



Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Faculdade de Arquitetura
Curso de Design Visual

MATHEUS OLIVEIRA JORGE

**REST: REDE SOCIAL PARA COMPARTILHAMENTO
DE EXPERIÊNCIAS ATRAVÉS DA MÚSICA**

Porto Alegre

2015

MATHEUS OLIVEIRA JORGE

**REST: REDE SOCIAL PARA COMPARTILHAMENTO
DE EXPERIÊNCIAS ATRAVÉS DA MÚSICA**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura, como requisito para a obtenção do título de Designer.

Orientadora: Prof. Dra. Marion Divério Faria Pozzi

Porto Alegre

2015

MATHEUS OLIVEIRA JORGE

**REST: REDE SOCIAL PARA COMPARTILHAMENTO
DE EXPERIÊNCIAS ATRAVÉS DA MÚSICA**

Este Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura, como requisito para a obtenção do título de Designer.

Orientadora: Prof. Dra. Marion Divério Faria Pozzi

Prof. Dr. Mário Furtado Fontanive

Prof. Ma. Maria do Carmo Gonçalves Curtis

Prof. Me. Breno Maciel Souza Reis

Porto Alegre

2015

RESUMO

Este trabalho de conclusão do curso de Design Visual da Universidade Federal do Rio Grande do Sul pretende preencher uma potencial lacuna dentro do consumo de música criada por novas tecnologias. O projeto tem como objetivo principal viabilizar, a partir da interface, o compartilhamento de experiências através da música, baseado nos conceitos de estética e experiência estética sob o aporte dos estudos semióticos e dos conceitos de hipermídia colaborativa e internet semântica advindos de estudos de experiência do usuário. A solução projetada foi a criação de uma rede social em que os usuários possam compartilhar experiências, relatos e opiniões, relacionando trechos de letras, músicas e álbuns. Esses compartilhamentos alimentam um banco de dados colaborativo que permite a pesquisa de músicas a partir do humor, tema e estilo.

Palavras-chave: design de interface, semiótica discursiva, hipermídia colaborativa, entretenimento

ABSTRACT

This Visual Design Graduation Project intend to fill a potential gap inside music market created by new technologies. The objective of this project is to create an interface to let people share experiences through music, based on concepts of semiotics, collaborative hypermedia, semantic web and user experience. The result was the development of a social network where users can share impressions, reports and opinions related with music sections, songs and albums. These shares feed a collaborative database that allows users to search for songs from the mood, theme and genre of it.

Keywords: interface design, semiotics, collaborative hypermedia, entertainment

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Etapas da Metodologia de Munari	13
Figura 2: Esquema do Método de Garrett	14
Figura 3: Ripple Effect	15
Figura 4: Gráficos de Desenvolvimento (Esforço por Tempo) - O primeiro é o desaconselhado e o segundo o recomendado, respectivamente	16
Figura 5: “Mensagens 10 anos atrás e hoje”	20
Figura 6: Gráfico da quantidade de artigos em inglês na Wikipédia através do tempo	27
Figura 7: Gráfico da quantidade de níveis criados pela comunidade para o jogo <i>LittleBigPlanet</i>	28
Figura 8: Álbum <i>Sentire</i>	29
Figura 9: Clipe 360° de <i>Stonemilker</i>	30
Figura 10: Página inicial do The Johnny Cash Project	31
Figura 11: Página “Explore” do The Johnny Cash Project	32
Figura 12: Página “Contribute” do The Johnny Cash Project	33
Figura 13: Os aplicativos do Spotify	34
Figura 14: Página de visualização de vídeo do <i>YouTube</i>	35
Figura 15: Destaque na interface de comentários nas músicas do SoundCloud.....	36
Figura 16: Perfis oficiais da Presidente no <i>Facebook</i> e <i>Twitter</i>	37
Figura 17: Faixa Etária dos Usuários de Redes Sociais	38
Figura 18: Gráficos com os resultados da pesquisa	39
Figura 19: Página principal do <i>Facebook</i>	41
Figura 20: Tela inicial "Visão Geral" do <i>Spotify</i>	42
Figura 21: Página inicial do <i>Reddit</i>	43
Figura 22: Página inicial do <i>Medium</i>	44
Figura 23: Página da música “Wish You Where Here” no <i>Genius</i>	45
Figura 24: <i>Sackboys</i> e <i>Sackgirls</i>	46
Figura 25: Registro da tela de jogo de <i>LittleBigPlanet</i> com 4 jogadores.....	47
Quadro 1: Características das plataformas analisadas	48
Figura 26: Estrutura da Informação	52
Figura 27: Fluxo geral de navegação.....	52
Figura 28: Alternativas para a interface do mural de experiências	53
Figura 29: <i>Wireframes</i> para a tela do mural de experiências	53
Figura 30: Logo <i>Rest</i>	55

Figura 31: Variações de uso do logo	55
Figura 32: Aplicação em tons de cinza e uma cor	55
Figura 33: Análise cromática de redes musicais	56
Figura 34: Paleta de cores	57
Figura 35: Fonte Roboto aplicado em pangrama	57
Figura 36: Pictogramas de conteúdo	58
Figura 37: Pictogramas de navegação.....	58
Figura 38: Fotografia do teste com usuários	59
Figura 39: Tela do Perfil	61
Figura 40: Tela inicial de compartilhamento com breve explicação do processo	62
Figura 41: Tela final de compartilhamento	62
Figura 42: Tela de Constelação	63
Figura 43: Mural de Experiências.....	64
Figura 44: Painel de publicação expandida com comentários	65
Figura 45: Tela inicial da busca	66
Figura 46: Tela de resultados da busca	66
Figura 47: <i>Landing Page</i> (página de entrada da plataforma).....	67
Figura 48: Tela de login e registro.....	68
Figura 49: Painel de boas-vindas e ajuda	68
Figura 50: Painel de configurações	69

SUMÁRIO

1	APRESENTAÇÃO	10
1.1	PROBLEMA	10
1.2	HIPÓTESE.....	11
1.3	JUSTIFICATIVA	11
1.4	OBJETIVOS.....	12
2	METODOLOGIA	13
2.1	METODOLOGIA DE MUNARI	13
2.2	METODOLOGIA DE GARRETT	13
2.3	ADAPTAÇÕES ÀS NECESSIDADES DO PROJETO	16
3	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
3.1	EXPERIÊNCIA ESTÉTICA A PARTIR DOS PRESSUPOSTOS DA SEMIÓTICA.....	18
3.1.1	Estética.....	18
3.1.2	Fraturas e Escapatórias.....	19
3.1.3	Sincretismo e a linguagem audiovisual.....	21
3.1.4	Possibilidades de interação.....	21
3.2	HIPERMÍDIA COLABORATIVA	23
3.2.1	Web semântica.....	24
3.2.2	As motivações de partilhar a vida digitalmente.....	26
3.2.3	O crescimento de comunidades digitais	27
3.3	EXPERIÊNCIAS DE REFERÊNCIA.....	29
3.3.1	Concerto perfumado	29
3.3.2	<i>Stonemilker</i>	30
3.3.3	The Johnny Cash Project	31
3.4	COTIDIANO CONECTADO	33
3.4.1	Consumo de entretenimento.....	33
3.4.2	Portais de compartilhamento de entretenimento	35
3.4.3	Redes Sociais	36
4	DESENVOLVIMENTO	38
4.1	PESQUISA	38
4.1.1	Público Alvo.....	38
4.1.2	Questionário.....	38

4.1.3	Resultados.....	39
4.2	PLATAFORMAS SOCIAIS RELACIONADAS	40
4.2.1	<i>Facebook</i>	40
4.2.2	<i>Spotify</i>	41
4.2.3	<i>Reddit</i>	42
4.2.4	<i>Medium</i>	44
4.2.5	<i>Genius</i>	45
4.2.6	<i>LittleBigPlanet</i>	45
4.3	CARACTERÍSTICAS DESTACADAS	48
4.4	DEFINIÇÃO DO PROJETO	49
4.5	ESTRUTURA DA INFORMAÇÃO.....	51
4.6	DESENVOLVIMENTO DE ALTERNATIVAS.....	52
4.7	IDENTIDADE	54
4.7.1	Nome	54
4.7.2	Logo	54
4.7.3	Cores.....	56
4.7.4	Tipografia	57
4.7.5	Pictogramas.....	58
4.8	VALIDAÇÃO	59
4.9	TELAS FINAIS	61
4.9.1	Tela do Perfil	61
4.9.2	Tela de Compartilhamento	61
4.9.3	Tela da Constelação	63
4.9.4	Tela do Mural de Experiências	64
4.9.5	Tela de Busca Avançada.....	65
4.9.6	Demais telas.....	67
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	70
	REFERÊNCIAS.....	71
	APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE PESQUISA	74
	APÊNDICE B – RESPOSTAS DA PESQUISA.....	77

1 APRESENTAÇÃO

A música, desde suas primeiras manifestações, esteve associada a momentos de apreciação, não raras vezes articulada com os demais sentidos, como: visão, paladar, tato e/ou olfato. Seja no centro das atenções em um festival ou apenas servindo como acompanhamento nas conversas de um bar, a presença da música garante propriedades únicas ao ambiente. Cada pessoa presente no espetáculo guarda para si algo que não há como explicar, pois não pode ser expresso em palavras, sons, imagens ou vídeos. Tudo isso desperta sentimentos mesmo àqueles que não vivenciaram tal experiência, embora ocorra de modo particular para cada pessoa. São as pessoas, o ambiente, o som, momento e tudo mais que está contido nessa atmosfera que torna o show uma experiência única e inigualável.

1.1 PROBLEMA

Assim como nos permite a experimentação de sensações memoráveis, a música é acima de tudo uma forma de expressão artística, que permite compartilhar sentimentos e opiniões através de melodias e letras que irão ser interpretadas de diferentes formas pelos ouvintes. Aqueles presentes nas apresentações de uma banda costumam compartilhar interesses em comum e isso pode incluir críticas sociais e posicionamentos políticos. Há mensagens sendo transmitidas o tempo todo através dos acordes dos instrumentos e da postura da plateia.

O surgimento e o avanço das tecnologias trouxe consigo novas possibilidades, em diversos campos do conhecimento científico. Artistas e empresários souberam explorar esse potencial de diferentes modos, apresentando ao mundo outras formas de ouvir e interagir com a música. Atualmente é fácil e o custo é baixo ter acesso a acervos de milhões de áudios de várias partes do mundo. E a conexão constante à *Internet*, a partir de qualquer dispositivo, diminuiu a distância do acesso e esses acervos.

A partir desse fácil acesso a música e da carga de expressões que podem ser transmitidas através dela, como aproveitar esse potencial para possibilitar o compartilhamento de experiências, relatos e opiniões utilizando a música como agente condutor?

1.2 HIPÓTESE

Partindo do princípio que existem diferentes formas de se interagir com a música, que cada pessoa possui suas preferências de gêneros e estilos musicais e que tanto a tecnologia quanto a música em si estão em constante evolução, não é desejável uma plataforma restritiva, que exija muito para se obter pouco. O extremo oposto, no qual se exige pouco e se obtém muito, é mais atraente e provavelmente terá mais sucesso na resolução do problema.

A solução se encontra na criação de uma plataforma aberta similar a uma rede social e que funcione como uma central que organize o compartilhamento de experiências e relatos a partir da música. Possibilitando a utilização de linguagem verbal, visual e sonora a fim de criar relações através de hipermídia. Alimentando um banco de dados de informações que serão organizadas e acessadas por qualquer um.

1.3 JUSTIFICATIVA

O rádio e os discos levaram a música ao interior de nossos lares e possibilitaram novas formas de apreciação. No entanto, a música não está isolada. Os discos carregavam uma bela arte em suas capas, representando o artista e anunciando as músicas ali contidas. O ouvinte também acrescenta seu humor e compreensão ao que lhe toca aos ouvidos. Tudo e todos que estiverem próximos estarão participando e modificando a experiência. A música é generosa e receptiva, ajudando a criar ou alterar o clímax¹ e sendo alterada por este também. É por isso que a música pode combinar bem com as refeições, fragrâncias, conversas, fotografias e exposições, feiras, cinema, vídeo, e qualquer forma de expressão.

Ainda existe uma lacuna que as empresas dedicadas ao mercado de consumo audiovisual buscam preencher. O melhor resultado obtido, até então, está na criação de listas de músicas pré-programadas para diferentes momentos e sentimentos, como por exemplo: “Churrasco e Piscina”, “Corra numa boa”, “A Despedida” e “Café na Fazenda” (todas oferecidas pelo *Spotify*).

¹ Ponto culminante. Na Sociologia diz-se do grau máximo ou ótimo de desenvolvimento de um fenômeno.

Mas e se os ouvintes pudessem compartilhar além de músicas, experiências, relatos e opiniões? Expressando sentimentos e criando vínculos muito além do ato de compartilhar músicas. Isso tornaria possível encontrar músicas para todos os momentos, baseadas em informações relevantes de um banco de dados orgânico alimentado por experiências reais. É muito mais intuitivo e natural buscar por “músicas alegres para relaxar na praia” ou “músicas com forte teor político” do que ter que buscar por listas programadas ou tentar lembrar de alguma coisa em específico. A partir disso o futuro do consumo de música deixa de ser apenas uma digitalização da mesma lógica para permitir o fácil acesso a uma biblioteca organizada de forma viva a disposição de qualquer pessoa, independentemente do nível de conhecimento musical.

1.4 OBJETIVOS

O objetivo geral deste trabalho é viabilizar, através da interface, o compartilhamento de experiências através da música.

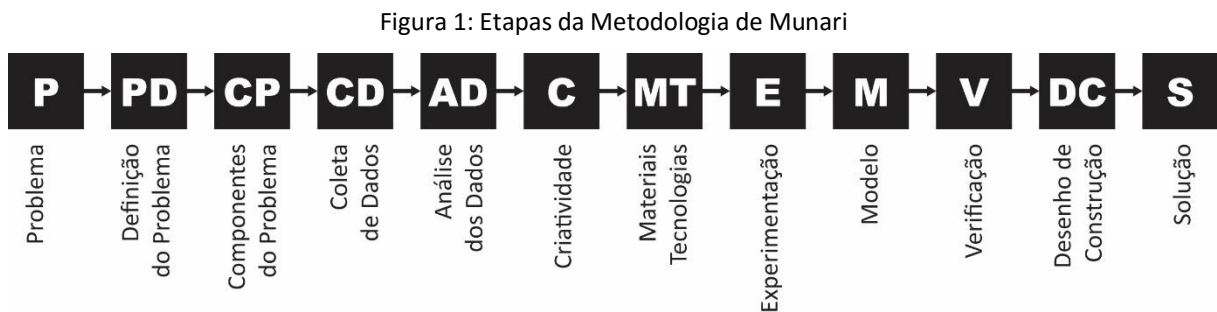
Objetivos específicos:

- a) Possibilitar o compartilhamento de opiniões e comentários;
- b) Destacar os temas abordados pelas músicas;
- c) Contribuir para a reflexão sobre as experiências relatadas pelos usuários;
- d) Facilitar a pesquisa por músicas;
- e) Agregar valor artístico ao consumo de obras musicais;
- f) Instigar o usuário a explorar músicas e discos;
- g) Analisar plataformas sociais atuais.

2 METODOLOGIA

2.1 METODOLOGIA DE MUNARI

Por ser um método que nos é apresentado desde o início do curso e que é bastante abrangente dentro de design, podendo ser aplicado a qualquer busca por solução para um problema, a metodologia de Bruno Munari acaba servindo como referência geral das etapas que este projeto irá seguir (Figura 1).



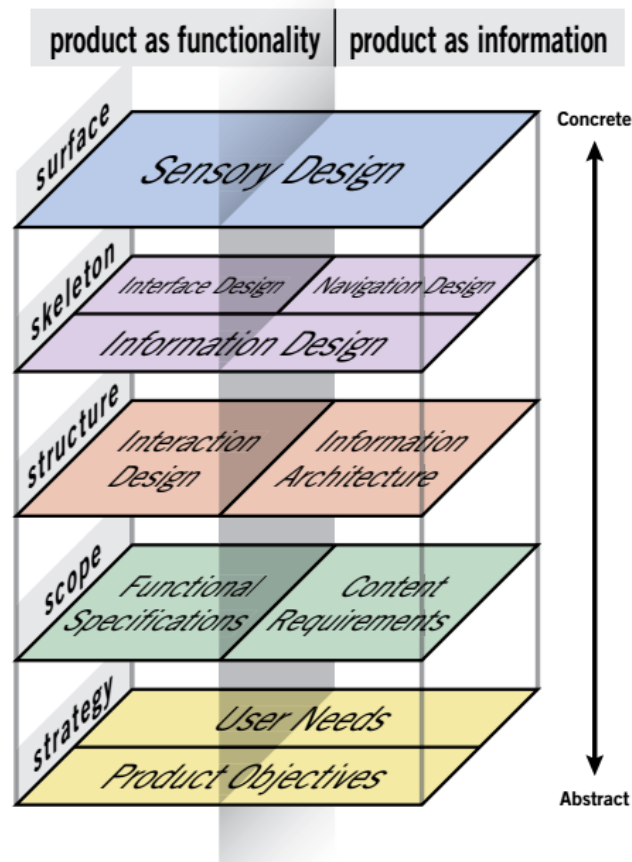
Fonte: adaptado de Munari (2015)

A metodologia de Munari busca explicitar em etapas as atividades que ocorrem entre a definição de um problema e a sua solução. Sua abrangência permite tanto a visualização das etapas quanto a totalidade de um projeto, e ainda que outras metodologias possam ser integradas afim de contribuírem com procedimentos que atendam as especificidades de cada projeto. No caso deste trabalho, a busca é por métodos centrados no desenvolvimento de mídias digitais.

2.2 METODOLOGIA DE GARRETT

A metodologia de Garrett procura dividir o desenvolvimento de uma interface em uma sobreposição de cinco camadas que irão abranger do abstrato ao concreto. A Figura 2 mostra a visualização destas camadas, bem como apresenta do que é constituída cada uma.

Figura 2: Esquema do Método de Garrett



Fonte: (GARRETT, 2011)

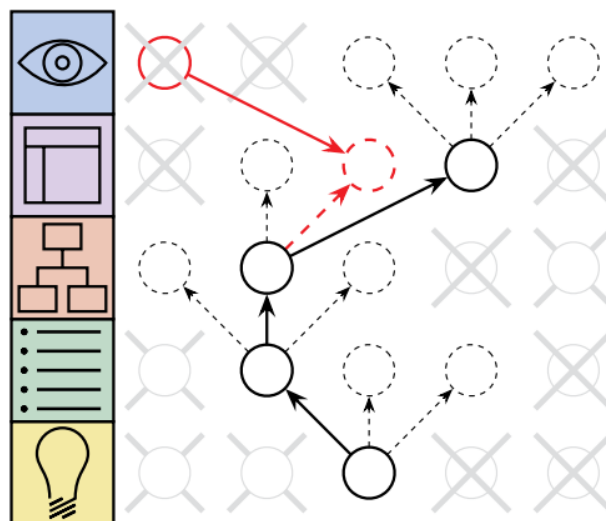
No extremo abstrato, na camada base chamada de Estratégia, está a Necessidade dos Usuários e os Objetivos da Aplicação. Nas próximas camadas ele irá dividi-las com base em duas frentes: interface de software (orientada a tarefa) e sistema de hipertexto (orientada a informação). Então nas próximas camadas estarão as Especificações Funcionais e Requisitos de Conteúdo (camada de Escopo), Arquitetura da Informação (camada de Estrutura), Design da Informação, Design da Interface e Design da Navegação (camada de Esqueleto). Por fim, na camada mais concreta, a camada de Superfície, está o Design Visual.

- Camada de Estratégia: nesta etapa será necessário buscar e definir o público alvo e as suas necessidades. Bem como também determinar quais serão os objetivos do produto a ser criado e como será feita a validação.
- Camada de Escopo: aqui serão organizadas e priorizadas quais funções e conteúdos necessários para se atingir o objetivo com o produto.

- Camada de Estrutura: nesta etapa será definido a arquitetura da informação.
- Camada de Esqueleto: nesta etapa ocorrerá o planejamento de como serão apresentadas as informações e como o usuário interagirá com estas.
- Camada de Superfície: na última etapa é onde se define o visual, toda a parte gráfica, a paleta de cores, a tipografia, etc.

A partir de um desenvolvimento que seguirá o caminho da base ao topo dessas camadas, cada etapa é dependente da anterior e irá ser determinante para a seguinte. Ou seja, as escolhas feitas em uma camada irão influenciar diretamente as escolhas disponíveis na seguinte. Isso significa que, uma escolha sem embasamento em uma camada superior, exigirá ajustamento das camadas anteriores para tornar tal escolha viável. Esse efeito de dependência foi chamado por Garrett de *Ripple Effect* (Figura 3).

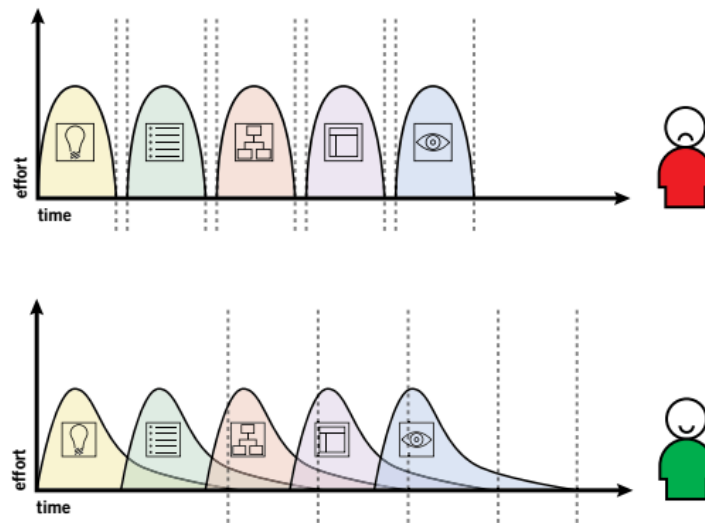
Figura 3: Ripple Effect



Fonte: (GARRETT, 2011)

Apesar da influência das decisões das etapas anteriores sobre as posteriores Garrett não aconselha trabalhar cada etapa de forma isolada. Trabalhar assim irá gerar resultados insatisfatórios, pois uma próxima camada pode mostrar novas necessidades e funcionalidades não previstas, como demonstrado no *Ripple Effect*. A partir disso, a melhor abordagem, segundo Garrett, é criar uma sobreposição das camadas durante o desenvolvimento (Figura 4). Garantindo que haja possibilidade de modificações das etapas anteriores quando surgir um novo problema ou necessidade mais à frente.

