigada também, nesse momento, a necessidade de criação de uma nova Rede Social aliada ao designer, servindo como *link* para a exposição de trabalhos, contatos profissionais e uma maior interação entre os designers do Brasil e do mundo. Marconi & Lakatos ressaltam:

A metodologia qualitativa preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano. Fornece análise mais detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento, etc. (2010, p.269)

A definição do perfil do designer que acessa as redes e a obtenção das informações requeridas nas pesquisas quantitativa e qualitativa se dará através de um questionário que visa, com perguntas abertas e fechadas, alcançar cerca de 20 usuários, viabilizando assim uma análise dos dados, porém sem obter uma generalização das informações. A partir destes elementos será possível compreender como o usuário (designer) se comporta na utilização de redes sociais.

## **METODOLOGIA PROJETUAL EM DESIGN**

O objetivo nesta etapa, como dito anteriormente, é o desenvolvimento de uma plataforma que irá proporcionar ao usuário uma maior facilidade de acesso às informações que o interessam, possibilitando também o reconhecimento de seus trabalhos e o contato com outros profissionais da área.

Trata-se de um ambiente virtual que terá a exploração do conteúdo de duas maneiras: a visualização das informações gerais, que podem ser úteis a qualquer

usuário que efetuar o acesso, através de um filtro das redes sociais escolhidas; e uma área específica, após um cadastro independente das outras redes, que proporcionará a postagem das suas próprias mensagens (referências, trabalhos, vídeos, artigos, etc) e o relacionamento com outros usuários cadastrados.

A construção desta plataforma terá como foco principal a otimização da experiência do usuário através das heurísticas de Nielsen (1994) e deverão ser seguidos alguns passos visando uma maior probabilidade de sucesso no resultado final. Primeiramente será feito um *Benchmark*, ou seja, uma busca de referências já existentes nesta área a ser desenvolvida. Em seguida, o processo de construção obedecerá aos passos propostos por Munari (2008): Problema; Definição do problema; Componentes do problema; Coleta de dados; Análise dos dados; Criatividade; Materiais e tecnologias; Experimentação; Modelo; Verificação; Desenhos de construção; Solução.

## RESULTADOS ESPERADOS

É desse modo que pretende-se alcançar os resultados desejados, expondo os principais motivos que levam o designer ao uso das redes sociais e de que forma eles acrescentam para o compartilhamento de informações dentro das mesmas.

A produção da nova plataforma, direcionada aos profissionais do design, objetivará primordialmente a experiência do usuário e as possibilidades de interação dentro da plataforma, facilitando o acesso às informações que muitas vezes passam despercebidas e estimulando a propagação de conteúdos relacionados à nossa profissão, que ainda carece de reconhecimento por parte da sociedade.

## REFERÊNCIAS

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução Carlos de Irineu da Costa. - 2. ed., 6 reimpressão – São Paulo: Editora 34, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 1. ed. - Porto Alegre: Editora Meridional, 2009.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. – 2. ed. – São Paulo: Atlas, 2010.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. Tradução José Manuel de Vasconcelos. – 2. ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2008.

NIELSEN, Jacob. **Usability Engineering**. San Francisco: Morgan Kaufman, 1994.