

Design da Interactividade

autoria ou transdisciplinaridade?

Tema 2: Valores

Paulo Frias da Costa, arquitecto, docente UCP / Escola das Artes

Design da Interactividade

autoria ou transdisciplinaridade?

Tema 2: Valores

1 Índice

1 Índice [2]

2 Introdução [3]

3 Virtualização [4]

4 Comunicação e Interactividade [5]

5 O Design da Interactividade [7]

6 Autoria ou Transdisciplinaridade? [9]

7 Referências Bibliográficas [10]

Design da Interactividade

autoria ou transdisciplinaridade?

Tema 2: Valores

2 Introdução

A presente comunicação pretende equacionar a pertinência do desenvolvimento de uma disciplina específica dedicada ao design da interactividade. Se a problemática da interacção do design com o utilizador/fruidor de publicações, objectos ou espaços faz parte do objecto de estudo da disciplina do design enquanto vontade e projecto, o conceito de interactividade que advém da utilização de novos suportes comunicacionais parece indiciar uma reflexão mais abrangente e transdisciplinar. As novas tecnologias de informação e os novos media a elas associados, têm vindo a determinar a necessidade de encarar o projecto numa forma cada vez mais globalizante, virtualizada e virtualizante, no cruzamento de saberes múltiplos. Essa diversidade enriquecedora de saberes (da psicologia à sociologia, da tecnologia às ciências da comunicação ou à literatura) poderá vir a abrir um espaço de investigação no campo do design das novas formas de comunicar, centrado na interactividade e em novas temporalidades.

A questão central que esta comunicação pretende lançar para debates futuros, é se o design deverá ou não chamar a si a autoria na concepção de sistemas interactivos hipertextuais, ou se o processo de concepção se deve centrar numa transdisciplinaridade permanente, que nos reportaria a um modelo de co-autoria conceptual.

Nesse sentido é proposto um modelo de análise de produtos interactivos hipermedia, em fase de experimentação académica, que se centra na valoração dos três vectores considerados determinantes para a qualificação do grau de interactividade: narrativa, orientação e inteligência.

3 Virtualização

Com base nas ideias expressas em diversos textos de Pierre Lévy ¹, fará sentido iniciar a presente comunicação com uma reflexão, ainda que sumária, sobre o processo de **virtualização** proposto pelo filósofo, por entendermos ser esta uma das

Design da Interactividade

autoria ou transdisciplinaridade?

Tema 2: Valores

problemáticas chave na apropriação e construção de sentidos e de significados nos processos comunicacionais em geral.

Mais ainda, parece ser esta reflexão de vital importância para a compreensão dos regimes de transacção de informação de participação activa (interactividade).

Para Lévy, a noção de virtual [potente, fecundo e criativo] resume um processo em constante actualização: a **virtualização**². Nesse contexto, opõe-se constantemente ao possível ou potencial [estático e constituído], e manifesta-se como uma passagem a uma problemática rica em metáforas e sentidos.

Ao par virtual/possível, Lévy opõe o par actual/real, como sendo os estados num momento inicial e que se convertem respectivamente em virtual e possível. Se do real advém o possível [previsível e estático], do actual resulta o virtual, mais do que um estado, uma problemática que encerra conflitos e interpretações muito pessoais.

A virtualização é, para Lévy, uma cultura nómada e desterritorializada, mergulhada no ciber-espaço, e que se opõe à narrativa clássica pela constante passagem à problemática e pela recusa da linearidade da narrativa. A este propósito, parece-nos pertinente lembrar Júlio Cortázar em *Rayuela*³, uma obra literária de referência de 1963, onde o romancista propõe uma técnica narrativa que “faz resplandecer, com mais claridade o sentido profundo do relato: a busca constante, o humor, o jogo, a nostalgia de uma verdadeira vida, o sonhado passo da terra ao céu...”⁴. Cortázar propõe-nos, nesta obra, uma viagem alucinante e **aleatória** pelas histórias rocambolescas de La Maga e de Oliveira, onde o leitor se converte em autor pela forma como apreende os conteúdos.

A essa “verdade da vida” faz alusão Lévy ao caracterizar a virtualização do texto como um processo de fabricação e de actualização de sentidos, uma das características mais evidentes da apreensão humana das vivências. O sentido das coisas, das palavras, das imagens, não existe à partida, e é no processo de “leitura” que fabricamos o texto, que nos serve de pretexto para actualizarmos o nosso espaço mental.