Figura 4: Gráficos de Desenvolvimento (Esforço por Tempo) - O primeiro é o desaconselhado e o segundo o recomendado, respectivamente



Fonte: (GARRETT, 2011)

Essa sobreposição de camadas é importante para que necessidades ou problemas encontrados numa etapa possam ser trabalhados sem a necessidade de se retornar a algo já concluído. A interatividade contribui para um movimento de avanço constante no desenvolvimento, mesmo quando se está retomando alguma etapa passada.

2.3 ADAPTAÇÕES ÀS NECESSIDADES DO PROJETO

Garrett (2011) criou sua metodologia com o foco no desenvolvimento de *websites*, mas ela funciona muito bem para a grande maioria dos projetos de interface digital. O próprio Garrett defende que seu método não seja seguido exatamente como proposto, pois o importante é se concentrar na experiência do usuário e fazer o que for necessário para atingir tal objetivo. Por isso é uma metodologia criada para ser flexível, permitindo adaptá-la para garantir as necessidades do usuário e os objetivos do projeto.

Além da flexibilidade oferecida, a estrutura em camadas desta metodologia projetual articula-se com conceitos da Semiótica Discursiva. A dialógica entre a Metodologia de Garrett e o Percurso Gerativo de Sentido estão representadas nas relações entre a camada de superfície (discursiva), intermediária (narrativa) e profunda (fundamental), ou seja, da abordagem do concreto ao abstrato; e com o regime de ajustamento de Landowski (2014) em “Interações arriscadas”.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Na virada do milênio tivemos um grande avanço tecnológico que permitiu a conversão de muitos hábitos para o meio digital. Logo de início começamos a deixar de trocar papéis pelo correio tradicional e começamos a enviar mensagens eletrônicas. Isso não resultou somente na mudança da mídia de distribuição, mas no modo e a frequência com que as pessoas enviam e recebem mensagens.

Antes precisávamos parar alguns minutos para sentar e escrever alguma coisa para alguém, envelopar e encaminhar pelo correio. Aguardar o destinatário receber e fazer o mesmo processo para responder. A troca de mensagem poderia levar de dias até meses, dependendo da distância entre os participantes. Hoje pode-se trocar 20 mensagens em apenas alguns minutos entre 5 pessoas, uma em cada continente, utilizando diferentes plataformas. E elas podem estar fazendo diferentes atividades enquanto trocam estas mensagens. E isso tudo pode representar apenas uma porcentagem da quantidade de mensagens que podem ser trocadas por cada uma, com diferentes pessoas, durante um dia apenas.

A música também é afetada por este mesmo fenômeno e hoje em dia é possível ter acesso a milhões de músicas em qualquer lugar. Segundo Barnett (2012) em uma matéria publicada no jornal *The Telegraph*, um estudo realizado pela Nielsen mostrou que dois terços dos jovens norte-americanos de até 18 anos preferem a plataforma do *YouTube* a qualquer outra forma de acesso à música. Segundo a mesma publicação, esse hábito também é responsável por uma queda geral na venda de músicas, pois há mais gente deixando de comprar discos do que pessoas pagando por mídias digitais. Por isso a *Recording Industry Association of America (RIAA)*² em maio de 2015 passou a contabilizar os canais digitais como *YouTube*, *iTunes*, *Spotify*, etc. nas suas certificações. (RIAA, 2015)

Há uma lacuna criada pelas tecnologias atuais e ainda não preenchida. Pois, assim como a TV propiciou um novo padrão para o consumo de música com os videoclipes, os computadores e a *Internet* criaram novas possibilidades de agregar valor artístico, interativo e social ainda pouco exploradas.

² Organização que representa as gravadoras nos Estados Unidos, conhecida por certificar discos ao atingir uma certa quantidade de unidades vendidas. Equivalente norte-americano da ABPD (Associação Brasileira dos Produtores de Discos).

3.1 EXPERIÊNCIA ESTÉTICA A PARTIR DOS PRESSUPOSTOS DA SEMIÓTICA

3.1.1 Estética

O termo “estética” foi introduzido por Alexander Gottlieb Baumgarten quando publicou “Meditazioni filosofiche su argomenti concernenti la poesia” no século XVIII. Segundo Cipiniuk (2008, p. 30), Baumgarten “era um filósofo racionalista, discípulo de Gottfried [...] e havia verificado que era difícil associar o conhecimento sensível (cognitivo sensitivo) ao conhecimento intelectual objeto das coisas do mundo”. Ele observa que os sentidos eram pouco abordados pelos filósofos até então, pois eram menos precisos de lidar. Mas chegou um ponto em que os filósofos concluíram que somente a forma racional não era suficiente para a compreensão das coisas do mundo. Foi então que surgiu a necessidade de criar um conceito que possibilitasse intermediar a pura sensação do puro intelecto. A estética então se transforma “em um apêndice da filosofia destinado ao estudo das coisas belas e sublimes do mundo e àquelas produzidas pelo homem”. (CIPINIUK, 2008, p. 32)

O filósofo John Dewey (2010, p. 251–252) explora noção de estética a partir da experiência estética e não da contemplação ao belo, assim diz que:

[...] a beleza é o que mais se distancia de um termo analítico [...] de uma concepção que possa figurar na teoria como meio de explicação ou classificação. Quando o termo “belo” é cunhado para designar a qualidade estética de uma experiência, o melhor a fazer é lidar com a experiência em si e mostrar de onde e como provém essa qualidade.

O conceito de “estética” está ligado diretamente ao tempo e espaço, pois cada local dentro de sua época possuirá sua própria estética. E define o trabalho do designer como, segundo Cipiniuk (2008, p. 33), o responsável por “integrar todas as faculdades humanas no objeto, humanizá-lo, para que o próprio homem se veja no mundo que ele mesmo criou. Caso contrário, o objeto torna-se oco de sentido”.

Oliveira (2002, p. 11) afirma no prefácio do livro “Da Imperfeição” que Greimas “chama nossa atenção para a relevância do dia-a-dia na construção do sentido e do valor”. E de fato, Greimas (2002) desloca a ideia de “estética” do significado de belo, levando em conta o belo como sentido admirativo apenas. Para Greimas a estética está presente em nossos

comportamentos no cotidiano e que a sucessão de escolhas que fazemos a todo instante constrói aos poucos os valores de um objeto.

Segundo Oliveira (1995, p. 231), Greimas irá aproximar a estética ao conceito de estesia como “percepção, através dos sentidos, do mundo exterior, faculdade que possibilita a experiência do prazer (ou seu contrário), assim como de todas as “paixões” – aquelas da ‘alma’ e também aquelas físicas, do corpo, da ‘sensualidade’”. (OLIVEIRA, 1995, p. 231)

No contexto desta monografia o entendimento do termo “experiência estética” se dá pela experiência sensorial (através dos cinco sentidos humanos: visão, audição, olfato, paladar e tato) na qualidade das relações entre sujeito e objeto.

Greimas (2002) destaca diversas vezes a importância da imperfeição nas diferentes análises sobre aquilo que nos deslumbra. E conclui que é justamente o inesperado da natureza humana que nos permite dar sentido às coisas insignificantes. É a partir do inesperado - que temos nossa atenção prendida.

3.1.2 Fraturas e Escapatórias

Greimas em “Da Imperfeição” analisa algumas obras literárias e descreve sobre alguns momentos de ruptura de padrões e variação de ritmo, que ele chama de fraturas e escapatórias.

Lucia Teixeira faz uma análise sobre esta obra. Sobre as rupturas diz:

Greimas vai apontar a ruptura da dimensão cotidiana como a quebra que instaura o acontecimento estético. Isso se dá pela observação de um corpo sensível, de um corpo que é tocado por visões, odores, sensações táteis e auditivas. A Luz que fere ou cerra os olhos, o odor do jasmim que traz de volta os excessos do mundo, a sonoridade da água interrompida pelo silêncio surpreendente, tais são algumas das manifestações do mundo sensível que atravessam a experiência humana, para preenchê-la do sentido estético que a redimensiona. [...] A entrada do sujeito nessa experiência só é possível pelo arrebatamento da paixão que os confunde, provocando a fusão entre sujeito e objeto. (TEIXEIRA, 2007, p. 258–259)

E depois sobre escapatórias:

Já não se pode pensar que o sentido se produza apenas pela incisão de descontinuidades no caos da continuidade do mundo, ou no fluxo permanente do discurso. O sentido se produz também pela intensificação de procedimentos, pela mudança de ritmo, pela vibração produzida na linearidade da linguagem. [...] Não se trata de pensar em escapatória como fuga, mas como escape e retorno, como um ir-e-vir, um modo novo de relacionar-se com o outro e o mundo. (TEIXEIRA, 2007, p. 259)

No capítulo “Uma estética exaurida”, Greimas (2002, p. 75–82) reconstrói e critica os nossos comportamentos cotidianos: “convenientemente programados e otimizados, perdem pouco a pouco seus significados, [...] nossos gestos se convertem em gesticulações; nossos pensamentos, em clichês”. E no capítulo seguinte “A espera do inesperado” fecha o livro concluindo:

Assim, mediante uma redução do tempo – dele não retendo senão o efêmero –, mediante uma redução do espaço – atribuindo importância somente a seus fragmentos –, o ser humano se aproximaria, passo a passo, do essencial, permanecendo sempre, no entanto, na ordem do material. (GREIMAS, 2002, p. 90)

Figura 5: “Mensagens 10 anos atrás e hoje”



Fonte: (POOFYTOO, 2015)

A tirinha criada por Poofytooo (Figura 5) demonstra a sensação de se receber uma carta e um e-mail há 10 anos comparada com a de receber hoje em dia. No início receber e-mail era uma situação de ruptura do cotidiano, o normal era receber cartas. Já hoje em dia a situação se inverteu. Claro que ainda recebemos cartas, mas a sua grande maioria são contas ou propagandas. Então, receber um cartão postal ou uma carta escrita à mão, conforme o pensamento de Greimas, introduz uma descontinuidade no cotidiano, alterando o modo do indivíduo se relacionar com o coletivo, com os objetos e o mundo.

3.1.3 Sincretismo e a linguagem audiovisual

Ana Sílvia Médola (2009, p. 402–403) define sincretismo como “linguagens que se inter-relacionam, mas não perdem suas características enquanto sistemas de signos.” Ou seja, num projeto audiovisual as linguagens escritas, orais, visuais, etc. mantêm suas características sistêmicas mesmo estando em contato com outras linguagens.

Em “Dicionário de Semiótica”, Greimas e Courtés (1979, p. 426) definem sincretismo como “o procedimento (ou seu resultado) que consiste em estabelecer, por superposição, uma relação entre dois (ou vários) termos ou categorias heterogêneas, cobrindo-os com o auxílio de uma grandeza semiótica (ou linguística) que os reúne.” Exemplificando como obras sincréticas a opera e o cinema, pois acionam várias linguagens de manifestação.

Em “Matrizes da Linguagem e Pensamento”, Santaella (2001, p. 377–388) organiza diferentes linguagens, a fim de montar um esqueleto dos principais cruzamentos. A respeito da linguagem sonora diz que se refere à música, incluindo todo e qualquer ruído e ainda assim essa linguagem não passaria de um possível em aberto, ainda não realizado. Todas as matrizes sonoras, a nível profundo, já são híbridas da linguagem visual e da verbal.

A autora refere-se ainda como linguagem verbal, a linguagem verbal escrita e como linguagem verbo-sonora, a fala, além de ligar estas a linguagem verbo-visual através do gesto. Por fim, aborda as linguagens verbo-visuais-sonoras, em que aparece a dança e o cinema, além de definir a mídia audiovisual:

Costuma-se chamar o cinema, vídeo e mesmo a TV de audiovisuais. De fato, são áudio, no som em geral, música, ruído e na fala dos diálogos. São também visuais, nas imagens. Entretanto é necessário repetir que cinema, vídeo e TV têm também carácter discursivo, verbal, na medida em que são necessariamente narrativos ou descritivos. Isso quer dizer que, subjacente ao que costuma ser chamado de audiovisual, há uma camada de discursividade que sustenta o argumento daquilo que aparece em forma de som e imagem. (SANTAELLA, 2001, p. 386–387)

3.1.4 Possibilidades de interação

Landowski (2014) em “Interações Arriscadas” sugere um regime de ajustamento, como complemento aos regimes de interação de programação e de manipulação. Enquanto o regime de programação corresponde a interações programas e estáveis e o regime de manipulação é responsável por interações modais, instáveis, porém previsíveis, o regime de ajustamento

tamento se apresenta a partir de interações recíprocas e contagiosas. O ajustamento reconhece os sujeitos como dotados de um corpo e de uma sensibilidade:

Consequentemente, a interação não mais se assentará sobre fazer crer, mas sobre o fazer sentir – não mais sobre a persuasão, entre inteligências, mas sobre o contágio, entre sensibilidades: fazer sentir que se deseja para fazer desejar, deixar ver seu próprio medo e, por esse fato mesmo, amedrontar, causar náusea vomitando, acalmar o outro com sua própria calma, impulsionar – sem empurrar! – só por seu próprio ímpeto, etc. (LANDOWSKI, 2014, p. 51)

Porém, o ajustamento não se limita às relações entre atores humanos. Para poder expandir tal interação aos objetos, Landowski (2014, p. 52) apresenta duas formas de sensibilidade que fundamentam os processos de ajustamento: a sensibilidade perceptiva e a sensibilidade reativa. A primeira permite experimentar as variações perceptíveis do mundo exterior e de sentir as modulações internas que afetam o estado do próprio corpo, interpretando isso de forma que faça sentido por si mesmas. Já a sensibilidade reativa atribui qualidade sensível àquilo que aparentemente não se pode sentir, como uma tecla de piano ou uma tela de toque.

Um exemplo torna mais claras as diferenças das possibilidades de interação:

Dois dançarinos podem, sem dúvida, primeira, contentar-se em executar lado a lado, mas cada um por si, um tal tipo de programa comportamental fixo como, por exemplo, uma “valsa” dançada segundo as regras: isso não será mais que a execução de um ritual mundano. Pode ocorrer também que um dos bailarinos, considerando-se mais expert que o outro, procure impor-lhe seu estilo, querendo fazê-lo dançar à sua maneira: o exercício se transforma então num processo manipulatório, ao qual o parceiro pode resistir, ou se submeter de bom grado. Mas se ambos querem fazer dessa valsa uma interação gratificante, criadora de sentido e de valor, será necessário que procurem juntos, ao dançar, a melhor maneira de se ajustar um ao outro de modo que cada um possa realizar-se plenamente como dançarino – não cada qual para seu lado, independentemente do companheiro ou em seu prejuízo, mas, ao contrário, por meio da realização mesma do outro dançarino. (LANDOWSKI, 2014, p. 54–55)

Landowski (2014, p. 70–73) ainda aborda o regime do acidente. Partindo das ideias de Greimas com relação à estesia como um desvio da rotina, adicionará o fator aleatório às interações. Ele afirma que este regime esteve presente desde sempre, que dependemos dele a cada instante e mesmo assim jamais havia sido abordado de forma explícita pela semiótica. Apesar de Greimas ter esboçado o conceito em “Da Imperfeição” com o que chama de acidente estético, Landowski (2014, p. 73) diz que isso foi tratado de forma sincrética (misturando o sensível e o aleatório) e que é preciso distingui-lo para poder compreendê-lo como um regime autônomo.

Landowski (2014) sugere, com o regime do acidente, uma abordagem das interações a partir de um novo ponto de vista pouco evidenciado até então por outros autores, o da descontinuidade. O regime do acidente abrange aquilo que costuma ser deixado de fora dos estudos da interação, mas que continuam fazendo parte do cotidiano do mundo, e deve ser colocado no mesmo plano que os demais regimes – programação, manipulação e ajustamento, pois constitui um regime de sentido e interação autônomo, constituído pela aleatoriedade. (LANDOWSKI, 2014, p. 70–72)

3.2 HIPERMÍDIA COLABORATIVA

O termo “hipertexto” foi cunhado por Theodor Nelson na década de 60 com o *Projeto Xanadu*, que buscava criar uma rede de computadores de interface simples. O sistema é bastante similar com o que hoje em dia é chamado de *World Wide Web*³ (*WWW* ou *Web*), criado por Tim Berners-Lee.

Embora possa parecer orgânica, a *Internet* é na verdade bastante rígida e está centrada nos portais que organizam e catalogam o conteúdo. Segundo Lemos (2000) “os portais-currais configuram-se como estrutura de informação (conteúdo) que nos tratam como bois digitais forçados a passar por suas cercas para serem aprisionados em seus calabouços interativos”. Porém, essa rede ainda assim possibilita a interação do usuário. Se no início essa interação estava limitada a escolha de qual hipertexto seguir e assim garantir sua liberdade de navegar por onde entender, hoje o usuário pode ser parte de fato ativa da rede.

Segundo Primo e Recuero (2005, p. 56) com a popularização dos *weblogs*⁴ surgiu junto a possibilidade de interagir com o autor do conteúdo a partir principalmente dos comentários, permitindo aos visitantes, e da ferramenta de *trackbacks*⁵, que envia um aviso a todas as páginas referenciadas numa publicação, possibilitando o rastreamento de discussões dentro de diferentes páginas. Esse amadurecimento do hábito de participar das páginas e de interagir com o autor levou a criação de sites como a Wikipédia, em que todos são autores. O formato que ficou conhecido como *wiki* (que significa “rápido” em havaiano) possibilita a criação e

³ A teia mundial, ou rede mundial de computadores interligados formando a *Internet*.

⁴ Mais conhecidos como blogs, são páginas simples e individuais em que o autor publicava matérias cronologicamente

⁵ “caminho de retorno” em tradução literal do inglês

alteração de conteúdo sem a necessidade de revisão antes da publicação. Esse formato se aproxima um pouco mais da ideia original de hipertexto concebida por Ted Nelson, embora a princípio não possam ser comparados por serem essencialmente diferentes: Uznanski (2006) diz que a *wiki* está mais para uma política do que uma tecnologia, logo poderia ser aplicada ao *Xanadu*. Mesmo assim, utilizando a Wikipédia como exemplo, encontramos nela páginas que estão todas interligadas, catalogadas e organizadas, mesmo podendo ser criadas e modificadas por qualquer um. É um caos que funciona, pois toda a liberdade e facilidade de publicação estão disponíveis para todos, então, ao mesmo tempo em que, uma parcela interfere negativamente outra parcela está agindo positivamente. Ainda assim, foi criada uma hierarquia de papéis que garante diferentes poderes, possibilitando que alguns usuários ao atingirem certo reconhecimento a partir de atividades positivas e dedicação à enciclopédia possam bloquear a edição livre de artigos polêmicos como páginas sobre religiões ou de políticos (que ainda poderão ter seu conteúdo debatido livremente numa área dedicada do artigo e a alteração deste moderada pela comunidade). Isso garante a qualidade do conteúdo apresentado sem tirar tanto da liberdade de publicação.

A Wikipédia trouxe uma abordagem nova e polida para a criação colaborativa na *Internet*. Apesar de permitir a inclusão de imagens e áudios, seu foco principal está na produção textual, sendo outros formatos utilizados apenas como complemento. Seu foco está na disseminação de conhecimento e esta abordagem funciona bem. Mas ainda há uma grande área a ser explorada, pois a rede mundial de computadores não está limitada ao hipertexto. É possível interagir com vídeos, animações e sons. Essa interação também foi descrita por Theodor Nelson e é chamada de hiperfídia.

3.2.1 Web semântica

Embora não seja o termo mais correto, pois a *Internet* ainda é a mesma, as ondas de aplicações da *Web* são apelidadas com número de versões. Há ainda discussões com relação as definições que delimitam essas ondas, mas este trabalho irá se basear nos artigos de Tim O'Reilly (2007) e Jim Hendler (2009) bastante citado e que defende a terceira onda como *Web Semântica (3.0)*.

O início da *Internet* se caracterizou pelo surgimento dos primeiros sites. A *Web 1.0* é constituída por tudo o que precede a *Web 2.0*. A *Internet* já era um oceano gigantesco, mas com alguns poucos barcos. Como não havia um guia para ajudar a encontrar a embarcação desejada, começaram a surgir os primeiros sites de busca, que normalmente catalogavam suas bibliotecas de sites de forma rudimentar, pouco automatizada quando não puramente manual.

No final da primeira onda surgiu o Google, uma ferramenta de busca automatizada baseada em processos que tentam visitar todas as ramificações da teia. Devido a maneira como ocorre e ao próprio nome do ambiente (web) esses processos receberam o nome de *spiders* (aranhas). Logo em seguida começa a surgir outras novas empresas e sites. Diferentemente do que se tinha antes onde as páginas eram uma extensão de empresas ou serviços externos a elas, agora as páginas eram aplicações por si só, eram o próprio serviço e não dependiam de nada externo a elas. Isso marca o fim da primeira onda e o início da segunda. (O'REILLY, 2007)

A *Web 2.0* ficou marcada pelo estouro de serviços como o *Google*, o *Flickr*, *Napster* e *Wikipedia*, além da plataforma de *blogs*. O *Napster* sequer era uma página e sim um aplicativo instalável, trazendo aos programas a ideia de se conectar a outras pessoas ponto-a-ponto (sem um servidor central). A segunda onda fica marcada então por um conjunto de princípios e práticas descentralizadoras que buscam quebrar a rigidez como tudo era produzido até então, desde a publicação de conteúdo online até na maneira como as empresas lidam com seus produtos. Como consequência os serviços e produtos ficaram mais interativos, dinâmicos e comunitários. A *internet* deixa de ser constituída de vias de mão única para permitir a livre circulação em todas as direções. (O'REILLY, 2007)

A próxima onda ainda está começando apenas, mas aponta para um futuro quando passamos a compreender os dados que estão presentes na *Internet*. A *Web 3.0* é a *Web Semântica*. Teremos as informações conversando entre si. O que temos hoje em dia são serviços isolados que pouco se comunicam, pois ainda não se compreendem. Já existem algumas pinceladas de *Web 3.0*, mas a maioria não passa de *Web 2.0* com algumas camadas a mais. Está para surgir ainda os serviços que irão permitir lidarmos com a quantidade absurda de informações que geramos na última onda. Simplificando bastante as ondas da *Internet*, po-

demos dizer que a *Web 1.0* nos permitiu “ler”, enquanto a *Web 2.0* nos possibilitou “escrever” e a *Web 3.0* nos permitirá “compreender” o que foi escrito. (HENDLER, 2009)

3.2.2 As motivações de partilhar a vida digitalmente

Antes mesmo das redes sociais se popularizarem, a antropóloga Bonnie A. Nardi e outros pesquisadores buscaram identificar o porquê de as pessoas compartilharem sua vida na *Internet* através dos blogs. De abril a junho de 2003 foram conduzidas, na Universidade de Stanford, entrevistas com *blogueiros* buscando compreender seus hábitos e pensamentos. Mesmo com uma amostra limitada (23 pessoas) foi possível encontrar diferentes usos das plataformas de publicação. Havia quem escrevesse sobre ciência e saúde, enquanto outra pessoa focava no compartilhamento de reflexões sobre a própria vida. (NARDI *et al.*, 2004)

A partir da análise das entrevistas, os pesquisadores chegaram em cinco principais motivações que levaram os entrevistados a criar e manter um blog:

1. Exposição: focados em compartilhar o cotidiano, compartilhando principalmente com amigos e familiares.
2. Opinião: focados em tecer comentários sobre notícias e assuntos de interesse.
3. Libertação: focado na exposição emotiva e íntima do autor consigo, outras pessoas ou outros assuntos.
4. Prazer: o autor escreve como desafio de conseguir abordar determinado assunto ou pelo puro gosto de escrever.
5. Comunidade: reúne pessoas para a publicação de material relacionado (clube de poesia) ou debaterem assuntos específicos.

