

ANALISANDO SITES DE REDES SOCIAIS: CARACTERÍSTICAS DAS INTERFACES SOCIAIS NOS SITES MAIS ACESSADOS NO BRASIL

CAMILA DE ALMEIDA POLINO¹; GABRIELA DA SILVA ZAGO²

¹Universidade Federal de Pelotas – camilapolino2014@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – gabriela.zago@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O trabalho tem como objetivo descrever e comparar os sites de redes sociais mais usados no Brasil a partir de suas interfaces. Parte-se de de uma pesquisa teórica sobre comunicação mediada por computador (PRIMO, 2007), redes sociais e sites de redes sociais (RECUERO, 2009) e busca-se analisar essas interfaces sociais (ALMEIDA, 2014) através de uma pesquisa de caráter exploratório, com base na teoria estudada. Para a operacionalização do estudo, faz-se uma análise exploratória qualitativa empírica das interfaces de sites de redes sociais mais acessadas no Brasil de acordo com o ranking do Alexa (2014).

As interfaces CUI (Charter-based User Interface), oriundas da primeira geração da história da informática, apresentavam comandos e códigos aos seus usuários. Esses usuários eram em maioria programadores. Por isso, o número de pessoas a utilizar esse meio era pequena e as dificuldades de comunicação eram grandes, trazendo aos designers o desafio de facilitar essa comunicação através de melhorias nas interfaces digitais através da identificação dos problemas que a interação humano-computador apresentava. Aos poucos, a interação entre pessoas através do computador – ou seja, a interação mediada por computador (PRIMO, 2007) foi se desenvolvendo. A interface digital que mediava a comunicação entre usuários na década de 1970 era o BBS (Bulletin Board System). As pessoas poderiam tê-lo em casa, mas para isso tinham de ter um telefone para que pudessem conectar o BBS à sua rede telefônica, discar o número de quem se desejava falar (a pessoa deveria morar perto, de preferência, caso contrário, a linha ficava congestionada) e comunicar-se com outras pessoas.

Nessa mesma época, engenheiros e curiosos por computador foram aos poucos, mas com muito estudo, tendo ideias de como melhorar determinadas funções (ISAACSON, 2011) o que resultou na criação da GUI (Graphical User Interface), nos anos de 1970, desenvolvida especialmente para a comunicação entre pessoas. Segundo Lemos (2008) Alan Kay, influenciado por Papert, cria no laboratório PARC da Xerox, o Research Learning Group cujo objetivo é integrar usuários diversos como crianças, músicos, médicos, arquitetos.

A Web surge em 1989, como uma versão gráfica da Internet. Inicialmente, ela era estática e pouco interativa. Os anos 2000 marcam a passagem para uma web mais colaborativa, a Web 2.0. A essência da Web 2.0 é permitir que os usuários sejam mais do que meros espectadores: eles são parte do espetáculo. Na Web 2.0, os melhores sites são ferramentas para que os internautas gerem conteúdo, criem comunidades e interajam (RAMOS; BATISTA, 2008, p. 6).

As atuais interfaces são frutos de muitas experiências com os usuários e melhorias feitas com base em problemas encontrados. Sendo assim, exige-se cada vez mais das equipes especializadas para a criação de boas interfaces, levando em consideração a experiência do usuário (GARRETT, 2003). Segundo PARAGUAI e TRAMONTANO (apud ALMEIDA, 2014) sistemas interativos não

devem se ater meramente a uma interface gráfica, mas sim aos seus elementos que os compõem.

Os sites de redes sociais são a evolução das tecnologias e resultado do trabalho de precursores, curiosos e profissionais que ajudaram a desenvolver as interfaces digitais. Desde a origem, a web foi pensada como uma criação mais social do que técnica (BERNERS-LEE, 1999 apud ZAGO, 2014), mas foi só com as plataformas da Web 2.0 – como no caso dos sites de redes sociais – que esse ideal de uma web social começou a se concretizar.