Se esta actualização se verifica permanentemente na nossa percepção das realidades, ela é enfatizada num contexto hipertextual. Nessa matriz de textos **potenciais**, apenas realizamos alguns através de processos de interacção. O hipertexto hierarquiza e selecciona áreas de sentidos, tece relações entre unidades de

Design da Interactividade

autoria ou transdisciplinaridade?

Tema 2: Valores

conteúdo, que só se realizam com a entrada na espiral da subjectividade humana. Daí resulta uma indeterminação de sentido, valorizando a mensagem e o contexto típicos da comunicação oral.

Para Lévy, apenas nas aplicações interactivas o leitor encontra a nova plasticidade do texto e das imagens, uma vez que o texto se converte em problemática, e em que a leitura se transforma num acto de escrita.

Daí resulta a noção de “navegação”, de esforço constante de orientação e de significação de unidades de conteúdo, o que aumenta a inteligência em acto do utilizador.

Como veremos adiante, o processo de virtualização defendido por Pierre Lévy chama a si a reflexão em áreas tão distintas como a psicologia, as ciências da comunicação ou a sociologia, o design. A escrita hipertextual e hipermediática resume noções perceptivas muito amplas e complexas, que constroem uma teia de metáforas muito rica, e passível de ser projectada de formas inovadoras.

4 Comunicação e Interactividade

“Ao longo dos séculos a humanidade foi inventando novas ferramentas para ampliar a sua capacidade comunicadora. Os dois limites a romper, neste sentido, foram o tempo e o espaço.(...) A pintura, a literatura, a fotografia (...) fizeram perdurar as mensagens no tempo. O telefone, a rádio e a televisão prolongaram a sua extensão no espaço.”⁵

Todos estes meios de comunicação [ou de difusão?] constroem um discurso linear seguindo uma sequência estável e quase sempre pré-determinada.

Por outro lado, os suportes digitais fracturam em definitivo esta linearidade narrativa, uma vez que, apenas com a utilização do computador, remetemos o discurso para uma hipertextualidade até aí impossível de levar à exaustão: definir unidades de conteúdo e tecer ligações.

Nos meios de comunicação de massas [como a rádio, a televisão, o cinema,...] sempre foi enfatizado o seu carácter **difusor**, discursivo e dirigido a múltiplos receptores. Nos meios de comunicação interpessoais [como o telefone ou o telégrafo],

Design da Interactividade

autoria ou transdisciplinaridade?

Tema 2: Valores

é valorizada a comunicação com um número **limitado** de receptores, e com recursos mediáticos limitados.

Num contexto tecnológico hipertextual e hipermediático, é possível congrega e reforçar as características próprias dos meios antes referenciados. A difusão passa a ser uma possibilidade, mas não uma limitação. Ainda que com objectivos imediatos de comunicação unidireccional, uma página na Internet ou um programa de Televisão Interactiva permitem a relação mediática não apenas com uma “massa”, mas também com cada indivíduo, podendo controlar o seu grau de participação no discurso de forma a que este o personalize.

Daqui resulta uma relação clara, e não apenas aparente, entre a noção de interactividade e os suportes ou meios de comunicação utilizados. No entanto, serão apenas os meios que caracterizam o grau de interactividade dos projectos, sejam eles de que tipo forem? Certamente que não. Interagir, participar, conversar, conviver são acções que nos remetem para o conceito de interactividade?

“A interactividade é a capacidade do receptor para controlar uma mensagem não linear até ao grau estabelecido pelo emissor, dentro dos limites do meio de comunicação”⁶. “No campo da cibernética um acto de comunicação efectua-se ao dar-se uma transmissão em sentido duplo: avança-se até certa zona e volta-se dela com algo”⁷. Mas essa comunicação não é totalmente **interactiva** se o input do receptor não provocar uma modificação no emissor, porque a resposta do receptor não é passiva, e, como tal, transforma a emissão: uma mensagem reformada, uma nova mensagem, uma mensagem **virtualizada**.

Esse carácter imprevisível da resposta é, na sua essência, o que distinguirá a interactividade da reactividade, a atitude pró-activa e participativa de uma atitude apenas reactiva e mais passiva.