As motivações encontradas também servem como referência para as motivações do uso das redes sociais, que acabaram centralizando os processos de publicação e compartilhamento de conteúdo, mas mantendo a possibilidade de todas as manifestações destacadas acima.

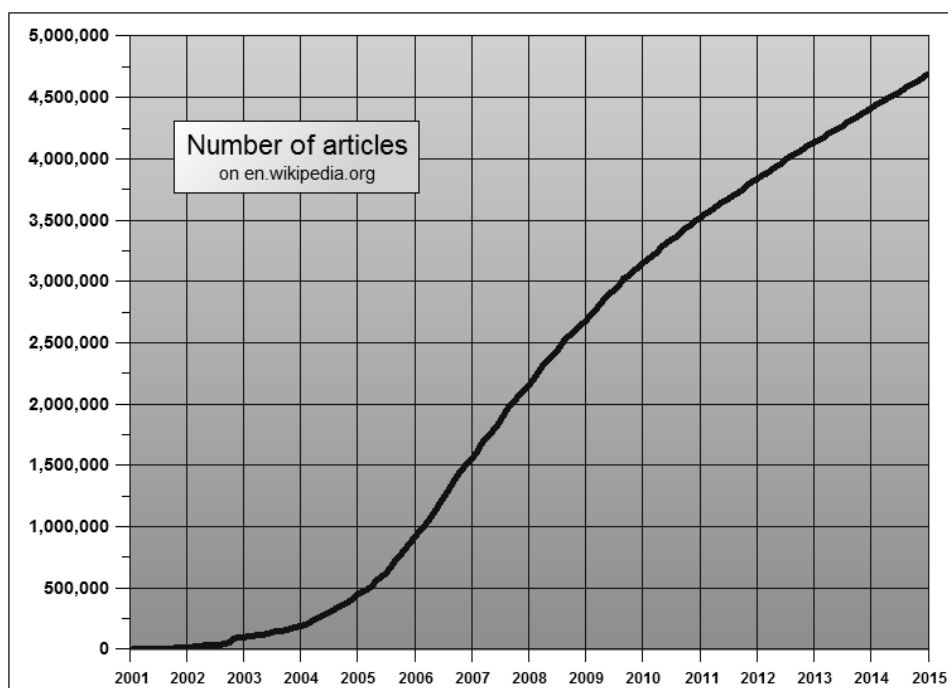
3.2.3 O crescimento de comunidades digitais

Um dos grandes problemas de sistemas abertos, que tem os usuários como centro da criação, é, justamente, a dependência da ação criativa por parte do usuário. O sistema não terá utilidade para o usuário se não possuir conteúdo, mas também não terá conteúdo se não houver usuários.

O jogo *LittleBigPlanet* resolveu esse paradoxo ao entregar junto uma campanha pronta que, ao mesmo tempo que serve de guia e história, garante que haverá um conteúdo mínimo disponível desde o início. A partir disso os usuários ficam livres para adicionar suas criações e contribuir para a comunidade. Essa solução será mais importante se for levado em conta que o jogo não é gratuito. Ao pagar por um produto o jogador espera poder fazer uso dele explorando ao máximo suas potencialidades.

A Wikipédia sofreu do mesmo problema. Sua solução foi mais demorada, pois não utilizou a mesma estratégia do jogo supracitado. O que também não seria viável pelo fato de ser uma plataforma menos controlada. Mesmo assim, o percurso não foge da tarefa de simplesmente adicionar conteúdo para conseguir atingir uma inércia positiva.

Figura 6: Gráfico da quantidade de artigos em inglês na Wikipédia através do tempo

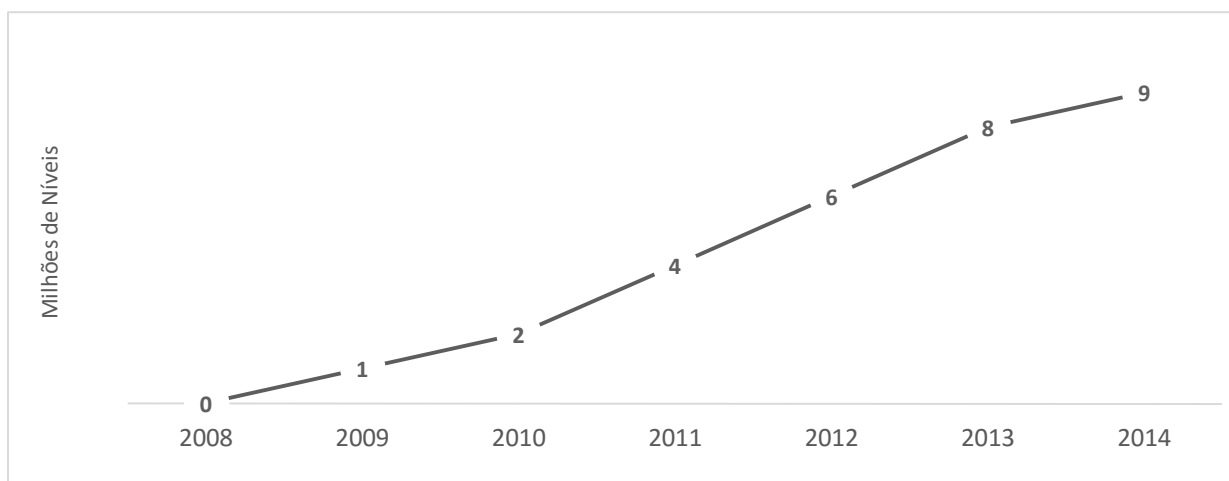


Fonte: ("Wikipedia: Size of Wikipedia", 2015)

Na Figura 6 podemos visualizar o número de artigos em inglês publicados na Wikipédia desde a sua criação até o ano atual de 2015. É evidente a característica exponencial nos primeiros anos. Segundo o artigo (“Wikipedia: Size of Wikipedia”, 2015), que contém estatísticas de uso do site, o pico de crescimento se dá 5 anos e 7 meses após sua criação. Em agosto de 2006 a enciclopédia registrou 60 mil novos artigos por mês. Em seguida se vê uma desaceleração no número de novos artigos nos últimos anos.

LittleBigPlanet não possui uma página de estatísticas na qual se poderia obter informações precisas sobre o crescimento da comunidade. Então a partir de notícias divulgadas foi possível chegar em valores aproximados exibidos no gráfico da Figura 7.

Figura 7: Gráfico da quantidade de níveis criados pela comunidade para o jogo *LittleBigPlanet*



Fonte: Autor⁶

Ambos os gráficos de crescimento são semelhantes, formando uma curva em S, que pode ser lida com um início lento, pois precisa romper uma barreira de uso e aceitação por parte do público, seguida por uma faixa de crescimento rápido e estável e finalizando com uma desaceleração por consequência de seu amadurecimento. No fim devido à quantidade de conteúdo e de possibilidades já exploradas, os usuários se concentram em melhorar, corrigir e otimizar o que já existe.

⁶ A partir de notícias e publicações oficiais acessadas em 20 jun. 2015 e disponíveis em:
<http://www2.1up.com/news/big-planet-surpasses-million-created>
<http://www.engadget.com/2010/03/01/littlebigplanet-reaches-two-million-user-created-levels/>
<http://kotaku.com/5792649/more-than-4-million-littlebigplanet-2-levels-created-dlc-coming>
<http://venturebeat.com/2012/01/17/six-million-littlebigplanet-user-levels-created-here-are-some-of-the-best/>
<http://www.ign.com/articles/2013/07/01/littlebigplanet-gamers-have-created-eight-million-levels>
<https://www.facebook.com/littlebigplanet/posts/10152307038246831>

3.3 EXPERIÊNCIAS DE REFERÊNCIA

3.3.1 Concerto perfumado

O artista francês Laurent Assoulen viaja o mundo com um concerto em que mistura seus ofícios de pianista e perfumista. O concerto busca uma experiência estética única que mistura notas musicais e olfativas. Antes de começar a tocar uma composição por ele criada, disponibiliza à plateia tiras de perfumes que inspiraram a cada composição de jazz tocada num piano de cauda. Promove uma experiência sensorial peculiar ao público presente.

O concerto esteve em Porto Alegre em abril de 2015 e o artista apresentou obras do seu álbum *Sentire*, dividido em cinco composições musicais. O álbum (figura 10) à venda no local do evento vem acompanhado de cinco fragrâncias para o usuário ter outras experiências em diferentes lugares. (BEURNIER, 2015)

No "Guia Cultural #01 da Aliança Francesa" (2015), Assoulen diz que “é preciso fechar os olhos, deixar a imaginação nos levar, concentrar-se nos perfumes e sentir os acordes musicais”.

Figura 8: Álbum Sentire



Fonte: autor

3.3.2 Stonemilker

A artista islandesa Björk lançou em maio de 2015 no *Museum of Modern Art* (MoMA) um clipe interativo para a música *Stonemilker* em que os visitantes utilizam um óculos de realidade virtual para assistir ao show⁷. O objetivo da instalação era levar o visitante para o lugar que serviu de inspiração para a música. O vídeo, dirigido por Andrew Thomas Huang, foi gravado em 3D e 360° por aparelhos específicos e com a tecnologia de realidade virtual foi possível fazer o usuário se sentisse presente no local do clipe, podendo olhar para onde desejasse (Figura 9).

Uma experiência simplificada semelhante foi disponibilizada através do *YouTube*⁸. Ao acessar o clipe em celulares é possível interagir movimentando o aparelho ou tocando na tela.

Figura 9: Clipe 360° de *Stonemilker*



Fonte: (REWIND, 2015)

⁷ MoMA PS1: Exhibitions: Björk's Stonemilker by Andrew Thomas Huang. Disponível em <<http://momaps1.org/exhibitions/view/398>>. Acesso em 23 jun. 2015

⁸ BJÖRK. björk: stonemilker (360 degree virtual reality). Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=gQEyezu7G20>>. Acesso em 23 jun. 2015

3.3.3 The Johnny Cash Project

No ano de 2010 o Google em parceria com o artista Chris Milk lançou um site chamado *The Johnny Cash Project*⁹. O projeto consiste em criar um videoclipe interativo para a música “Ain’t No Grave” do álbum póstumo “American VI” de Johnny Cash, lançado em 2010. Para tanto foi criado um vídeo com imagens do artista. Através do site do projeto cada quadro do vídeo pode ser manipulado pelo visitante. Como resultado, segundo Caldas (2013, p. 1) foram “mais de 250 mil contribuições de pessoas de mais de 160 países”. O videoclipe final é a mistura desses quadros editados e pode variar conforme filtros apresentados no site: quadros mais bem avaliados, quadros com curadoria do diretor, quadros mais recentes, quadros aleatórios, entre outros. A partir disso cada exibição do vídeo é diferente. Até porque ainda é possível participar do projeto, continuar manipulando quadros e expandindo as possibilidades de combinações de quadros.

Ao acessar o site do projeto, a página inicial (Figura 10) apresenta três caminhos para serem seguidos pelo visitante: “Watch the video”, “Contribute” e “Watch the Doc”.

Figura 10: Página inicial do The Johnny Cash Project



Fonte: Disponível em <<http://www.thejohnnycashproject.com/>>. Acesso em 29 mai. 2015.

⁹ Disponível através do endereço <http://www.thejohnnycashproject.com/>

Ao selecionar “Watch the video” o visitante é levado para a página “Explore” do projeto, em que é carregada a exibição do videoclipe e no qual é possível visualizar e escolher os quadros que serão utilizados (Figura 11). Por padrão a seleção inicial de quadros é baseada nas melhores avaliações. Na lista de quadros é possível selecionar qualquer quadro criado para utilizá-lo na exibição do clipe e também ver informações sobre o autor, de onde é, quanto tempo levou para fazer o quadro, que estilo foi utilizado e a contagem de pinceladas. Ainda enquanto selecionado é possível rever todo o processo de criação do artista para o quadro, traço a traço, avaliar o resultado e contribuir utilizando o mesmo quadro como base.

Figura 11: Página “Explore” do The Johnny Cash Project



Fonte: Disponível em <<http://www.thejohnnycashproject.com/#/explore/TopRated>>. Acesso em 29 mai. 2015.

Dentro de “Contribute” (Figura 12) é possível selecionar um quadro para manipular, que consiste em desenhar por cima da imagem original do quadro. Podendo escolher o tipo do pincel, o tamanho do traço, a opacidade e a cor (gradiente de cinzas somente). Ainda é possível aproximar ou afastar o quadro para melhor trabalhar detalhes, bem como definir a opacidade do quadro original para referência.

Figura 12: Página “Contribute” do The Johnny Cash Project



Fonte: Disponível em < <http://www.thejohnnycashproject.com/#/contribute>>. Acesso em 29 mai. 2015.

Por fim, ao clicar em “Watch the Doc” o visitante é redirecionado para um pequeno vídeo do *YouTube* com pouco mais de 5 minutos sobre o projeto. Nele os fãs que colaboraram comentam a experiência e o diretor Chris Milk declara que criaram “este projeto para dar aos fãs de Johnny Cash a possibilidade de coletivamente criarem seu último clipe.”¹⁰ (MILK, 2010)

3.4 COTIDIANO CONECTADO

3.4.1 Consumo de entretenimento

Um dos serviços pioneiros a trazer o consumo de entretenimento para a era digital foi o *Napster*, programa que conectava pessoas ponto-a-ponto (sem a necessidade de servidores centrais) para a transferência de arquivos. Em 1999, quando foi lançado, não existia ainda serviços dedicados para o consumo ou compra de mídia digitais. Os usuários do programa copiavam seus discos físicos para o computador e compartilhavam na rede. O compartilhamento era considerado um processo ilegal e sofreu várias ações na justiça por pro-

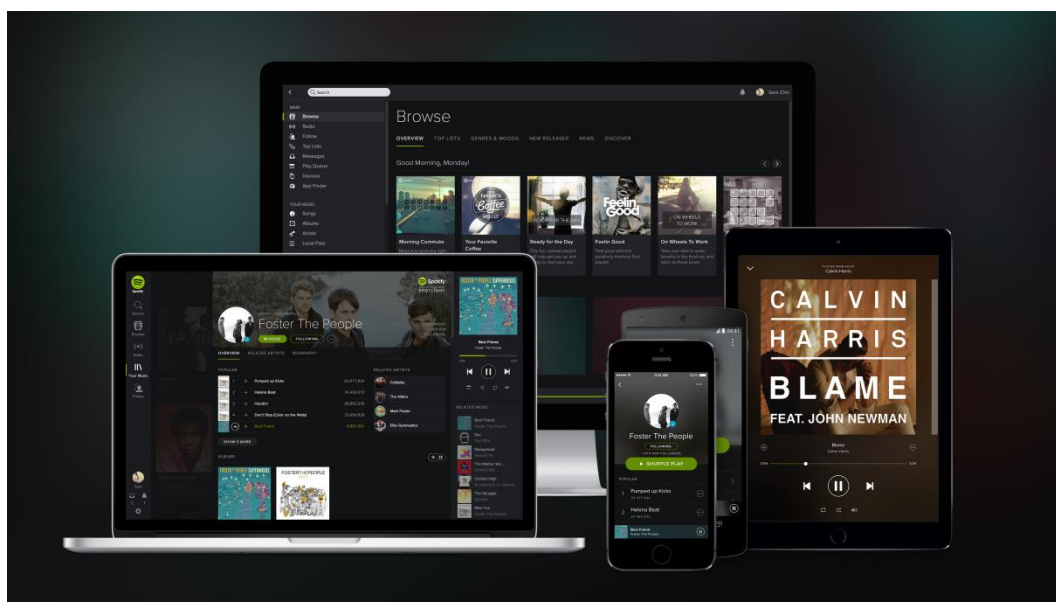
¹⁰ “We created this project to give Johnny Cash fans a chance to collectively make his final music video.”

mover a pirataria, até ser fechado em março de 2001. Após o *Napster* vários outros serviços surgiram, como *eDonkey* e *Kazaa*, focados no compartilhamento de arquivos em geral e não somente música.

O *iTunes* da *Apple*, lançado em 2001, buscou facilitar o consumo de mídias digitais de forma legal. Inicialmente focado na venda de música, posteriormente foi adicionado ao serviço a venda de filmes e seriados. Mas essa venda era feita por unidade apenas. Foi somente em 2006 que o serviço *Spotify* surgiria e popularizaria o modelo de acesso ilimitado a uma biblioteca de música. Seguido pelo *Netflix* em 2008 com modelo semelhante voltado para filmes.

Além dos supracitados, hoje existem outros serviços semelhantes cuja finalidade é o aluguel digital de bibliotecas inteiras de músicas, tendo mais destaque: *Rdio*, *Deezer*, *Tidal*, *Google Play Music* e *Apple Music*. O *Spotify* é o serviço pioneiro e líder com mais de 75 milhões de usuários ativos¹¹. Sua biblioteca de músicas está disponível através de aplicativos para os dispositivos mais populares (Figura 13).

Figura 13: Os aplicativos do Spotify



Fonte: "Application | Spotify Press". Disponível em <<https://press.spotify.com/us/pictures/application/>>. Acesso em 23 jun. 2015

¹¹ "Information | Spotify Press". Disponível em <<https://press.spotify.com/us/information/>>. Acesso em 23 jun. 2015

3.4.2 Portais de compartilhamento de entretenimento

Enquanto os serviços citados no item anterior estão focados no aluguel de bibliotecas fechadas, não permitindo que os usuários contribuam para o catálogo, há serviços cujo foco está justamente no caráter aberto e democrático de consumir e criar conteúdo.

Lançado em 2005, o *YouTube* oferece uma plataforma em que os usuários possam enviar seus próprios vídeos. O nome origina da junção das palavras “você” e “tubo” (gíria para televisão) em inglês. O serviço foi adquirido em 2006 pelo *Google*¹² e atualmente é o 3º site mais acessado do mundo, segundo o site *Alexa*¹³, que analisa o tráfego da *Internet*.

Ao popularizar o compartilhamento de vídeos pessoais, o *YouTube* também possibilitou o surgimento de canais de produção de conteúdo independente (Figura 14), pois permitiu a publicação e divulgação de material sem a necessidade de aprovação. Os próprios visitantes podem avaliar o material publicado, comentar, compartilhar e inclusive denunciar caso encontrem alguma irregularidade.

Figura 14: Página de visualização de vídeo do YouTube



Fonte: Autor

¹² (“Google To Acquire YouTube for \$1.65 Billion in Stock”, 2006)

¹³ (“Alexa Top 500 Global Sites”, 2015)

O *SoundCloud* é uma plataforma criada em 2007 similar ao *YouTube*, mas voltado para o compartilhamento de áudios. Além de possibilitar que qualquer um publique e divulgue seu material musical, também permite que os visitantes avaliem e comentem os trabalhos. É justamente aí que está seu diferencial, possibilitando comentar trechos específicos das músicas (Figura 15) através de uma interface que exibe as ondas sonoras e as divide em trechos selecionáveis.

Figura 15: Destaque na interface de comentários nas músicas do SoundCloud



Fonte: Autor

3.4.3 Redes Sociais

Raquel Recuero (2009, p. 178) irá definir as redes sociais como uma “aplicação da metáfora de redes para os grupos sociais”. Associando os atores (pessoas, instituições ou grupos) aos nós da rede, enquanto as interações e laços sociais são as conexões. (RECUERO, 2009, p. 24)

Dentre várias redes sociais disponíveis serão destacadas duas: *Facebook* e *Twitter*. Embora ambas conectem pessoas ao redor do planeta, cada uma faz isso de maneiras distintas. *Facebook*, por padrão, exige que haja reciprocidade de aceitação da amizade para formar uma conexão bilateral, enquanto o padrão do *Twitter* permite que qualquer um acompanhe outras pessoas, criando conexões unilaterais. Vale destacar que ambos serviços oferecem criar vínculos diferentes: empresas e personalidades públicas podem escolher serem “seguidas” por qualquer pessoa, eliminando a necessidade de aprovação de amizade, enquanto *Twitter* permite que os usuários tornem seus perfis privados, escondendo suas publicações de outros usuários que não tenham recebido permissão para visualizar.

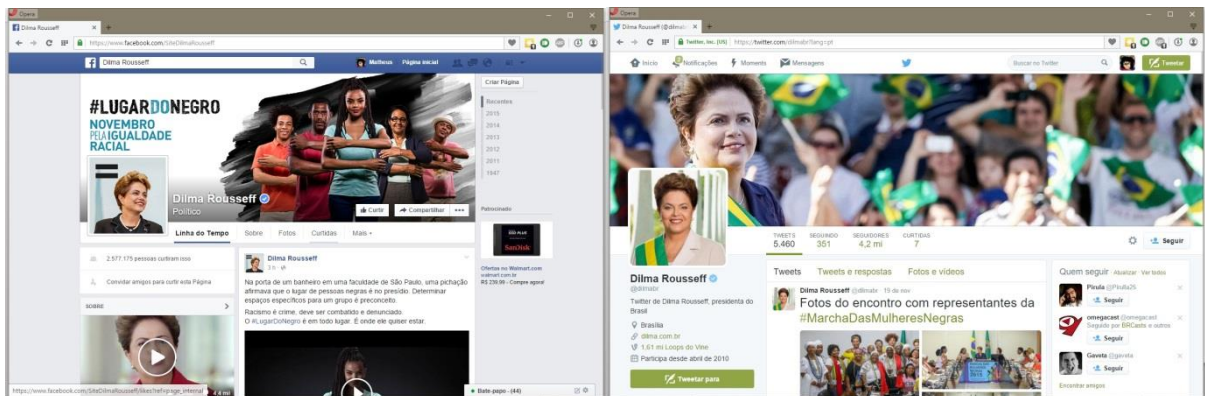
O *Twitter* é um serviço focado no compartilhamento de pequenos textos com até 140 caracteres, podendo incluir imagem ou vídeo através de *hipertexto* para serviços externos. Já o *Facebook* tenta centralizar boa parte do conteúdo da *Internet* dentro da sua plataforma,

incentivando a publicação de textos, vídeos e imagens dentro do próprio serviço, embora permita o compartilhamento de *hipertexto* externo.