Os sites de redes sociais são softwares na Internet que proporcionam a interação entre usuários e tem como foco a exposição das redes sociais pessoais offline na internet. Segundo Recuero (2009) sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na Internet. As pessoas que utilizam sites de redes sociais criam um perfil, um ator que o represente naquele meio e, através dessa persona, expõem suas conexões sociais com outros usuários que também possuem um perfil que os representem. BOYD & ELLISON (2007, apud RECUERO, 2009) definem sites de redes sociais como aqueles sistemas que permitem: a) a construção de uma persona através de um perfil ou página pessoal; b) a interação através de comentários; e c) a exposição pública da rede social de cada ator. Segundo Recuero (2009), sites de redes sociais são os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na internet.

Estudar redes sociais, portanto, é estudar padrões de conexões expressos no ciberespaço. É explorar uma metáfora estrutural para compreender elementos dinâmicos e de composição dos grupos sociais (RECUERO, 2009). Mas existem dois tipos de sistemas: os sites de redes sociais propriamente ditos e os sites de redes sociais apropriados. Os sites de redes sociais propriamente ditos são sistemas que tem como finalidade a exposição e publicação das redes sociais dos atores. São sites que oferecem um espaço específico para a publicização das conexões dos indivíduos (RECUERO, 2009) que é o caso do Facebook, Twitter, LinkedIn, etc. Já os sites de redes sociais apropriados são sistemas que não eram, originalmente, voltados para mostrar redes sociais, mas que são apropriados pelos atores com este fim (RECUERO, 2009). Este é o caso de sites como Instagram, Youtube, Vimeo, etc.

2. METODOLOGIA

Para operacionalizar o estudo, utilizamos um referencial teórico, acima esboçado, para embasar uma análise exploratória de cunho qualitativo. Para a realização da análise exploratória qualitativa, buscou-se identificar e sistematizar as principais características das interfaces de sites de redes sociais, para, a partir disso, analisar os sites de redes sociais mais acessados no Brasil no mês de junho de 2014 de acordo com o ranking do site Alexa.com (ALEXA, 2014).

A partir da bibliografia estudada (ALMEIDA, 2014; ZAGO, 2014; RECUERO, 2009, e outros), essas seriam as principais características ou elementos das interfaces sociais: perfil, conexões, fluxo de conteúdos, linguagem próxima do usuário, incompletude, e imersão. O perfil e suas conexões estariam na essência da definição de sites de redes sociais (conforme visto acima, em BOYD; ELLISON, 2007 apud RECUERO, 2009). Já o fluxo de conteúdos é produzido a partir das interações travadas entre os usuários, que, em conjunto, compõem uma linha do tempo onde as últimas atualizações são mostradas. A linguagem próxima do usuário e a incompletude são diretrizes apontadas por CRUMLISH e MALONE (2009 apud ALMEIDA, 2014) como elementos que caracterizam as interfaces

sociais. Segundo os autores, deixar espaços em branco para completar (incompletude) gera interação entre os usuários. Já a imersão estaria ligada à experiência do usuário, na medida em que o usuário pode “imersão” na interface.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

De acordo com o Alexa.com, dentre os 25 sites mais acessados no Brasil em junho de 2014, podemos encontrar os seguintes sites de redes sociais: Facebook, YouTube, LinkedIn, Twitter e Instagram.

Esses 5 sites foram analisados a partir dos elementos das interfaces sociais identificados acima. Em um primeiro momento, identificou-se que todos os elementos estão presentes nos 5 sites, em maior ou menor grau.

O Facebook é o site mais imersivo, ou seja, que consegue manter o usuário conectado por mais tempo, de todos os sites analisados por ser um site de rede social propriamente dito e por proporcionar ao usuário diversas formas de interação. Desde a interação mútua, onde os usuários podem conversar por bate-papo, até em grupos que são criados com base em um interesse comum que a ele estão conectados. O Facebook mantém as pessoas conectadas o dia inteiro justamente pelas diversas ações e aplicativos que disponibiliza. O Facebook tem espaços para ver quem está conectado (proporcionando a interação mútua), as últimas atualizações (nos últimos segundos) e as atualizações na linha do tempo (fluxo de conteúdo), cuja navegação é infinita. Também é possível ver o perfil de outros usuários, participar e criar eventos e grupos, buscar por empresas, usuários, conteúdos, etc.