Mais ainda, e como refere Lévy⁸, “a possibilidade de reapropriação e de recombinação de materiais da mensagem pelo seu receptor é um parâmetro capital para a avaliação do grau de interactividade de um dispositivo.”

Em conclusão, diríamos que, num contexto comunicacional actual, as problemáticas da interactividade e da virtualização reformulam o modo de conceber conteúdos textuais ou gráficos, ainda que sejam por vezes muito ténues as fronteiras entre conteúdos mais ou menos interactivos.

Design da Interactividade

autoria ou transdisciplinaridade?

Tema 2: Valores

Será a disciplina do design chamada a esta reflexão de princípios? Estamos convencidos de que não apenas deve tomar parte nela, como será, eventualmente, um dos pontos de convergência de conceitos pelas características da sua metodologia projectual.

5 O Design da Interactividade

Na tentativa de sistematizar as análises pontuais que têm vindo a ser realizadas academicamente, tem sido trabalhado um modelo que permita quantificar duma forma mais objectiva os graus de interactividade dos produtos interactivos em suportes digitais multimedia.

Nesse sentido, foi elaborada uma grelha que assenta em três vectores considerados como determinantes para medir produtos interactivos, em cada momento do seu desenvolvimento. Esta análise, e a sua posterior síntese, conduzirá, sobretudo, à constituição de uma outra grelha que permita enriquecer a elaboração de argumentos de produtos interactivos.

Os três vectores reputados como essenciais são a **narrativa**, a **orientação** e a **inteligência**. Da conjugação destes factores, em função do tempo, é possível sistematizar quais as acções pretendidas, em cada momento, e respectivos estímulos à participação do utilizador ou receptor [o fundamento da concepção do produto interactivo].

Com a **narrativa** pretende-se definir qual a estrutura de narração adequada a cada situação, tendo em conta as funções **linearidade** e **aleatoriedade**. A justa combinatória destas funções em cada instante da aplicação, é determinante para a concepção de um guião interactivo ajustado ao produto pretendido.

Através da **orientação**, é possível definir instâncias **mais** ou **menos orientadas**, ou seja, inscrever em cada momento da aplicação **indicadores** que conduzam o utilizador ou receptor a efectuar determinadas acções, com a consciência plena das suas consequências. Por vezes, estes indicadores são propositadamente erróneos e visam objectivos concretos de **desconstrução** do ambiente criado. Numa estrutura narrativa predominantemente **aleatória**, por exemplo, a função **orientação** é sempre

Design da Interactividade

autoria ou transdisciplinaridade?

Tema 2: Valores

determinante para a possibilidade de acesso a conteúdos que se pretendem mais ou menos “transparentes”.

Nesta estrutura de análise “tridimensional”, a **inteligência** é um dos vectores que mais facilmente é associado a graus elevados de interactividade, e, sobretudo a processos cognitivos de aprendizagem do tipo tentativa/erro, tão característicos dos produtos interactivos. A ela se reportam os conceitos de **memória** e de **história**, que fazem com que a aplicação apreenda, aprenda e memorize comportamentos e respostas do utilizador, e se **reorganize** ou se **reestruture** em função dos “feedbacks” obtidos. Essa atitude “inteligente” do produto interactivo, cria ou reforça sempre no receptor noções [por vezes imaginárias e/ou induzidas] de proximidade, identificação ou **personalização**. É, muitas das vezes, uma das características fundamentais para medir a ergonomia dos sistemas hipertextuais, enquanto meios de comunicação, sem que, no entanto, exista uma prevalência da dimensão inteligência no carácter interactivo do produto.

Na verdade, é ainda difícil a valoração de cada um destes vectores como determinantes para o **grau de interactividade** do produto em projectação. O **Design** da interactividade de uma obra hipertextual passará antes pela combinatória, em cada instante, destas três dimensões, em função dos objectivos gerais e específicos propostos. A construção sistemática deste modelo pode vir a ser expressa através de elementos gráficos que resumam e ilustrem uma **curva de interactividade** imaginada, com a variável tempo sempre presente, e com o cruzamento das três curvas referentes às três dimensões enunciadas.

Para uma mais correcta aproximação a esta problemática, é essencial uma definição prévia de **unidades de conteúdo de informação**, unidades essas com dimensões mais ou menos vastas em função das características da aplicação.