Segundo valores oficiais divulgados pelo Governo e obtidos através da Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) de 2015, quase metade dos brasileiros (48%) acessa a *Internet* regularmente. Destes, 72% acessam todos os dias e 98% possui perfil no *Facebook*. (SECOM, 2014)

A importância das redes sociais é tão grande que empresas e figuras públicas possuem perfis dedicados a interagir e manter contato com os seguidores. Em destaque os perfis da presidente Dilma Rousseff nas redes *Facebook* e *Twitter* (Figura 16).

Figura 16: Perfis oficiais da Presidente no *Facebook* e *Twitter*



Fonte: autor

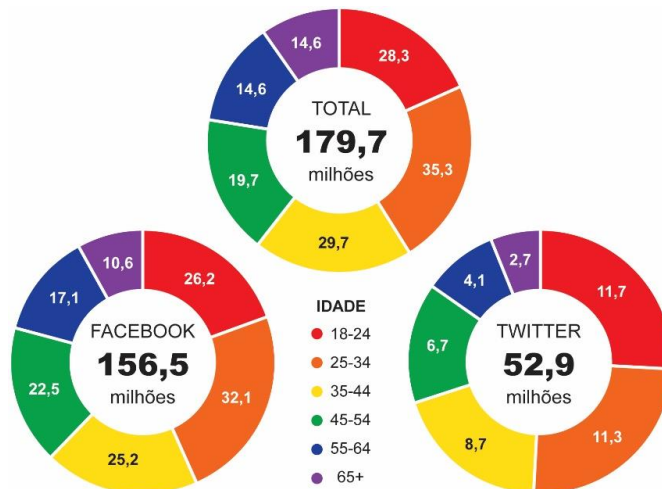
4 DESENVOLVIMENTO

4.1 PESQUISA

4.1.1 Público Alvo

A pesquisa realizada por Monteiro (2015), sintetizada nos gráficos da Figura 17, mostra que não há restrições de idade quanto aos usuários que procuram compartilhar experiências através de rede sociais. E além disso, que não foi encontrado nenhum motivo para restringir o mercado. Com base nessa pesquisa ficou definido como público alvo toda e qualquer pessoa que tenha interesse em compartilhar tais experiências e que tenha competência técnica para acessar esse tipo de plataforma.

Figura 17: Faixa Etária dos Usuários de Redes Sociais



Fonte: adaptado de (MONTEIRO, 2015)

4.1.2 Questionário

A primeira tarefa foi realizar uma pesquisa com potenciais usuários da plataforma através de um questionário que buscava compreender melhor as necessidades e expectativas do público alvo.

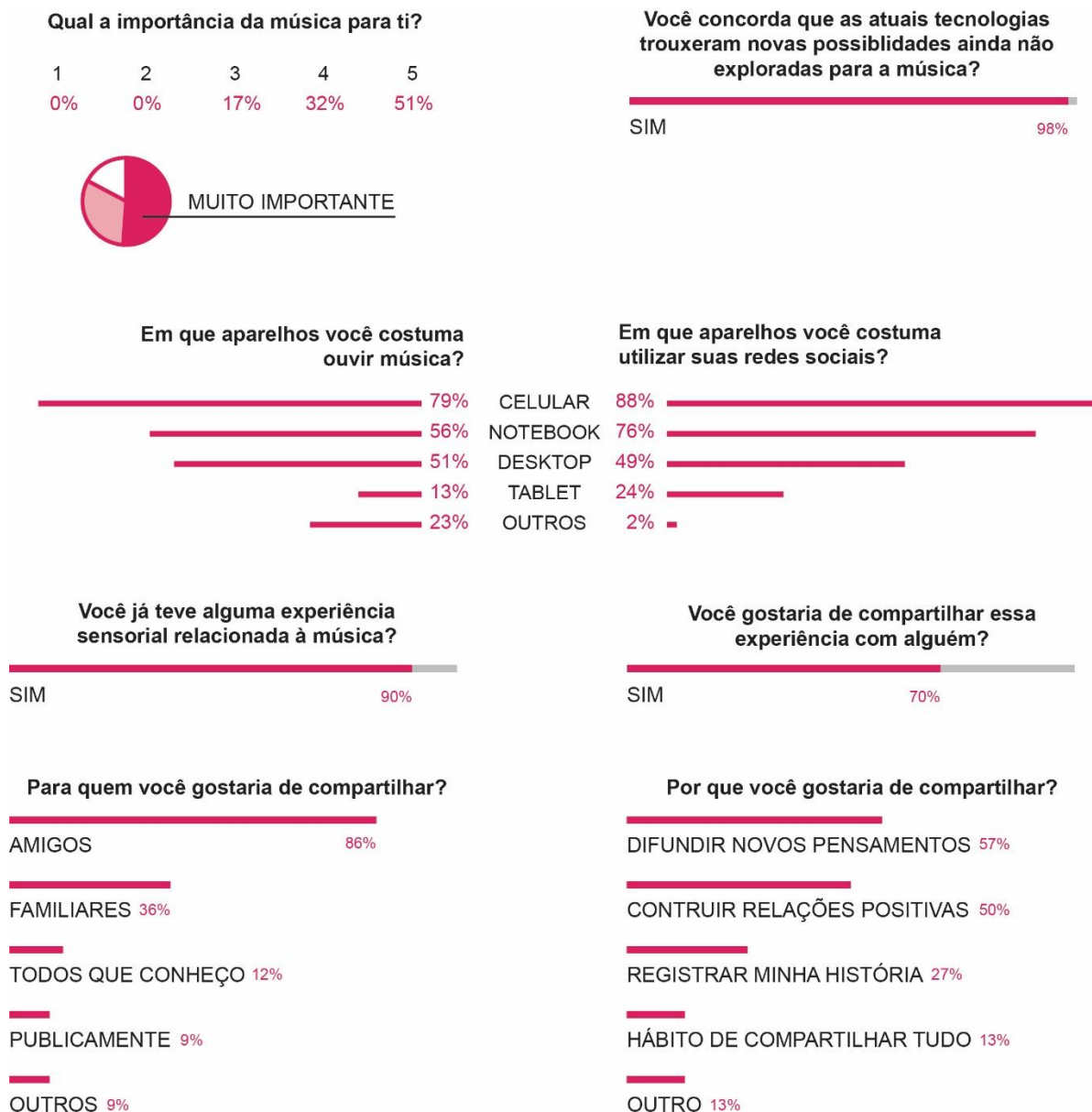
O formulário de questões foi criado através da ferramenta *TypeForm*, que possibilita a criação de uma página personalizada para o compartilhamento de questionários, bem como fornece os resultados através de planilha e estatísticas visuais.

Inicialmente foi realizado um questionário com foco mais dissertativo, que obteve poucas respostas. Mesmo assim contribuiu para o direcionamento do projeto e o desenvolvimento de um segundo questionário, desta vez mais objetivo.

O segundo questionário obteve uma quantidade mais significativa de respostas, 41 participantes, o que possibilitou obter melhores conclusões e possibilitará decisões mais claras nas próximas etapas.

4.1.3 Resultados

Figura 18: Gráficos com os resultados da pesquisa



Fonte: autor

As primeiras perguntas da pesquisa eram as mais importantes para o projeto, pois compreendiam confirmar o problema deste projeto. Felizmente mais da metade (51%) das pessoas consideram a música como algo muito importante para si, enquanto o restante ainda considera pelo menos relevante. A maioria absoluta também concorda que as tecnologias atuais trouxeram possibilidades não exploradas para a música.

As demais perguntas estavam mais baseadas em definir os hábitos, as necessidades e expectativas relacionadas a uma nova plataforma de compartilhamento de experiências. A maioria das pessoas afirmou já ter tido experiências sensoriais relacionadas à música e a maior parcela delas também confirmou a vontade de compartilhar essa experiência.

A partir da pesquisa e da análise dos resultados também foi possível atualizar o problema e os objetivos deste trabalho, alinhando o desenvolvimento às expectativas e necessidades dos usuários.

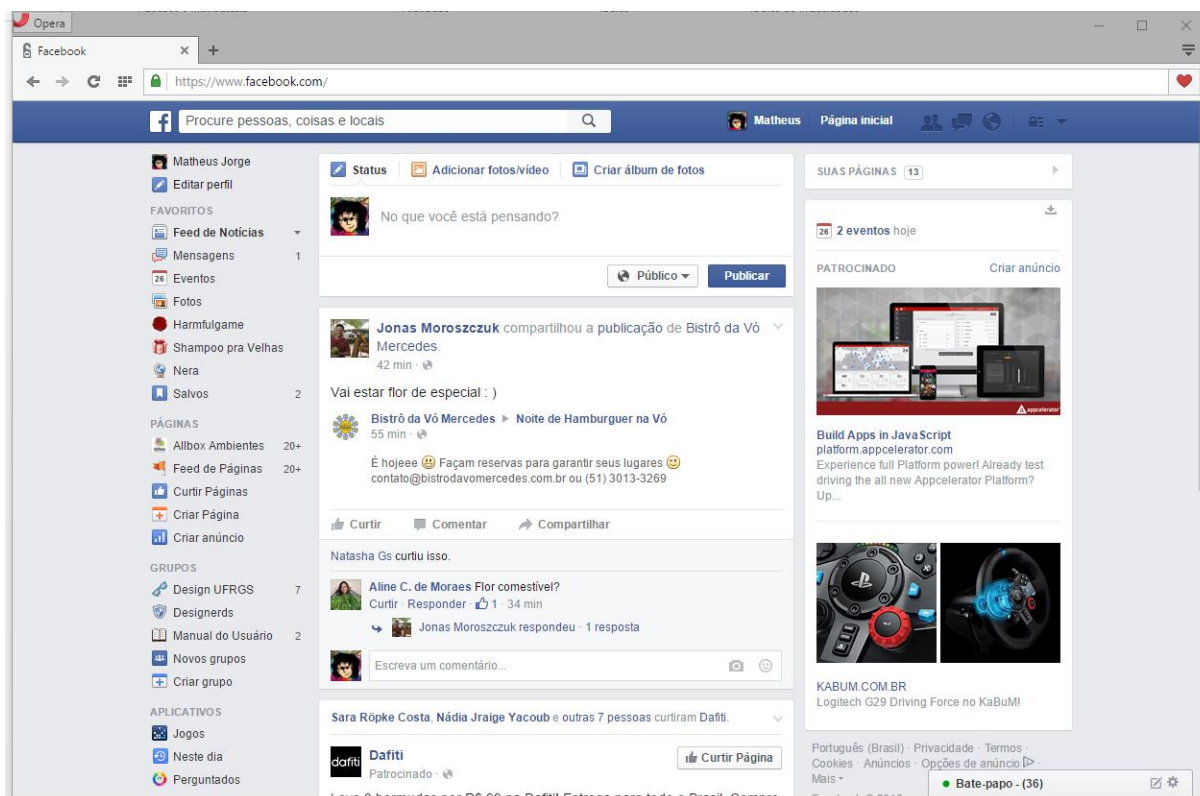
4.2 PLATAFORMAS SOCIAIS RELACIONADAS

4.2.1 Facebook

O *Facebook* (Figura 19) é uma rede social focada no convívio digital, a partir da formação de amizades, no acompanhamento de páginas, na participação de grupos e no compartilhamento de publicações através da plataforma. A rede busca centralizar as atividades dos usuários dentro dela, criando ferramentas que possibilitam criar e divulgar de eventos, votar em enquetes, jogar e acessar aplicativos, trocar mensagens, formar grupos de interesse e a manter vínculos com empresas e entidades. A lista é extensa e continua crescendo, para tentar fazer os usuários passarem mais tempo utilizando os serviços.

Um dos diferenciais da rede está na popularização dos botões de “curtir”, presente em todas as publicações dentro da plataforma e também na maioria das páginas de outros sites. Isso permite ao *Facebook* conhecer cada vez mais os hábitos de uso da Internet dos seus usuários.

Figura 19: Página principal do Facebook



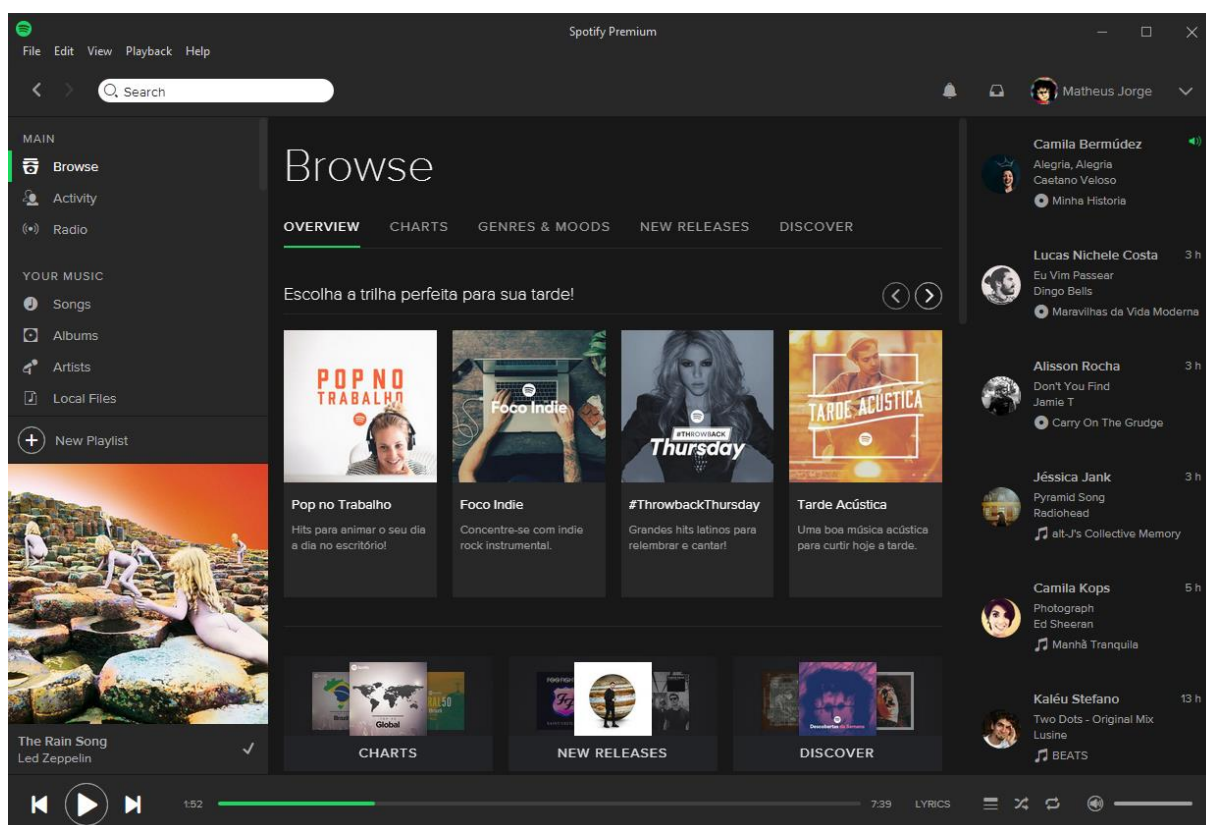
Fonte: autor

4.2.2 Spotify

A aparência baseada em tons de cinza escuro com detalhes em verde claro é bastante característica e está presente por toda a interface (Figura 20). Apesar das diversas plataformas disponíveis, irei focar esta análise na experiência de navegação oferecida no aplicativo para área de trabalho do *Microsoft Windows*, ressaltando alguns detalhes das demais versões.

Os botões de interação com a música estão localizados sempre na parte inferior dos aplicativos. Acima disso a interface é dividida em três colunas, o menu fica à esquerda, o conteúdo principal no centro e a atividade dos amigos à direita. Nos aplicativos portáteis não há lista de atividades e o menu fica recolhido e acessível por um botão para priorizar maior espaço para o conteúdo. No aplicativo para navegadores há uma exceção com relação aos botões de interação, que estão fixos na lateral direita.

Figura 20: Tela inicial "Visão Geral" do Spotify



Fonte: autor

O menu é dividido em três áreas: o catálogo principal, em que é possível navegar pelo catálogo e criar estações de rádio; o catálogo pessoal, chamado de “suas músicas”, no qual são exibidas somente as músicas selecionadas pelo usuário; e a lista de *playlists*, onde são listadas todas as listas de músicas do usuário.

A navegação pelo catálogo principal é dividida em “Visão Geral” com destaques do catálogo, “Paradas” com as músicas mais tocadas por país e gênero, “Gêneros e Momentos” com *playlists* criadas para humores específicos, “Lançamentos” com as novas músicas adicionadas ao catálogo e “Descobrir” com sugestões de discos a partir do que o usuário ouve.

4.2.3 Reddit

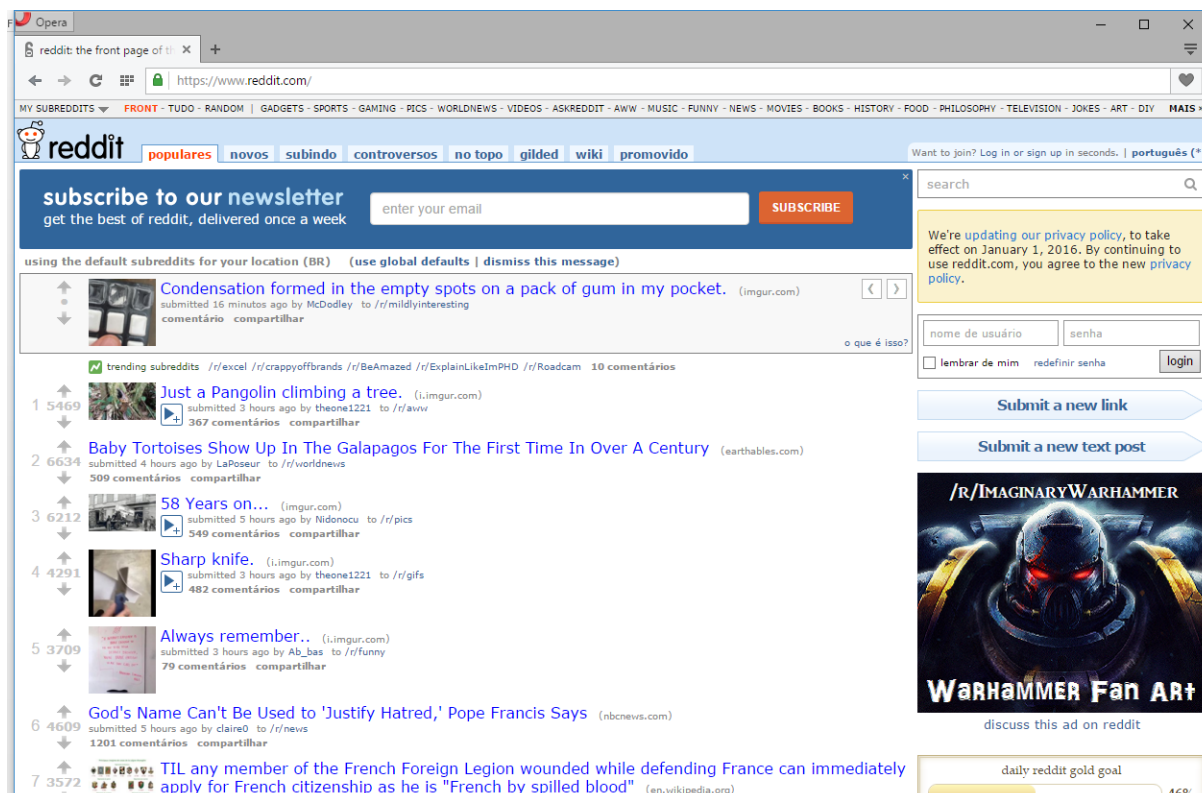
O *Reddit* é similar a um fórum de discussões (Figura 21). Existem categorias para todo tipo de assunto e caso ainda não exista, qualquer um pode criar uma nova. Partindo desse princípio, é possível encontrar debates sobre tudo que acontece no mundo. Há comunidades

para tudo: compartilhamento de belas paisagens, notícias do cotidiano, dicas sobre planejamento financeiro pessoal, etc.

Os tópicos criados podem ser avaliados positivamente ou negativamente, somando ou subtraindo pontos associados a eles. Quanto maior a pontuação, maior o destaque que o tópico recebe. Os comentários também podem ser avaliados de forma similar. A pontuação dos tópicos e comentários também ficam atreladas ao autor, garantindo privilégios e responsabilidade de moderação àqueles que somarem mais pontos em determinados assuntos.

Um dos tipos de tópicos mais populares é o “Ask Me Anything”¹⁴ (AMA) que acontece dentro da categoria “I am a”¹⁵ (IamA), no qual as pessoas se apresentam e ficam um tempo a disposição para responder perguntas da comunidade. Qualquer um pode criar um AMA e algumas personalidades ou assuntos populares recebem destaque num calendário para que os visitantes tenham tempo para formular perguntas. Entre os tópicos com maior pontuação estão os de Barack Obama, David Attenborough e Bill Gates.