O Twitter também é um site de rede social propriamente dito e mantém o usuário imerso por todo o dia. A interação entre usuários, que possuem um perfil que os represente, assim como o Facebook e todos os sites de redes sociais aqui analisados, gira em torno das postagens de mensagens – no caso do Twitter, com até 140 caracteres, onde palavras-chave são muito utilizadas para fortalecer as mensagens e *linkar* com outras informações e sentidos. As atualizações não param, e também se apresentam em uma linha do tempo de navegação infinita. Os usuários podem mandar mensagens diretas para outros usuários de forma privada, sem que os demais usuários conectados a eles vejam. Os usuários podem ainda *retuitar* o que aparece em suas *timelines*, o que seria para o Facebook a ação compartilhar.

O LinkedIn apesar de ter foco nas relações profissionais, proporciona a exposição total das redes sociais profissionais e suas conexões. Com ele, pode-se obter conhecimentos sobre profissionais novos no mercado, o que fazem e o que pretendem com suas carreiras, proporciona aos empresários e empresas verem os trabalhos dos profissionais. A imersão no LinkedIn não é intensa como no Facebook, mas não é tão pouca como no Instagram. O LinkedIn ajuda atualizar os usuários do que está acontecendo em suas áreas profissionais, contatar outros usuários e estabelecer conexões com eles.

Os sites Youtube e Instagram são sites de redes sociais apropriados. Twitter, Facebook e LinkedIn são sites de redes sociais propriamente ditos e apresentam-se muito parecidos; Youtube e Instagram, por sua vez, possuem focos diferentes. O Youtube foca na visualização e postagem de vídeos através de “canais”, que as pessoas podem criar tendo um perfil. No Youtube, a imersão não é muito intensa. Os usuários começam assistindo um vídeo e de repente outros do mesmo interesse surgem o que as “prendem” mantendo o perfil ativo mas por pouco tempo, afinal de contas, para assistir aos vídeos ele exige um pouco de tempo dos seus usuários, e muitas pessoas não dispõem de tempo para

passar assisti-los. Por fim, o Instagram foca em postar imagens capturadas no dia-a-dia através do smartphone.

No Instagram a imersão do usuário é também pequena porque o usuário entra, atualiza-se das últimas postagens feitas pelos perfis que ele segue, que aparecem numa linha do tempo também de navegação infinita onde ele pode curtir e comentar (interação reativa) e postar as suas fotos. Normalmente seus usuários postam menos de 5 fotos por dia, o que justifica o baixo teor imersivo.

4. CONCLUSÕES

O trabalho procurou identificar características das interfaces sociais nos sites de redes sociais mais visitadas no Brasil. Para tanto, contou-se com um estudo teórico e de uma análise exploratória qualitativa. Existem diversos sites de redes sociais para que os usuários usufruam, e ressalta-se que cada um deles tem uma proposta diferente. Mesmo com finalidades e propósitos diferentes, alguns elementos persistem e os identificam enquanto interfaces sociais, que propiciam interação entre usuários através da mediação do computador.

Esse é apenas um dos passos da pesquisa, que visa pensar em diretrizes metodológicas para o projeto de interfaces sociais. Além de identificar características das interfaces sociais e analisar como elas aparecem nos sites de redes sociais mais usados no país, busca-se também pensar em parâmetros para o desenvolvimento de interfaces sociais nos mais variados âmbitos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, A. **Design de Interfaces Sociais**: projetando uma interface híbrida entre Behance e LinkedIn. 2014. 96 f. Trabalho de Conclusão de Curso – Universidade Federal de Pelotas, Curso de Design Digital.

ALEXA. Top sites in Brazil. Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>. Acessado em: 29/06/14.

CRUMLISH, C.; MALONE, E. **Designing Social Interfaces**. O'Reilly Media, 2009.

GARRETT, J.J. **The elements of user experience**: user-centered design for web. New York: New Riders, 2003.

ISAACSON, W. **Steve Jobs**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

LE MOS, A. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2008.

PRIMO, A. **Interação Mediada por Computador**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RAMOS, R; BATISTA, W. **Web 1.0 x Web 2.0**. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/wesleibatista/web-10-x-web-20-presentation>>. Acessado em: 16/07/14.

ZAGO, G. **Das interfaces digitais às interfaces sociais**. UFPel, 2014.