Figura 21: Página inicial do Reddit



Fonte: autor

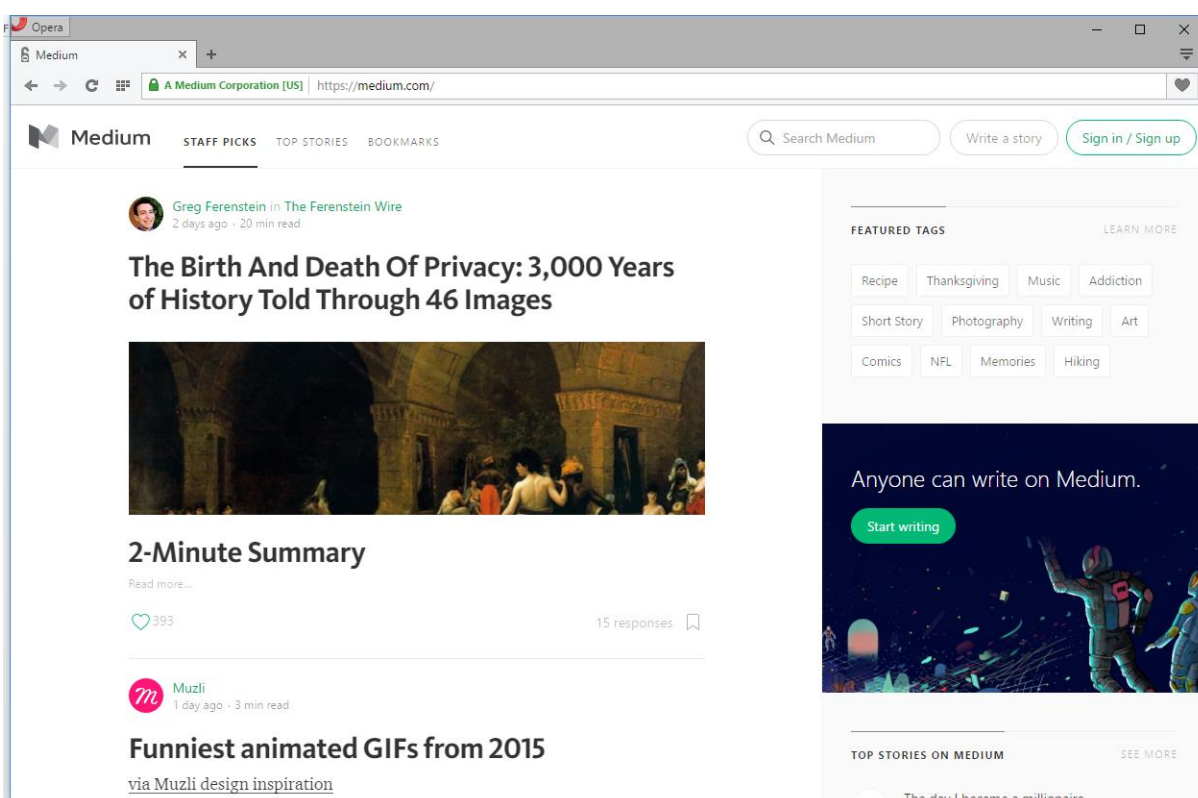
¹⁴ “Pergunte-me qualquer coisa” em tradução direta para o português

¹⁵ “Eu sou um(a)” em tradução direta para o português

4.2.4 Medium

O *Medium* se define como uma comunidade para escritores e leitores. É um portal para a publicação de artigos, principalmente textos, mas podem incluir vídeos e imagens. A diferencial do serviço está na valorização do conteúdo. A página (e o aplicativo também) são sóbrios e limpos, não há distrações (Figura 22). Além de ler, favoritar e comentar, é possível ainda realçar partes do texto, possibilitando opinar ou criar discussões direcionadas a certas partes.

Figura 22: Página inicial do *Medium*



Fonte: autor

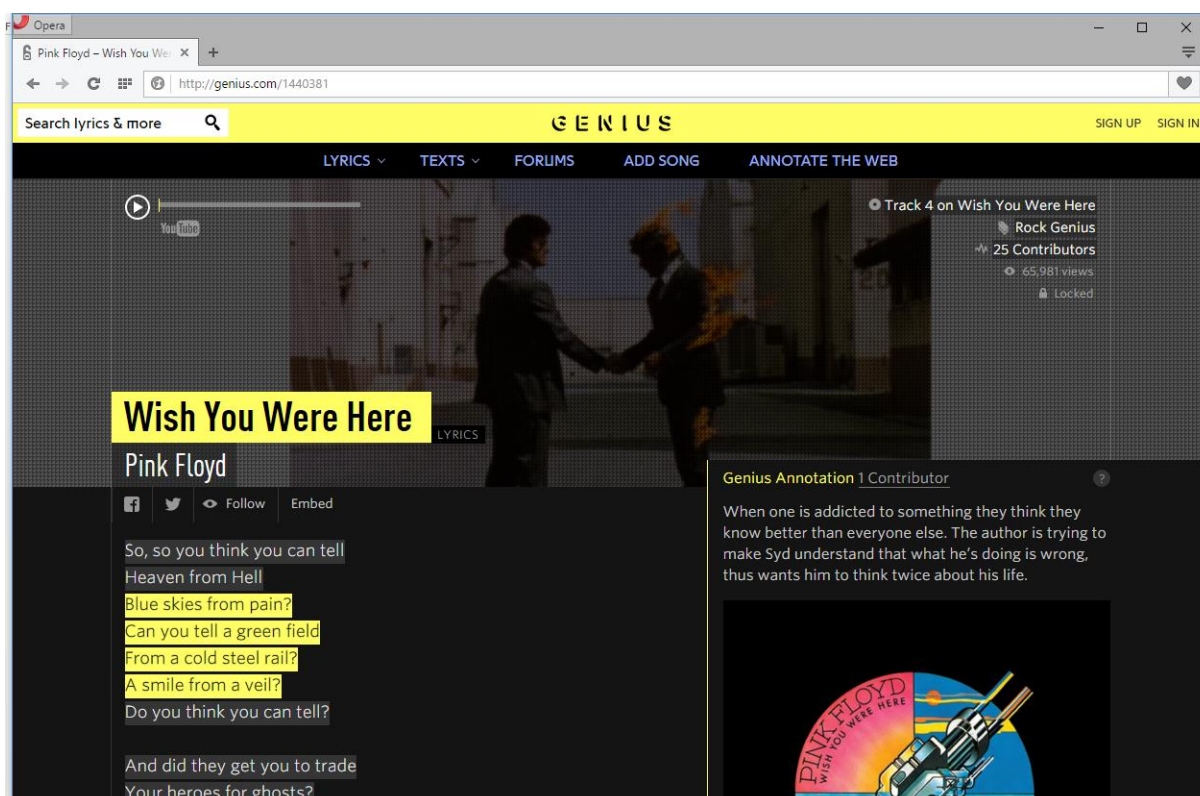
Qualquer pessoa pode criar uma conta no *Medium* e publicar seus artigos. Qualquer um pode também seguir o perfil de outros usuários afim de acompanhar suas publicações. Os artigos mais populares ou selecionados pela equipe do site recebem destaque na página inicial e nas páginas de etiquetas¹⁶ específicas (quadrinhos, poesia, jornalismo, ciência, etc).

¹⁶ Sistema similar ao de palavras-chave. Termos utilizados para categorização do conteúdo.

4.2.5 Genius

O Genius (Figura 23) surgiu em 2009 com o foco em letras de rap e a partir de 2014 passou a aceitar outros tipos de conteúdo. O serviço permite realçar partes de textos para adicionar anotações. Atualmente é possível encontrar uma vasta coleção de letras de música, poesias, roteiros e artigos esportivos. Além de ser utilizado no site em si, o sistema de marcação criado pode ser instalado em outros sites que queiram oferecer mecânicas similares. Também oferecem uma extensão para navegadores que permite utilizar a ferramenta para adicionar anotações aos sites que o usuário acessa.

Figura 23: Página da música “Wish You Where Here” no Genius



Fonte: autor

4.2.6 LittleBigPlanet

Ainda, por fim, foi feita a análise de um jogo eletrônico que parte do princípio de um universo interativo e comunitário. Ele já foi mencionado antes em “3.2.3 O crescimento de comunidades digitais” e recebe destaque aqui por trazer uma abordagem fora do computador ou celular, foco dos demais serviços analisados e também da plataforma proposta. Bus-

cando encontrar pontos comuns e o que for diferente, ver se poderia acrescentar para o projeto.

Em *LittleBigPlanet*, jogo lançado pela *Sony* em 2008 para o console *PlayStation 3*, o jogador é apresentado a um universo criativo em que, além do mundo principal do jogo no qual a história se desenrola, cada um possui sua própria lua, cujo papel é ser um local pessoal para criar e compartilhar conteúdo com a comunidade do jogo. Quem tem contato com o jogo pela primeira vez espera um jogo infantil, devido sua aparência simples e lúdica, mas o jogo encanta e desperta a atenção de todas as idades. Similar às peças *Legó*, é uma brincadeira cujo público é todo e qualquer humano.

Os seres desse universo são bonecos de pano simples, tipo avatares, conhecidos como *Sackboys* e *Sackgirls* (Figura 24), que podem ser personalizados de infinitas formas por seus controladores (cada jogador possui seu avatar). Essa personalização se dá a partir de materiais, objetos, enfeites, adesivos e tintas conquistados durante o jogo. Esses mesmos itens poderão ser utilizados para criar e alterar as fases da sua lua e dos demais jogadores.

Figura 24: *Sackboys* e *Sackgirls*



Fonte: Autor (montagem baseada em imagens de divulgações oficiais da *Sony*)

O mundo principal do jogo é similar ao planeta Terra e apresenta as mecânicas e possibilidades do jogo. Serve como porta de entrada para compreender o universo que poderá ser explorado. O restante do universo é composto por luas com as fases criadas e compartilhadas por outros jogadores, bem como a lua do próprio jogador. O jogo é do gênero plataforma¹⁷, em que o personagem percorre o horizonte bidimensional pulando e interagindo

¹⁷ Gênero em que o cenário é composto por plataformas por onde o personagem se movimenta e interage. O jogador costuma iniciar em um ponto do mapa e o objetivo é alcançar o outro extremo. *Mario* e *Sonic* são exemplos de jogos que popularizaram este gênero.

com o ambiente (Figura 25). Cada fase pode ser jogada por até quatro jogadores, estando eles no mesmo local físico ou através da *Internet*.

Figura 25: Registro da tela de jogo de *LittleBigPlanet* com 4 jogadores



Fonte: Disponível em <<http://littlebigplanet.playstation.com/pt/media/screenshots?page=9>>. Acesso em 20 jun. 2015.

Os níveis das luas podem ser criados do zero ou a partir de outras fases modificadas. Dentro do modo criação o jogador pode utilizar tudo o que foi adquirido ao jogar outras fases para criar o seu próprio cenário com seus próprios desafios. Os materiais incluem chão, paredes, botões, plataformas e objetos. É possível programar todo o ambiente, incluindo ações específicas e reações a essas determinadas ações, a trilha sonora e os prêmios para quem conseguir chegar ao fim. Um detalhe interessante é que cada objeto e item criado por algum jogador é adicionado à biblioteca dos demais ao jogarem a respectiva fase. Então sempre que se encontra algo novo e interessante aquilo poderá ser utilizado para outras criações. Mesmo o jogo sendo pago, todo o conteúdo criado é gratuito e compartilhado assim. Todos têm acesso a tudo. E o jogo todo funciona muito bem em torno desse compartilhamento aberto.

4.3 CARACTERÍSTICAS DESTACADAS

A partir da análise das plataformas foi gerado o Quadro 1 destacando as características positivas e negativas de cada uma, observando o que poderia ser utilizado como referência no desenvolvimento da plataforma do projeto.

Quadro 1: Características das plataformas analisadas

Plataforma	Características Positivas	Características Negativas	Características utilizadas como referência
Facebook	Grande base de usuários Sistema de amigos, grupos e comunidades Botão “curtir” é um diferencial marcante	Desproporcionalmente monetizada com publicidade	Botão “curtir” Sistema de amigos
Spotify	Criação de biblioteca pessoal de músicas <i>Playlists</i> colaborativas com amigos Facilitar o descobrimento de novas músicas e bandas	Lógica de organização pouco intuitiva para os usuários novos Confuso sistema de amigos dependente do <i>Facebook</i>	Facilitar o descobrimento de novas músicas e bandas
Reddit	Muito aberto a qualquer tipo de debate e publicação Gerido pela própria comunidade Uso de sistema de pontuação simples e eficaz O conteúdo de toda a plataforma é público, mas somente os usuários registrados têm direito a criar tópicos ou comentar	Elevada curva de aprendizado para novos usuários Debates majoritariamente em inglês	Abertura para debates e publicações Gerido pela comunidade
Medium	Foco no conteúdo Possibilidade de realçar partes do texto para comentar Uso de etiquetas para categorização	Impossibilidade de personalização visual das páginas pessoais e dos artigos	Possibilidade de realçar partes do texto para comentar Uso de etiquetas para categorização

Genius	Interface simples e funcional para realce e anotação de conteúdos Grande biblioteca de letras de músicas comentadas	Impossibilidade de realçar sobre outros trechos já realçados Limitado a língua inglesa	Interface para o realce de conteúdos
LittleBigPlanet	Alto nível de personalização dos personagens e cenários Apresenta os níveis e desafios de forma lúdica e interessante visualmente Fácil de jogar com mais pessoas	Difícil encontrar níveis que não tenham recebido destaque ou que já não sejam populares Jogabilidade um pouco complicada para novos jogadores	Apresentar conteúdos de forma lúdica e interessante visualmente

Fonte: autor

As plataformas sociais analisadas mostraram que existem diversas formas de desenvolver relações digitais e que não existe uma única maneira disso ocorrer. Cada plataforma possui características positivas e negativas e a análise delas facilita a construção de soluções para as interações dentro da plataforma proposta neste projeto.

4.4 DEFINIÇÃO DO PROJETO

A definição do projeto irá servir como guia na construção da arquitetura da informação e na geração de alternativas. Bem como na validação dos resultados obtidos, ao verificar se foram atingidas as expectativas e necessidades definidas.

A plataforma digital será similar às redes sociais, permitindo aos usuários compartilharem experiências, relatos e opiniões com amigos, familiares, grupos ou publicamente. Diferentemente de outras redes, que buscam centralizar todo e qualquer tipo de conteúdo, esta pretende ser um serviço focado em música e compartilhamento de experiências, incentivando o uso de outras redes ao mesmo tempo e permitindo a conexão e comunicação entre elas, valorizando o que cada uma possui de melhor.

A partir dos conteúdos inseridos pelos usuários, que apresentam suas experiências multissensoriais com a música, a proposta é construir uma rede centrada em temáticas específicas construídas colaborativamente. O signo (representação) dessas experiências inclui

o objeto, o fundamento e o interpretante. O objeto é a ideia que perpassa a experiência a partir do olhar do usuário. O fundamento, linguagem de representação do objeto, permite a inserção por palavras, imagens, sons e vídeos. O interpretante é como o usuário interpretou a experiência na sua mente.

A publicação de experiências será similar à criação de artigos em outras plataformas, limitando o conteúdo a textos simples, imagens e vídeos. O foco das publicações está no conteúdo, a apresentação visual dele fica sob responsabilidade do serviço. Além da relação com alguma música, álbum ou *playlist*, o conteúdo poderá realçar trechos da letra ou do áudio para melhor contextualização, similarmente como ocorre na plataforma *Genius*. As avaliações dos conteúdos serão a partir de sistema de favoritos, comentários e denúncias.

Toda a categorização da plataforma será a partir de etiquetas, tanto para música, quanto para álbuns, *playlists* e experiências. Como ocorre semelhante em outras plataformas, as etiquetas poderão ser precedidas pelo símbolo “#” (cerquilha) e apresentadas com o símbolo de sustenido (“#”). As etiquetas servirão para contextualizar e dar sentido ao conteúdo e serão divididas em quatro tipos: data, humor, tema e geral. A data está relacionada ao ano de publicação da música ou quando a experiência aconteceu. O humor e tema visam caracterizar o conteúdo, possibilitando diferenciar músicas alegres ou tristes referentes a um mesmo tema. Etiquetas gerais servem para categorizar qualquer conteúdo independente das demais etiquetas, como por exemplo adicionar a etiqueta “loolapalooza” a artistas que tenham participado do evento.

A administração da rede se dará pela comunidade, similarmente como ocorre na *Wikipédia* e no *Reddit*. Existirá uma hierarquia de usuários dentro dos conteúdos específicos, ou seja, a hierarquia não se mantém igual dentro de toda a plataforma, variando conforme as páginas. Todos os usuários poderão denunciar, alterar informações (ano de lançamento, nomes errados, etiquetas) e avaliar os conteúdos publicados, mas somente alguns usuários mais ativos e melhores avaliados poderão confirmar as alterações sugeridas. Isso garante a criação de comunidades ativas e independentes dentro da plataforma, ao mesmo tempo que garante que todos possam participar de tudo. Ainda haveria a necessidade de uma equipe de moderadores gerais do serviço para garantir que tudo esteja funcionando conforme o esperado, mas essa estrutura possibilita uma menor necessidade de intervenção.

Será possível encontrar músicas similares a partir da busca ou seleção de uma música, álbum ou *playlist*, fazendo uso das informações das etiquetas. Quanto maior for a plataforma, com mais pessoas usando, compartilhando experiências e construindo informações, mais precisa será a relação entre os conteúdos. Possibilitando a criação de banco de dados rico e orgânico, em constante evolução.

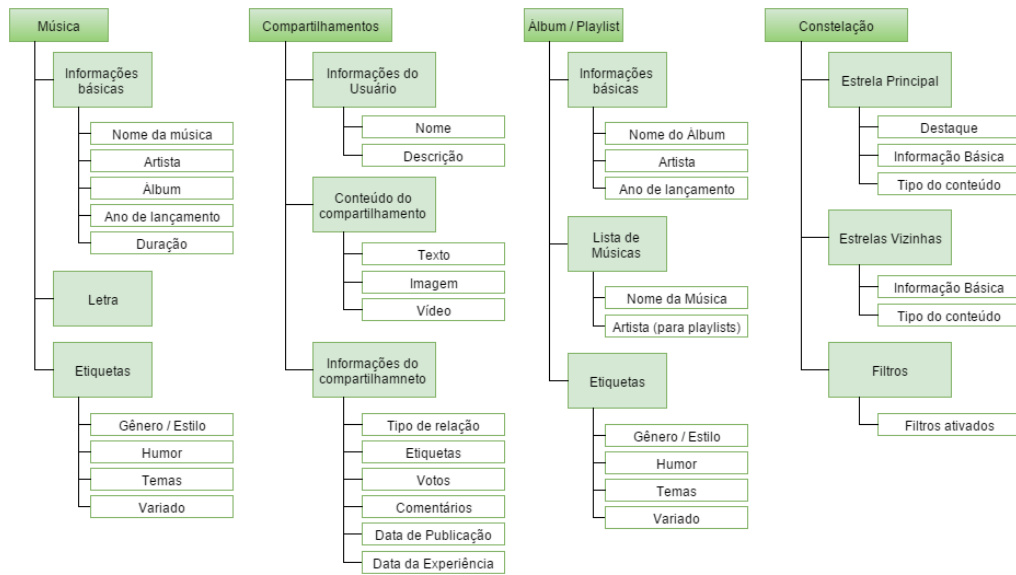
Embora o celular tenha sido a plataforma com maior porcentual de uso na pesquisa, ficando os computadores pessoais (*notebooks* e *desktops*) em segundo, foi escolhido desenvolver a interface do aplicativo primeiramente para as telas maiores. Pois a versão para celular traz requisitos específicos para seu desenvolvimento, como a quantidade limitada de informações que pode ser exibida em telas menores, bem como a maior variação no formato e tamanho de telas. Ao criar primeiramente para monitores e telas maiores será possível focar nas soluções de problemas do projeto proposto do que problemas referentes ao dispositivo que será utilizado. E a partir da versão tradicional será possível, posteriormente, ajustar o aplicativo para telas menores.

4.5 ESTRUTURA DA INFORMAÇÃO

Com o projeto definido, foi preciso organizar as informações que serão apresentadas na plataforma proposta. Para tanto foram desenvolvidos diagramas para serem utilizados como referência para garantir a execução das etapas seguintes.

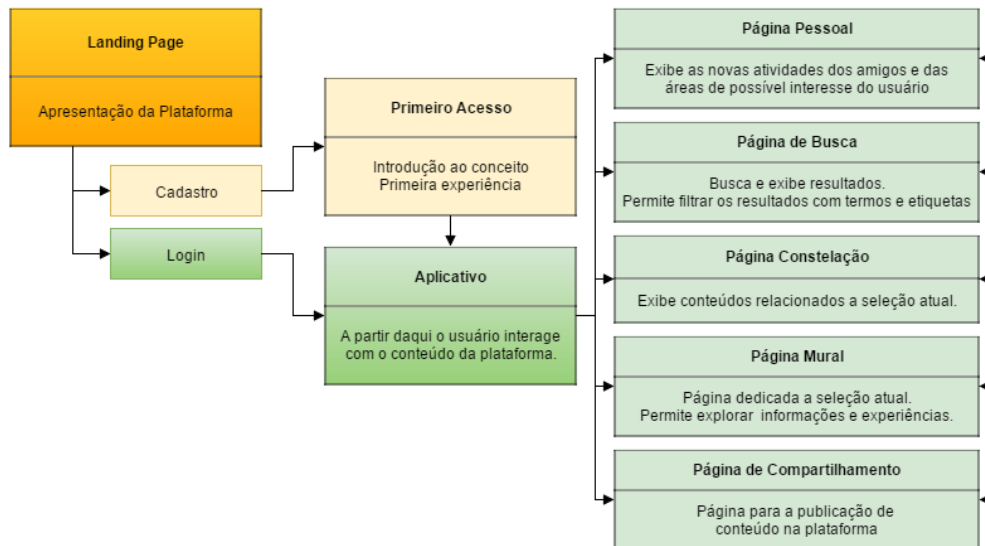
O primeiro diagrama (Figura 26) foi criado a partir da identificação do conteúdo básico informacional que deveria constar nas interfaces. Essa especificação é importante para impedir que alguma informação importante fique para trás no desenvolvimento, bem como pode servir como uma base aproximada do que precisará ser guardado e acessado nos bancos de dados do serviço. A partir da estrutura foi desenvolvido o fluxo geral de como ocorrerá a navegação dentro do aplicativo (Figura 27). Evidenciando quantas e quais interfaces precisarão ser desenvolvidas.

Figura 26: Estrutura da Informação



Fonte: autor

Figura 27: Fluxo geral de navegação



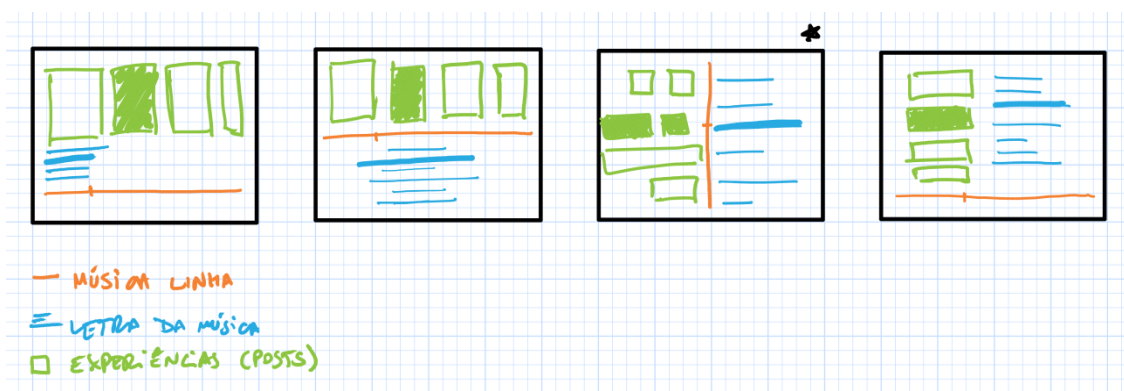
Fonte: autor

4.6 DESENVOLVIMENTO DE ALTERNATIVAS

Com a estrutura básica e navegação geral definidas foram geradas alternativas para a interface. A partir de rascunhos em papel e canetas coloridas foram criadas diferentes formas de apresentação do conteúdo, bem como diferentes ideias de interações. Das alternativas geradas foram selecionadas algumas para a criação de *wireframes* para uma análise mais cuidadosa da viabilidade de cada uma, destacando os pontos positivos e negativos.

O principal desafio foi decidir a maneira com que o mural de publicações dos usuários iria ser apresentado e como iria interagir com as informações da música. Foi escolhido manter uma navegação conservadora, a partir de rolagem vertical do conteúdo, que é o padrão dos navegadores e aplicativos atuais. Como já iriam existir outros elementos e conceitos novos de interação dentro da rede, era interessante manter alguns elementos mais tradicionais para diminuir a curva de aprendizado da plataforma como um todo, garantindo um pouco de familiaridade e segurança para os novos usuários.

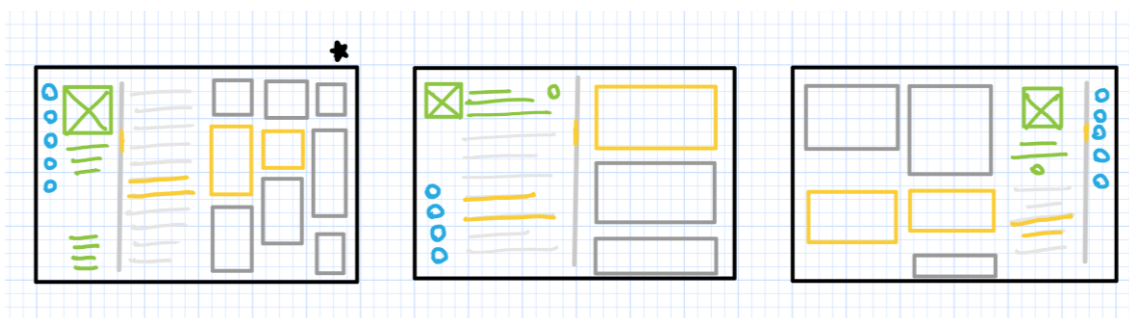
Figura 28: Alternativas para a interface do mural de experiências



Fonte: autor

A Figura 28 mostra algumas alternativas de disposição de elementos para a tela do mural de experiências. A alternativa marcada com uma estrela foi a selecionada como mais promissora e prosseguiu no desenvolvimento de *wireframes* (Figura 29). Dentre as alternativas de *wireframes*, foram analisadas as vantagens de cada e selecionada uma para o desenvolvimento de mockups mais detalhados, afim de poder testar as funcionalidades do aplicativo com uma simulação mais próxima do resultado final.

Figura 29: *Wireframes* para a tela do mural de experiências



Fonte: autor

4.7 IDENTIDADE

4.7.1 Nome

Para o desenvolvimento do nome da plataforma, foi utilizado o método de *brainstorming*, seguido de seleção de algumas possibilidades. A opção “Rest” se destacou dentro da seleção e foi escolhida pela sonoridade, significado, disponibilidade (não existir serviço similar com mesmo nome) e aceitação pelo grupo de pesquisa ao qual o nome foi apresentado.

“Rest” é o equivalente em inglês para a pausa, que é definida no “Dicionário de termos e expressões da música” como “silêncio, ou ausência de som”. (DOURADO, 2004). O termo ajusta-se (conforme regime do ajustamento de Landowski referido no item **Erro! Fonte de referência não encontrada.**) com a ideia da plataforma de valorizar as experiências estéticas. Destaca o valor da pausa dentro da melodia, que só existe a partir da soma de sons e silêncios, assim como as imperfeições dentro do cotidiano.

4.7.2 Logo

O símbolo utilizado no logo é uma escolha coerente com a temática abordada, pois é a figura que representa a pausa com duração de semínima em notação musical. Inscrito dentro de um círculo com bordas de pesos levemente variados para acompanhar as características da tipografia e da figura. Fugindo um pouco também da ideia de círculo perfeito.

A tipografia é uma versão ajustada de diversas tentativas de escritas a mão do nome. Foram experimentadas variações com diferentes fontes comerciais, mas não se chegou a um resultado satisfatório. O uso da escrita à mão proporcionou uma mancha singular.

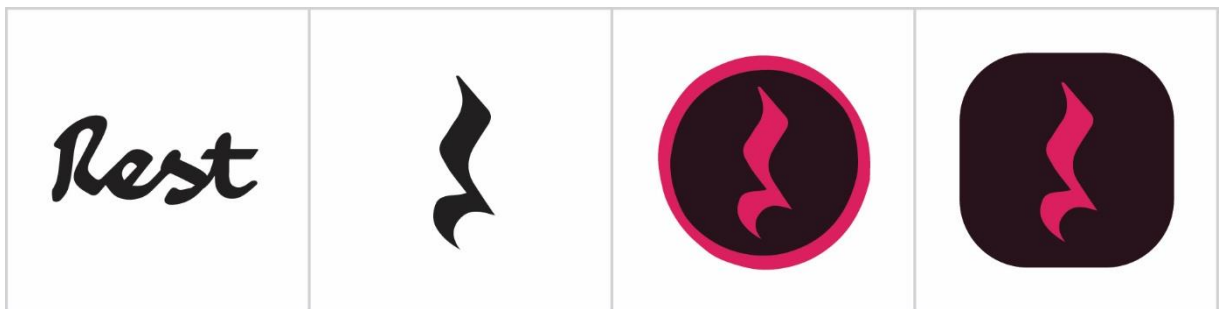
Seguem imagens do logo (Figura 30), variações de uso (Figura 31) e aplicações em tons de cinza e uma cor (Figura 32).

Figura 30: Logo Rest



Fonte: autor

Figura 31: Variações de uso do logo



Somente texto

Somente símbolo

Ícone

Variação ícone iOS

Fonte: autor

Figura 32: Aplicação em tons de cinza e uma cor

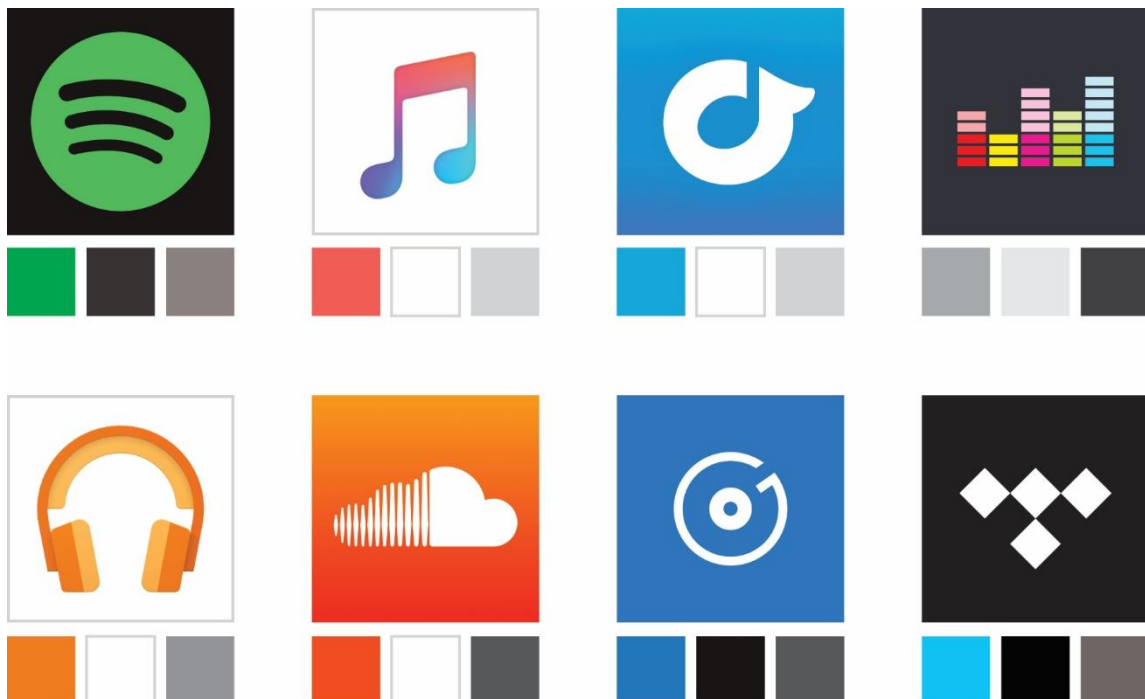


Fonte: autor

4.7.3 Cores

A primeira tarefa para definir qual o padrão cromático seria utilizado no aplicativo e na marca desenvolvida foi visitar os serviços analisados e verificar quais são as cores utilizadas (Figura 33). Foi possível notar que os grandes serviços possuem diferenciação maior com relação aos demais. *Spotify* possui um verde característico, *YouTube* usa o vermelho como destaque, *Apple Music* utiliza um vermelho desbotado, *SoundCloud* usa laranja, *Facebook* usa azul escuro e *Twitter* azul claro. Os demais serviços tentam se destacar de alguma forma, mas acabam ficando um pouco sem opções também. Os tons mais utilizados são o azul (*Facebook*, *Twitter*, *Groove*, *Rdio*, *Tidal* e *Pandora*) e o vermelho (*YouTube*, *Superplayer*, *Apple Music*). Dentre os serviços analisados, o *Spotify* é o único a fazer uso do verde, garantindo fácil diferenciação dos demais. Ainda há variação com relação a pregnância clara ou escura dentro da interface. A maioria dos sites utilizam interface clara, principalmente os que apresentam mais texto (*Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *SoundCloud*).

Figura 33: Análise cromática de redes musicais



Fonte: autor

A escolha do uso das cores rosa e roxo se deu com o objetivo de diferenciar a rede dos demais serviços sociais e musicais disponíveis no mercado. E através do uso de uma paleta nova e exclusiva, também apresentar o aplicativo como algo diferente, com um conceito novo que foge de tudo que já existe.

Figura 34: Paleta de cores



Fonte: autor

Embora tenha sido planejada com o foco em telas e mídia digitais, a paleta de cores (Figura 34) apresenta adaptação para o sistema de cores impressa para uso na aplicação de material de papelaria ou publicitário físico. Também apresenta código de cor hexadecimais para facilitar a aplicação das cores para desenvolvedores.

4.7.4 Tipografia

Diferente do logo que precisava ser singular e transmitir as propostas da plataforma esteticamente, a tipografia para o restante da interface precisava funcionar bem em qualquer aplicação, garantindo que o conteúdo da rede receba o maior destaque. Para tal fim foi escolhida a família de fontes *Roboto* (Figura 35).

Figura 35: Fonte Roboto aplicado em pangrama

À noite, vovô Kowalsky vê o ímã cair no pé do pinguim queixoso e vovó põe açúcar no chá de tâmaras do jabuti feliz.

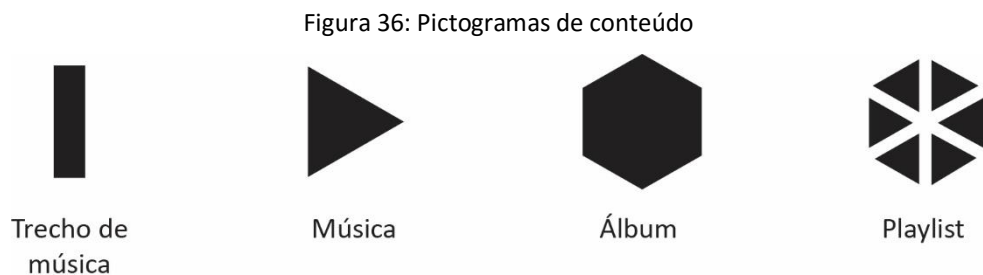
<p> A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = _ + < > ? / . , : " </p>	<p> A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = _ + < > ? / . , : " </p>
<p> <i>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z</i> <i>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z</i> <i>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = _ + < > ? / . , : "</i> </p>	<p> <i>A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y Z</i> <i>a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z</i> <i>1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 - = _ + < > ? / . , : "</i> </p>

Fonte: autor

4.7.5 Pictogramas

A plataforma usa ícones para apresentar algumas informações referentes a navegação e ao tipo de conteúdo. A tela de constelação necessita representar as músicas, álbuns e playlists de modo mais visual, buscando facilitar a diferenciação. Além disso as publicações precisavam apresentar as relações com estes conteúdos e novamente a solução ocorreu através de símbolos visuais (Figura 36).

A relação entre os símbolos ocorre a partir da soma de trechos de música que a compõe, seguido pelo conjunto de músicas que compõem um álbum ou *playlist*. A partir disso um trecho é uma “linha”, uma música é a soma de três linhas (trechos) gerando um triângulo, um álbum é a soma de seis triângulos (músicas) formando um hexágono. A diferenciação de álbum e *playlist* ocorre a partir da interpretação de que o álbum é um conjunto fechado, um todo, enquanto a *playlist* é montada a partir de partes (músicas) de outros álbuns e está aberta para alterações.



Fonte: autor

Além dos ícones para os tipos de conteúdo e as relações das publicações, a navegação também é baseada em pictogramas para identificar cada área ou ação da plataforma (Figura 37).



Fonte: autor

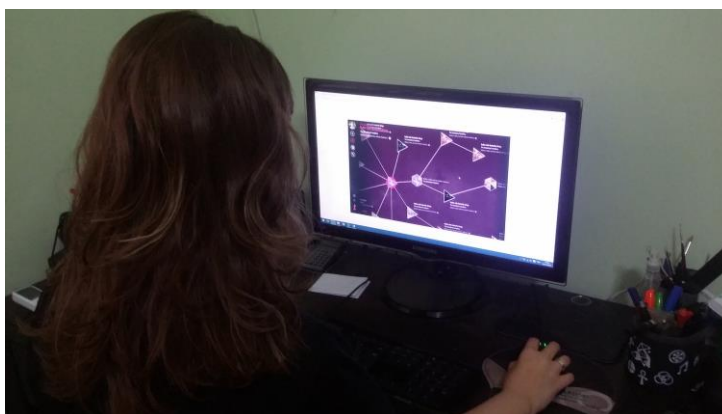
4.8 VALIDAÇÃO

Para realizar uma validação da plataforma e da interface proposta foi desenvolvido um *mockup* que simula as principais interações possíveis e solicitado a uma pequena amostra de cinco usuários, selecionados entre as pessoas que responderam a pesquisa, que tentassem executar algumas tarefas:

1. Acessar o site e entrar na sua conta;
2. Ir para a tela do perfil e visualizar o compartilhamento de algum amigo;
3. Buscar uma música;
4. Visitar a tela da constelação de uma música;
5. Visitar o mural de uma música;
6. Encontrar alguma música similar a seleção atual;
7. Compartilhar uma experiência qualquer a partir de qualquer página;
8. Compartilhar uma experiência relacionada a uma parte da letra de uma música;
9. Visualizar e adicionar uma etiqueta a uma experiência;
10. Marcar alguma experiência como “gostei”;
11. Comentar uma experiência;
12. Sair da sua conta e fechar o site.

A ordem das tarefas se deu a partir de sorteio e seguiu de forma aleatória, exceto as tarefas 1 e 12 que necessitavam ser a primeira e última, respectivamente, pois consistiam em conseguir entrar e sair da plataforma.

Figura 38: Fotografia do teste com usuários



Fonte: autor

O *mockup* foi criado com o serviço *Proto.io*, que possibilita criar interações e transições a partir de imagens. É possível acessar uma versão atualizada do *mockup*, a partir de qualquer dispositivo com acesso à *Internet* (preferencialmente computador, *notebook* ou *tablet*), o endereço eletrônico “<https://db.tt/yyJZxdHt>”.

A partir do acompanhamento dos testes e do retorno dado pelos participantes, foram realizados alguns ajustes nas telas, afim de facilitar a compreensão da plataforma e melhorar a usabilidade. Foram destacadas algumas alterações a seguir:

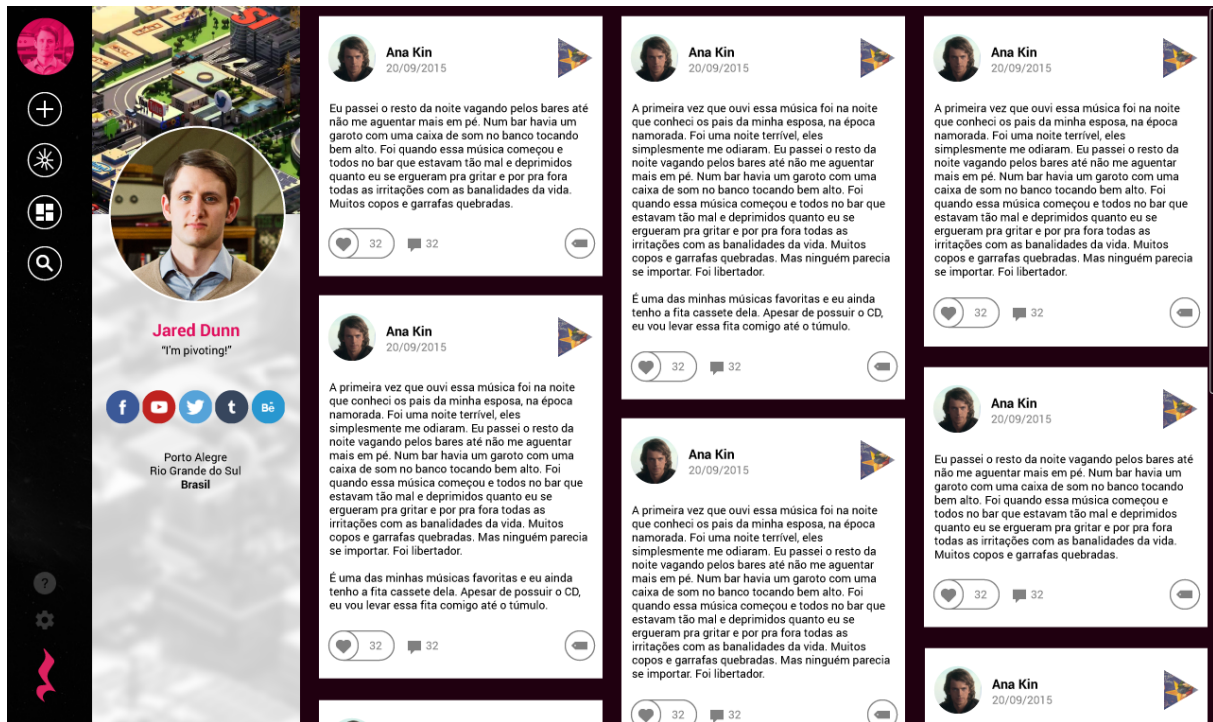
- Ícones e painel de ajuda inicial. A plataforma usa bastante ícones para identificar as páginas e os tipos de conteúdo compartilhado e por isso é interessante existir uma legenda para os novos usuários.
- Melhor distinção entre músicas e álbuns. Apesar do uso de ícones diferentes, houve um pouco de confusão para diferenciar o que eram músicas e o que eram álbuns na tela de constelação, pois eram apresentados da mesma forma. A partir disso foi acrescentado o nome do álbum a que as músicas pertencem e os títulos dos álbuns receberam uma cor diferente. Assim as músicas passaram a ser apresentadas em três linhas (nome da música, artista e álbum) enquanto os álbuns em duas linhas (nome do álbum e artista), sempre evidenciando os álbuns.
- Padronização dos botões de fechar. Havia algumas interações diferentes para o fechamento de painéis sobrepostos (configurações e publicações) focados na ação de clicar no fundo da tela, mas houve confusão sobre o uso e foi decidido manter um padrão de botão de fechar com ícone de “x” no canto superior direitos dos painéis.
- Exibir sempre o nome dos itens na constelação. No teste a constelação exibia somente ícones com as imagens das músicas, álbuns e *playlists*. Alguns participantes encontram dificuldade em identificar o que era cada item e preferiam poder ver os títulos e artistas o tempo inteiro e não somente quando o *mouse* passasse por cima.
- Adicionar melhor marcação de etiquetas. As etiquetas originalmente não possuíam nenhuma diferenciação visual característica e foi sugerido o uso de cerquilha (“#”), padrão adotado por diversas redes sociais e já bastante difundido entre os usuários. Dada a semelhança da cerquilha com o símbolo de sustenido, a apresentação visual das etiquetas ficou caracterizada por serem termos antecidos por sustenido (“#”).

4.9 TELAS FINAIS

4.9.1 Tela do Perfil

A tela do perfil do usuário (Figura 39) concentra as publicações mais recentes de amigos, conhecidos e outros conteúdos acompanhados. O perfil do usuário pode ser personalizado com uma imagem de perfil e uma arte de fundo. Outras redes sociais vinculadas também recebem destaque para reforçar o posicionamento de uma rede não centralizada.

Figura 39: Tela do Perfil

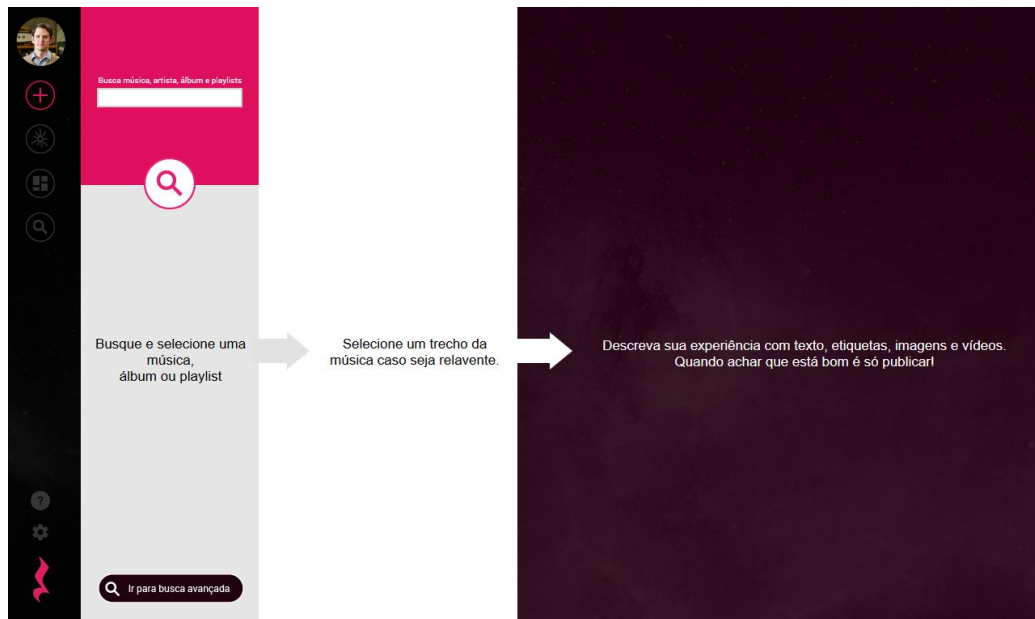


Fonte: autor

4.9.2 Tela de Compartilhamento

A tela de compartilhamento permite aos usuários publicarem conteúdo. Foi escolhido trabalhar com uma tela inteira dedicada a esta tarefa para que o usuário possa se dedicar exclusivamente a ela, sem outras distrações. É possível buscar qualquer conteúdo dentro desta página (Figura 40), mas também pode-se chegar a ela a partir de outras páginas, como o muro de experiências e a busca avançada.

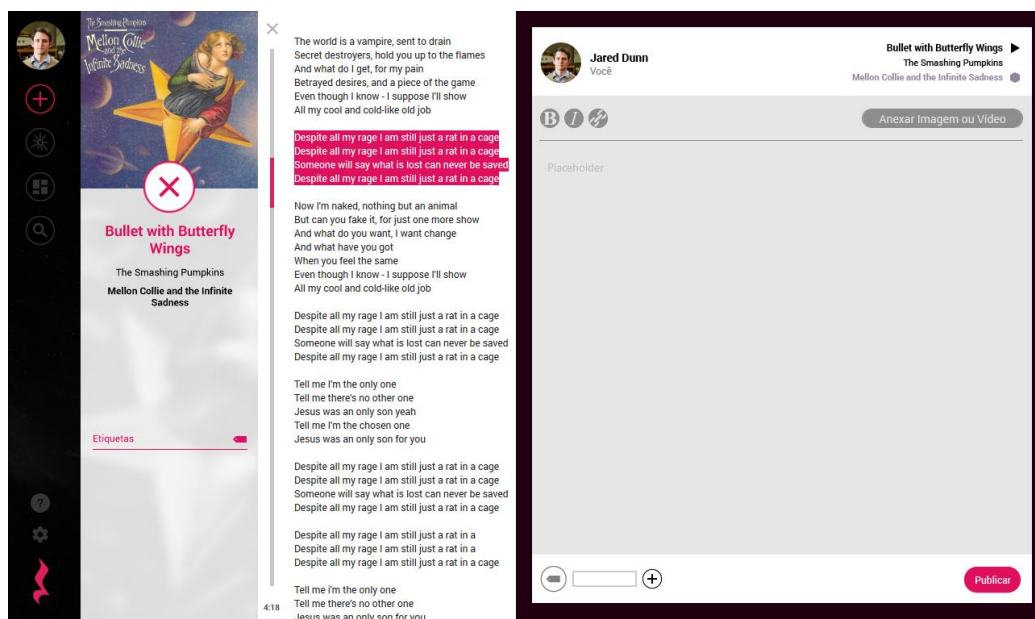
Figura 40: Tela inicial de compartilhamento com breve explicação do processo



Fonte: autor

O conteúdo da publicação pode ser texto simples, incluindo destaque em negrito e itálico, relações a partir de links e anexos, como imagens e vídeos. Se a música possuir letra, o usuário pode selecionar um trecho para especificar mais seu compartilhamento (Figura 41). A categorização funciona com etiquetas que podem ser inseridas no corpo do texto, caracterizadas pelo uso de cerquilha (“#”).

Figura 41: Tela final de compartilhamento



Fonte: autor

4.9.3 Tela da Constelação

A tela chamada de “constelação” (Figura 42) é uma apresentação visual de músicas similares a seleção (música, álbum ou *playlist*). A seleção atual está destacada no canto superior esquerdo da tela, para que o usuário possa ter acesso a esta informação mesmo quando estiver longe do centro da constelação.

A constelação é construída posicionando os conteúdos a partir das similaridades entre eles. Quanto maior for a quantidade de relações, menor será a distância. Então uma música de “metal com temática irlandesa” estará mais próxima de outra de “rock agitado com temática irlandesa” do que de “pop com temática irlandesa”, mas ambas estarão presentes na sua constelação, enquanto um álbum de “metal melódico com temas políticos asiáticos” estaria muito distante e não apareceria nesta constelação.

Para aumentar a personalização das constelações é possível filtrar a exibição com etiquetas, permitindo limitar ou excluir dos resultados certos estilos, temas e humores.

Figura 42: Tela de Constelação

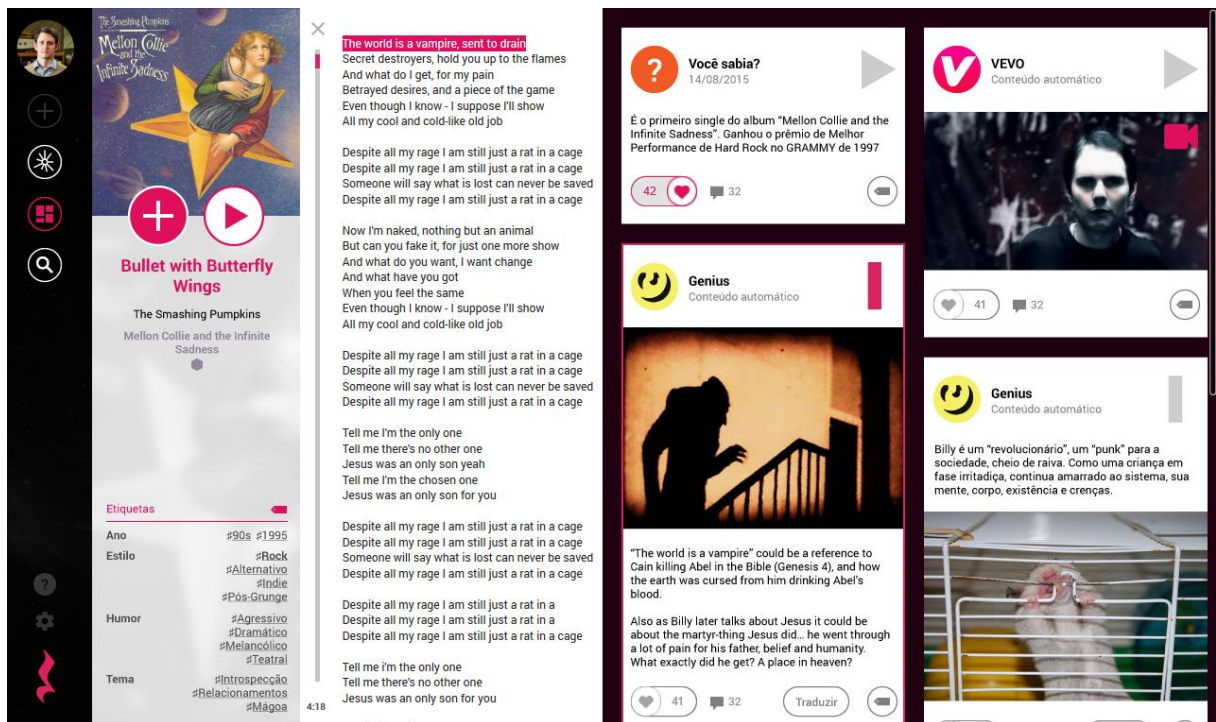


Fonte: autor

4.9.4 Tela do Mural de Experiências

A tela chamada de “Mural de Experiências” permite a exploração de todas as informações e compartilhamentos relacionados aos conteúdos (música, álbum ou *playlist*). Ao acessar a página de uma música (Figura 43) é possível visualizar a capa do seu disco, ouvi-la através do seu serviço de música selecionado¹⁸, visualizar as etiquetas atribuídas, ler a letra da música e por fim visualizar as publicações relacionadas. Metade da tela está dedicada às informações da música e a outra metade para o muro de publicações. As duas metades se conectam a partir dos realces de trechos que alguns compartilhamentos possuem.

Figura 43: Mural de Experiências

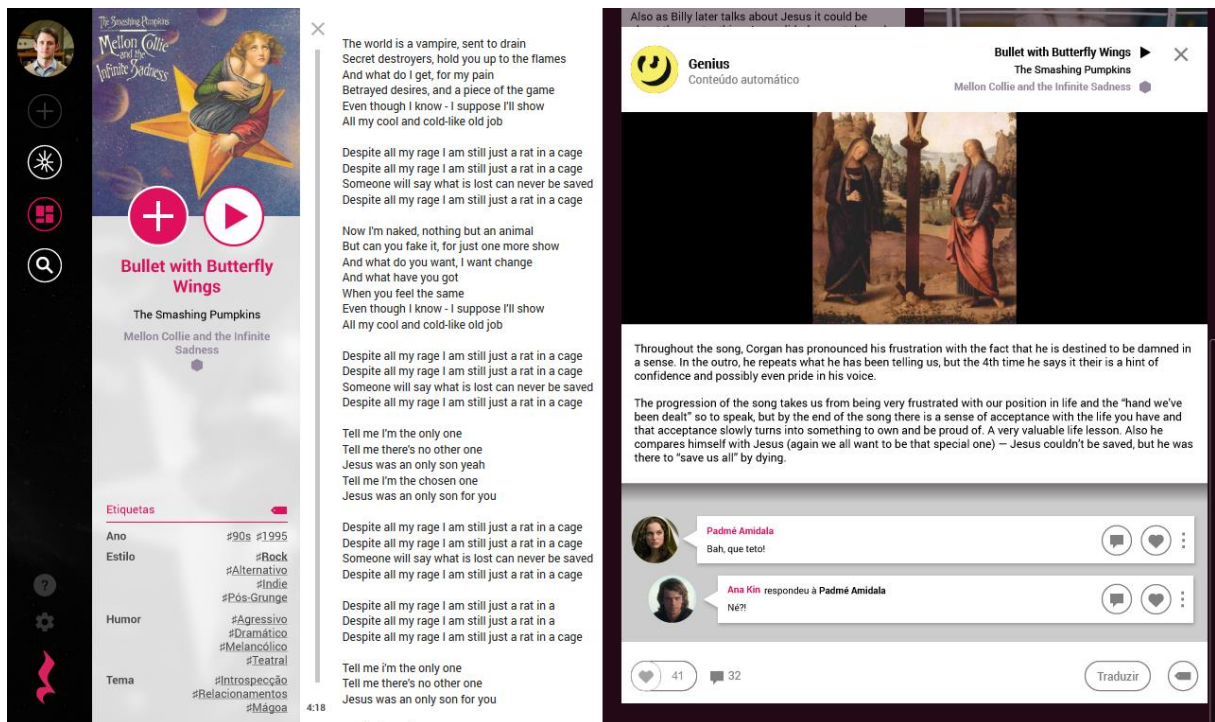


Fonte: autor

Os compartilhamentos podem ser expandidos através de um painel (Figura 44) que sobrepõe o muro de publicações, possibilitando melhor visualização do conteúdo, a leitura e publicação de comentários.

¹⁸ Foi utilizado o *Spotify* no mockup funcional (item 4.8) e a personalização dos serviços está exemplificada na tela do painel de configurações (Figura 50)

Figura 44: Painel de publicação expandida com comentários

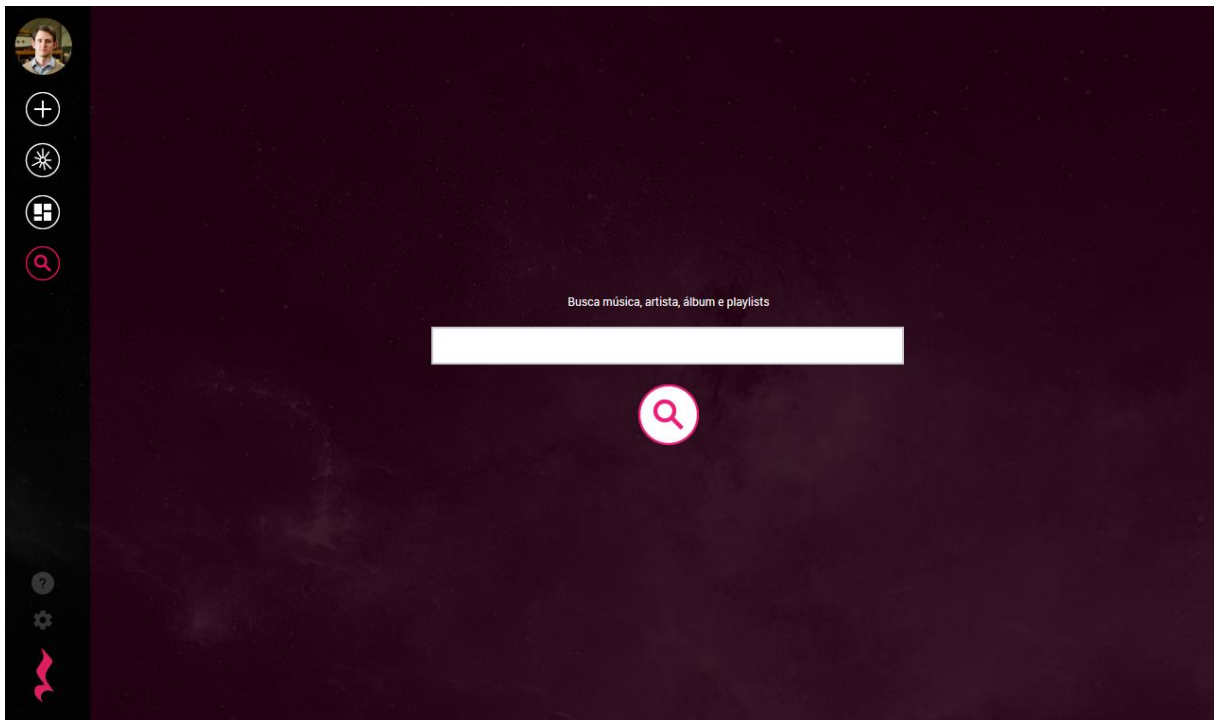


Fonte: autor

4.9.5 Tela de Busca Avançada

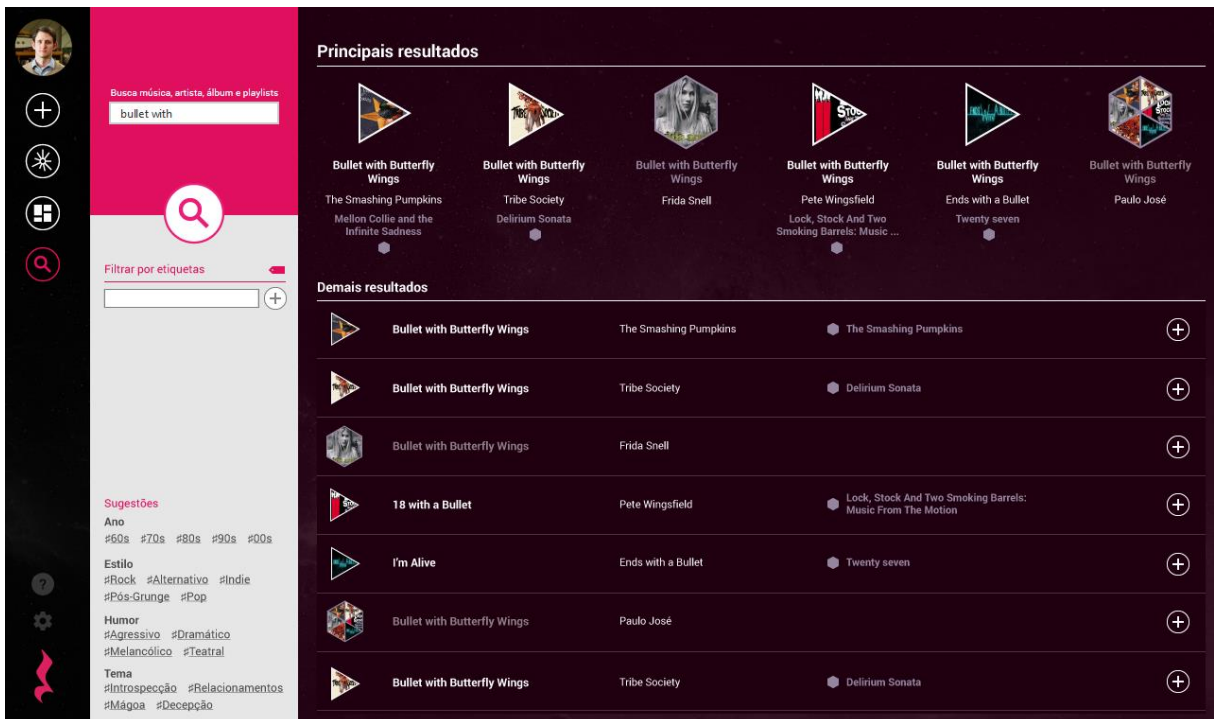
A “Busca Avançada” permite ao usuário consultar todo o banco de dados alimentado a partir do uso da plataforma. O objetivo desta tela é facilitar encontrar músicas, álbuns e *playlists* a partir do uso de palavras específicas, como “azul” ou “alegria”, ou termos mais naturais, como “álbuns de rock dos anos 80 sobre fantasia” ou “somente músicas do top 10 billboard de 1985”. Ambos os resultados trariam conteúdo a partir da conversão das palavras inseridas em informações compreensíveis ao sistema a partir das etiquetas. Então os resultados trariam músicas que tenha a etiqueta “azul” como um termo de relevância, a partir do tema “azul” ou por conter a palavra azul em seu título ou letra. Já pesquisas mais específicas resultariam em músicas filtradas com as etiquetas “álbum (tipo de conteúdo)”, “80s (ano)”, “rock (estilo)” e “fantasia (tema)”.

Figura 45: Tela inicial da busca



Fonte: autor

Figura 46: Tela de resultados da busca



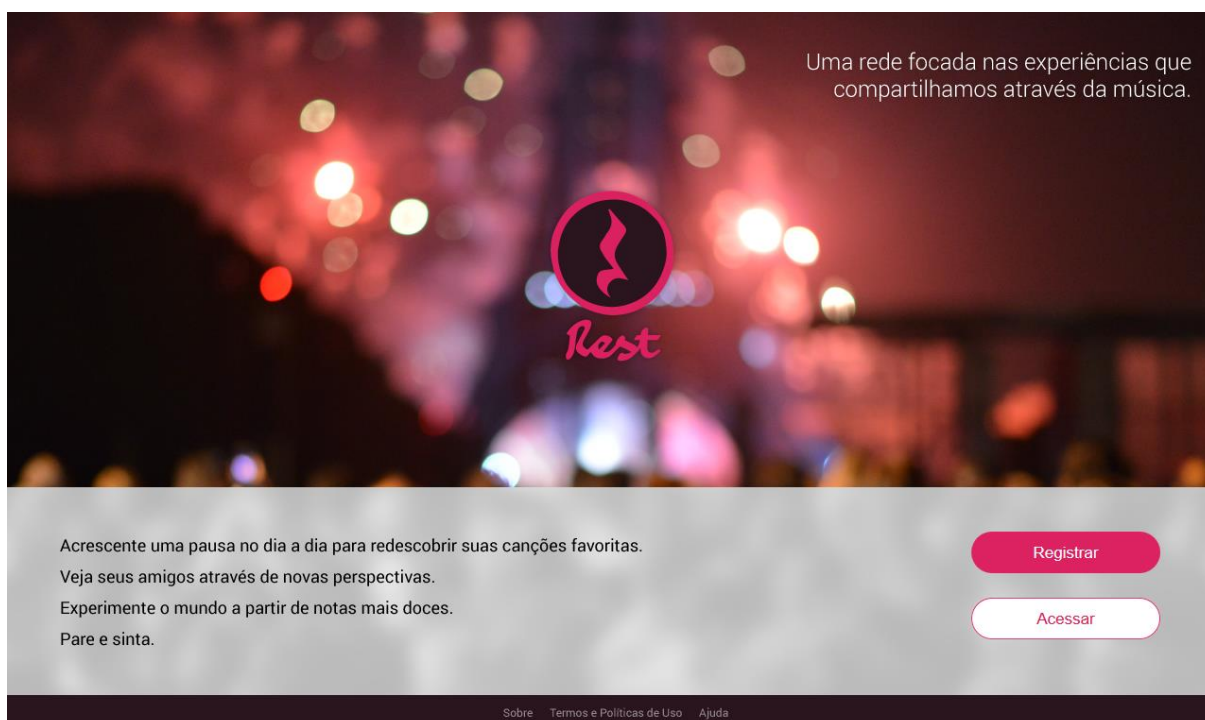
Fonte: autor

4.9.6 Demais telas

Além das telas principais foram desenvolvidas outras conforme as necessidades básicas de toda plataforma, como uma *Landing Page*¹⁹ (Figura 47) e *login*²⁰ (Figura 48), e também exemplificar aplicações da identidade visual, painéis de boas-vindas (Figura 49) e configurações (Figura 50).

Tanto o acesso à plataforma quanto o registro funcionam de maneira similar, exigindo somente e-mail e senha dos usuários. Além disso, o acesso pode ser facilitado através do uso de contas já existentes de serviços do *Google* e *Facebook*, eliminando a necessidade de se criar um cadastro em mais um serviço e descentralizando o acesso à rede.

Figura 47: *Landing Page* (página de entrada da plataforma)

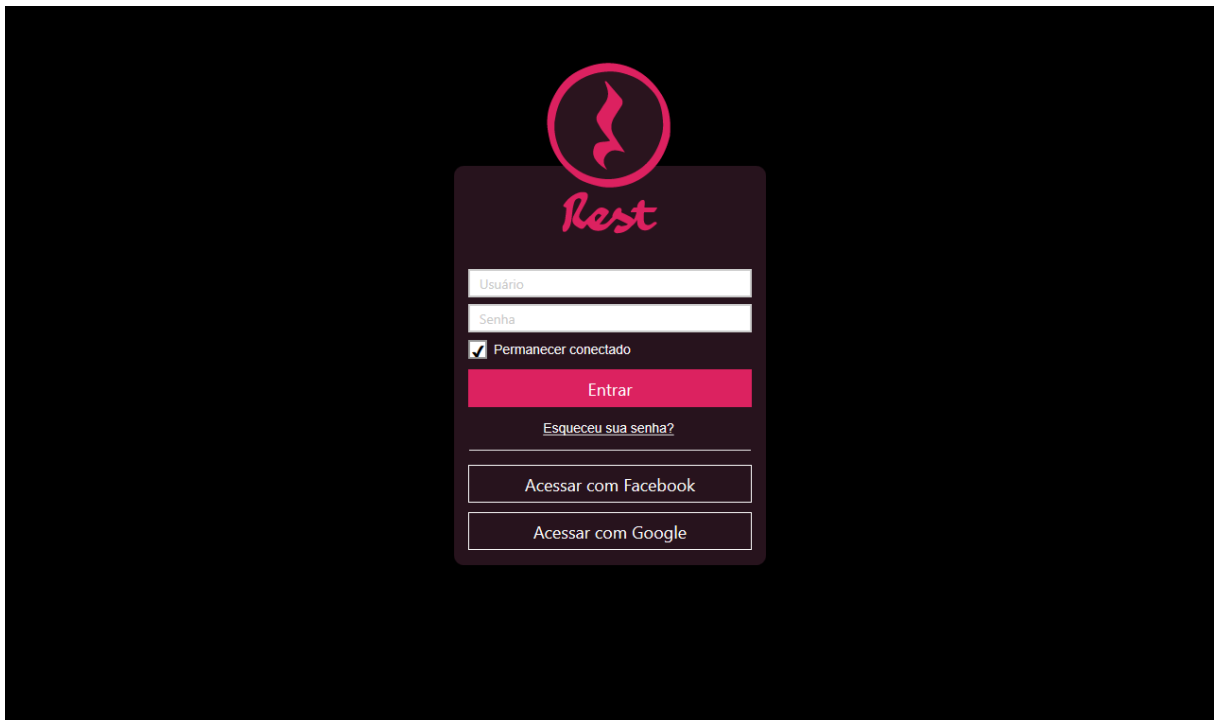


Fonte: autor

¹⁹ Página de Entrada, página por onde um visitante chega ao site

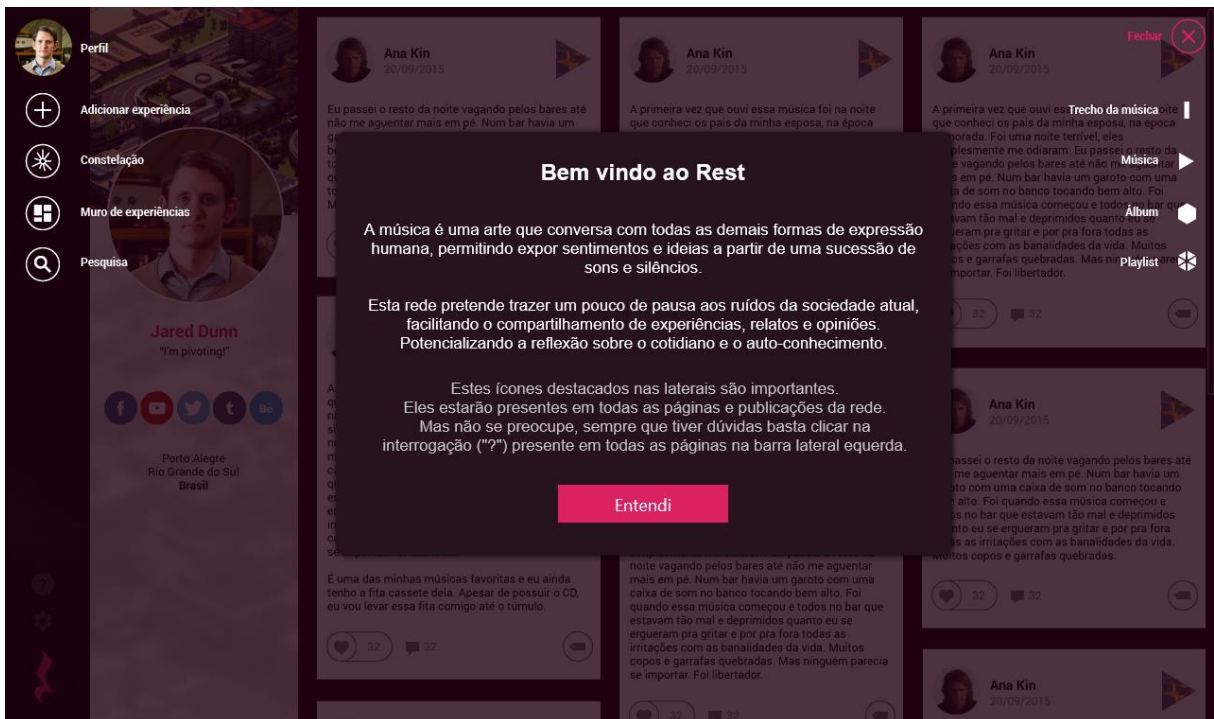
²⁰ Página de acesso da plataforma, com inserção de usuário e senha

Figura 48: Tela de login e registro



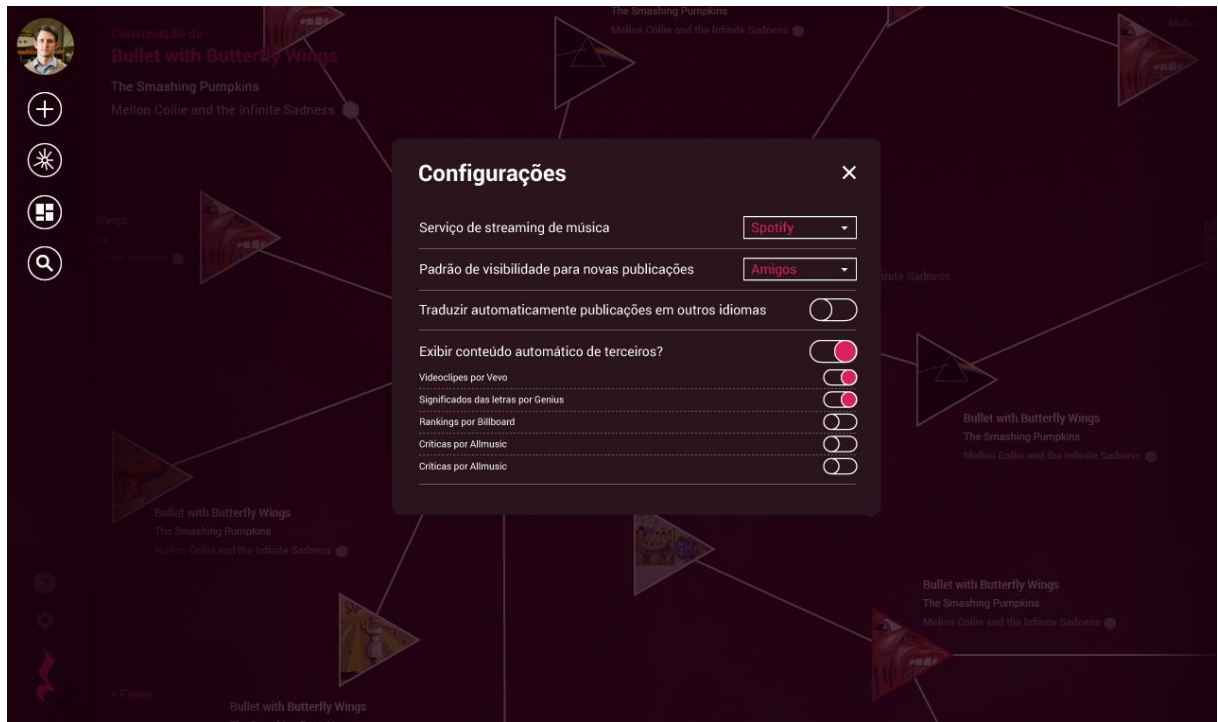
Fonte: autor

Figura 49: Painel de boas-vindas e ajuda



Fonte: autor

Figura 50: Painel de configurações



Fonte: autor

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto teve mudanças significativas desde sua concepção original. Motivado por uma simplificação e flexibilização do seu conceito. Isso foi bastante benéfico para a sua evolução, pois permitiu explorar novas possibilidades e direcioná-lo para a proposta atual de preencher uma lacuna na tecnologia.

Originalmente voltado em devolver o apelo gráfico dos álbuns de música dentro do meio digital, já que acreditava que isso havia perdido seu valor com o passar dos anos e o surgimento de novas tecnologias. Com o desenrolar da pesquisa foi possível compreender que na verdade a evolução tecnológica não empobrece a experiência musical, mas sim possibilita novas formas de interagir com o som.

Buscando explorar essas novas possibilidades, surgiu a necessidade de compreender como ocorre essa interação entre os sentidos. E a Semiótica Discursiva tem papel importantíssimo para a construção dos conceitos necessários para o embasamento teórico que são necessários para construir tais relações.

Também foi possível notar que o presente é colaborativo, pois os novos serviços e produtos digitais são voltados às pessoas que querem contribuir e adaptar as ferramentas às suas necessidades, e o futuro é semântico, pois é preciso que tudo o que for criado consiga conversar com o seu meio e ter sentido. O usuário não quer que alguém defina a trilha sonora do seu dia, ele espera encontrar as músicas que completem o seu momento e, em caso negativo, poder criar algo que servirá para si e quem mais estiver buscando por isso.

O resultado obtido tem apelo real principalmente enquanto conceito, pois converge para um ideal libertador, garantindo a participação de qualquer pessoa interessada na criação e no desenvolvimento da plataforma e tendo como resultado o esclarecimento através da discussão sobre experiências e opiniões compartilhadas.

REFERÊNCIAS

- Alexa Top 500 Global Sites*. Disponível em: <<http://www.alexa.com/topsites>>. Acesso em: 26 jun. 2015.
- ALIANÇA FRANCESA. *Guia Cultural #01 da Aliança Francesa*. Porto Alegre: Aliança Francesa, 2015. Acesso em: 25 jun. 2015.
- BARNETT, Emma. How YouTube put an end to the MTV generation. 16 ago. 2012. Disponível em: <<http://www.telegraph.co.uk/technology/news/9479723/How-YouTube-put-an-end-to-the-MTV-generation.html>>. Acesso em: 23 jun. 2015.
- BEURNIER, Eléonore. *SENTIRE, l'album et le concert parfumé de Laurent Assoulen*. Disponível em: <<http://www.auparfum.com/sentire-l-album-et-le-concert-parfume-de-laurent-assoulen,2334>>. Acesso em: 23 jun. 2015.
- CALDAS, Carlos Henrique Sabino. Videoclipe 2.0: interatividade e regimes de interação na era digital. 2013. Disponível em: <<http://base.repositorio.unesp.br/handle/11449/89510>>. Acesso em: 19 maio 2015.
- CIPINIUK, Alberto. Estética. In: COELHO, LUIZ ANTÔNIO L (Org.). *Conceitos-chave em design*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Novas Idéias, 2008.
- DEWEY, John. *Arte como experiência: últimos escritos, 1925-1953*. Tradução Vera Ribeiro. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- DOURADO, Henrique Autran. *Dicionário de termos e expressões da música*. 1a ed ed. São Paulo, Brasil: Editora 34, 2004.
- GARRETT, Jesse James. *The elements of user experience: user-centered design for the Web and beyond*. 2. ed. Berkeley, CA: New Riders, 2011. (Voices that matter).
- Google To Acquire YouTube for \$1.65 Billion in Stock – News announcements – News from Google – Google*. Disponível em: <http://googlepress.blogspot.com.br/2006/10/google-to-acquire-youtube-for-165_09.html>. Acesso em: 26 jun. 2015.
- GREIMAS, Algirdas Julien. *Da imperfeição*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Contexto, 1979.
- HENDLER, Jim. Web 3.0 Emerging. *Computer*, v. 42, n. 1, p. 111–113, 2009.
- LANDOWSKI, Eric. *Interações arriscadas*. Tradução Luiza Helena Oliveira Da Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores: Centro de Pesquisas Sociosemióticas, 2014.

LEMOS, André. *Morte aos portais*. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/portais.html>>. Acesso em: 23 maio 2015.

MÉDOLA, Ana Silva L. D. Lógicas de articulação de linguagens no audiovisual. In: OLIVEIRA, ANA CLAUDIA DE; TEIXEIRA, LUCIA (Org.). *Linguagens na comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

MILK, Chris. *Johnny Cash - Ain't No Grave [Official HD] - The Johnny Cash Project - YouTube*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=WwNVINt9iDk>>. Acesso em: 28 maio 2015.

MONTEIRO, Carlos. *Infographic: Who's Really Using Facebook, Twitter, Pinterest, Tumblr and Instagram in 2015*. *Adweek*. Disponível em: <<http://www.adweek.com/news/advertising-branding/new-social-stratosphere-who-using-facebook-twitter-pinterest-tumblr-and-instagram-2015-and-beyond-1622>>. Acesso em: 25 ago. 2015. , 12 jan. 2015

MUNARI, Bruno. *Das Coisas Nascem Coisas*. 3. ed. São Paulo: Martins Editora, 2015.

NARDI, Bonnie A. *et al.* Why we blog. *Communications of the ACM*, v. 47, n. 12, p. 41–46, 2004.

OLIVEIRA, Ana Claudia De. A estesia como condição do estético. In: OLIVEIRA, ANA CLAUDIA DE; LANDOWSKI, ERIC (Org.). *Do inteligível ao sensível*. São Paulo: EDC, 1995. .

OLIVEIRA, Ana Claudia De. Prefácio. In: GREIMAS, ALGIRDAS JULIEN. *Da Imperfeição*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

O'REILLY, Tim. What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & strategies*, n. 1, p. 17, 2007.

POOFYTOO, Victor. *Poofytoos • This is what I think of mail*. Disponível em: <<http://poofytoos.com/post/7991895471/this-is-what-i-think-of-mail>>. Acesso em: 19 maio 2015.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira; RECUERO, Raquel da Cunha. Hipertexto cooperativo: uma análise da escrita coletiva a partir dos blogs e da Wikipédia. *Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia*, v. 1, n. 22, 2005. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/famecos/article/viewArticle/233>>. Acesso em: 23 maio 2015.

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

REWIND. *Björk Stonemilker VR | Rewind*. *Rewind*. [S.l.: s.n.]. Disponível em: <<http://rewind.co/portfolio/bjork-stonemilker-vr/>>. Acesso em: 24 jun. 2015. , mar. 2015

RIAA. *RIAA - RIAA Adds Digital Streams To Historic Gold & Platinum Awards*. Disponível em: <http://www.riaa.com/newsitem.php?content_selector=newsandviews&news_month_filter=5&id=03662575-C88F-51CF-779C-8396A2B8D74D>. Acesso em: 16 jun. 2015.

SANTAELLA, Lucia. *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora visual verbal ; aplicações na hipermídia*. São Paulo: Ed. Iluminuras, 2001.

SECOM. *Cerca de 48% dos brasileiros usam internet regularmente — Portal Brasil*. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2014/12/cerca-de-48-dos-brasileiros-usam-internet-regularmente>>. Acesso em: 20 out. 2015.

TEIXEIRA, Lúcia. Da Imperfeição: um marco nos estudos semióticos. *Galáxia*, v. 2, n. 4, 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/galaxia/article/viewArticle/1321>>. Acesso em: 19 maio 2015.

UZNANSKI, Dan. *Wiki Is Not Xanadu*. Disponível em: <<http://c2.com/cgi/wiki?WikisNotXanadu>>. Acesso em: 23 maio 2015.

WIKIPEDIA: SIZE OF WIKIPEDIA. WIKIPEDIA: SIZE OF WIKIPEDIA. *Wikipedia, the free encyclopedia*. [S.l: s.n.], 14 jun. 2015. Disponível em: <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Wikipedia:Size_of_Wikipedia&oldid=666942554>. Acesso em: 21 jun. 2015.

APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE PESQUISA

Oi!

Eu sou Matheus Jorge e meu trabalho de conclusão do curso de Design Visual envolve a criação de uma plataforma para o compartilhamento de experiências através da música. Esta pesquisa busca recolher dados para conhecer melhor os hábitos e opiniões dos potenciais usuários da plataforma.

São apenas 8 perguntas objetivas =)

Todas as perguntas são opcionais e você pode sair desta página a qualquer momento.
Vamos lá?

Iniciar!

Qual a importância da música para ti?

1

2

3

4

5

Irrelevante

Muito importante

2 Em que aparelhos você costuma ouvir música?

Outro Celular Notebook Computador de mesa Tablet

3 Em que aparelhos você costuma utilizar suas redes sociais?

Outro Tablet Computador de mesa Notebook Celular

4 Você concorda que as atuais tecnologias trouxeram novas possibilidades ainda não exploradas para a música?

Sim Não

5 Você já teve alguma experiência sensorial relacionada à música?

Uma experiência em que mais de um dos sentidos são importantes (audição, olfato, paladar, tato e visão) e a música é protagonista.

Sim Não

6 Você gostaria de compartilhar essa experiência com alguém?

Sim Não

7 Caso afirmativo, para quem você gostaria de compartilhar?

- Outro
 - Todos que conheço
 - Familiares
 - Amigos
 - Publicamente
-

8 E por que você gostaria de compartilhar?

- Contruir relações positivas
 - Difundir novos pensamentos
 - Registrar minha história
 - Hábito de compartilhar tudo
 - Outro
-

9 Espaço para escrever

Utilize esse espaço caso queira compartilhar sua experiência de forma mais específica ou queira deixar algum comentário a mais sobre a pesquisa. Sinta-se à vontade.

10 Conte-me mais sobre você

Respostas opcionais. Mas necessárias caso queira manter contato com o desenvolvimento do trabalho.

a. Nome

b. Email

c. Idade

Quantas vezes você já deu no Sol?

d. Permito que entre em contato comigo sobre assuntos relacionados a esta pesquisa.

Caso permita, entrarei em contato com mais informações e atualizações sobre o desenvolvimento do TCC. Como, por exemplo, pesquisa de prioridades de funcionalidades ou testes da plataforma.

Sim Não

Por hoje é só!
Obrigado pelas respostas!

Você é incrível!

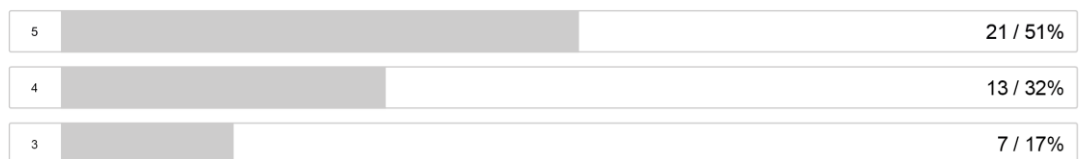
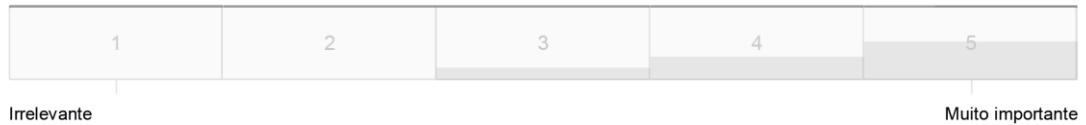
Enviar

APÊNDICE B – RESPOSTAS DA PESQUISA

Qual a importância da música para ti?

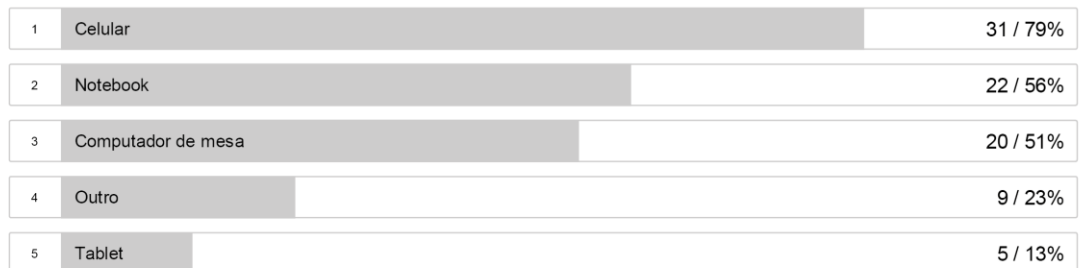
41 de 41 pessoas responderam esta pergunta

Média: 4.34



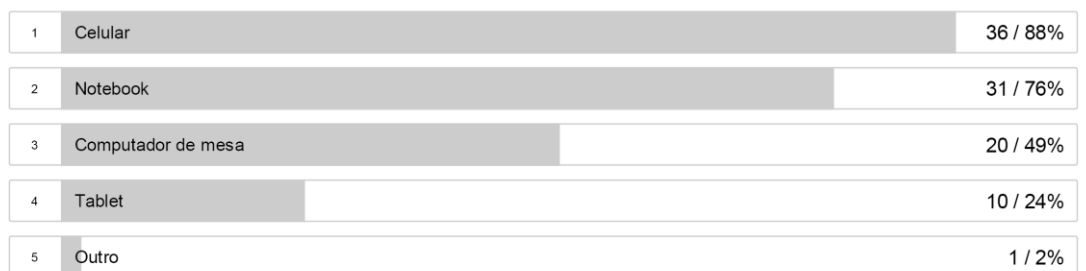
Em que aparelhos você costuma ouvir música?

39 de 41 pessoas responderam esta pergunta



Em que aparelhos você costuma utilizar suas redes sociais?

41 de 41 pessoas responderam esta pergunta



Você concorda que as atuais tecnologias trouxeram novas possibilidades ainda não exploradas para a música?

41 de 41 pessoas responderam esta pergunta



Você já teve alguma experiência sensorial relacionada à música?

41 de 41 pessoas responderam esta pergunta



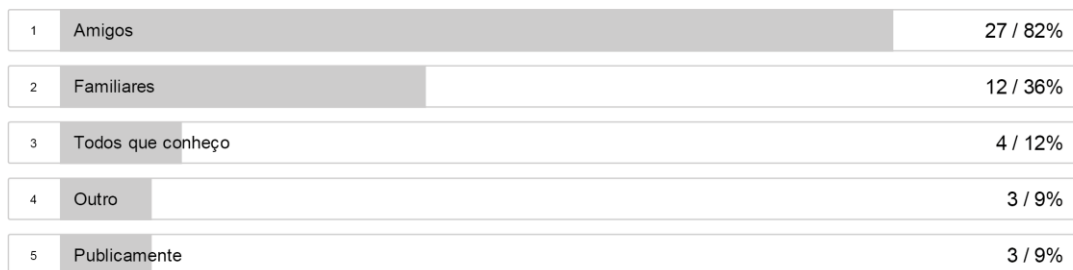
Você gostaria de compartilhar essa experiência com alguém?

40 de 41 pessoas responderam esta pergunta



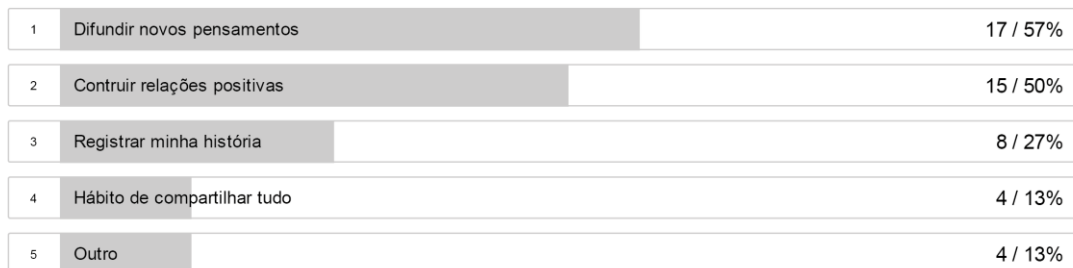
Caso afirmativo, para quem você gostaria de compartilhar?

33 de 41 pessoas responderam esta pergunta



E por que você gostaria de compartilhar?

30 de 41 pessoas responderam esta pergunta



Permito que entre em contato comigo sobre assuntos relacionados a esta pesquisa.

33 de 41 pessoas responderam esta pergunta