A inter-relação entre estas unidades [nós e ligações], essa teia complexa de caminhos, deve ser arquitectada com a consciência de que dela resulta uma outra rede intangível de significados e significantes, que não é redutível a questões apenas visuais ou funcionais.

Daí a importância de estudar e implementar sistemas de quantificação desses significados, ferramentas que permitam **entender** como reagem o emissor [produto] e o receptor [utilizador] aos estímulos ou às tensões criadas no produto interactivo. Este

Design da Interactividade

autoria ou transdisciplinaridade?

Tema 2: Valores

entendimento cruza necessariamente saberes distintos, disciplinas diversas que convergem na compreensão de um fenómeno comunicacional tão rico em termos cognitivos.

5 Autoria ou Transdisciplinaridade

Os processos analíticos, técnicos e criativos que caracterizam a actividade do designer, bem como a sua função em aperfeiçoar o existente e em acrescentar valor e significado numa esfera tão intelectual quanto instrumental, parecem indiciar que uma nova disciplina de **Design da Interactividade** se enquadra na metodologia projectual assimilada nas áreas de projecto de design de comunicação ou de produto.

Na verdade, a formação multidisciplinar do designer, e a sua apetência apreendida para cruzar saberes enriquecedores do projecto que, metodologicamente, o fazem nascer, são características que nos levam a equacionar a possibilidade da **autoria** de produtos interactivos se centrar na figura de um designer.

Por outro lado, a diversidade, complexidade e complementaridade dos saberes envolvidos no projecto de um produto interactivo, poderão também justificar um projecto **transdisciplinar**, num regime de co-autoria. Neste cenário, o projecto nasceria de um trabalho de grupo com especialistas em cada uma das áreas tidas como mais importantes para a concepção de uma dada aplicação. Como desvantagem deste modelo de trabalho transdisciplinar, parece emergir a dificuldade de estabelecer um método de projecto que parta da análise para a síntese com um fio condutor consistente, pela diversidade das metodologias de cada um dos intervenientes no processo.

Mais do que apresentar uma resposta fechada a esta questão, propomo-nos, na presente comunicação, abrir um espaço de reflexão sobre o tema.

No entanto, não nos privamos de lançar o desafio de passar a entender o Design da Interactividade como uma matéria muito particular e que exigiria a formação específica de designers com competências multidisciplinares muito sólidas. Uma formação optimizada para a preparação de profissionais capazes de assimilar a diversidade de

Design da Interactividade

autoria ou transdisciplinaridade?

Tema 2: Valores

saberes que tanto enriquece do ponto de vista humano. O que, no caso do projecto de produtos interactivos, se traduz numa melhoria significativa dos processos de comunicação e na proximidade que se pretende com o utilizador/fruidor de **espaços virtualizados**.

7 Referências Bibliográficas

¹ Lévy, Pierre, 2001, O que é o Virtual, Quarteto, Coimbra

¹ Lévy, Pierre, 1997, Cibercultura, Instituto Piaget, Lisboa

² Lévy, Pierre, op. cit.

³ Cortázar, Julio, 2000, Rayuela, Cátedra, Madrid

⁴ Cortázar, Julio, op.cit.

⁵ Jorge, Moisés Álvarez, 2002, in “A narrativa hipertextual: interactividade e retroalimentación na produccón multimedia”

⁶ Lorenzo, Cristina, citada por Jorge, Moisés Alvarez, op. cit.

⁷ Sánchez, Antulio, citada por Jorge, Moisés Alvarez, op. cit.

⁸ Lévy, Pierre, 1997, Cibercultura, Instituto Piaget, Lisboa

Cortázar, Julio, 2000, Rayuela, Cátedra, Madrid

Gergen, Keneth, 1991, El Yo Saturado, Paidós, Barcelona

Giddens, Anthony, 2000, O mundo na era da globalização, Presença, Lisboa

Jorge, Moisés Álvarez, 2002, in “A narrativa hipertextual: interactividade e retroalimentación na produccón multimedia”

Lévy, Pierre, 1997, Cibercultura, Instituto Piaget, Lisboa

Lévy, Pierre, 2001, O que é o Virtual, Quarteto, Coimbra

Muñoz, Antonio Moreno, 2000, Diseño ergonómico de aplicaciones hipermedia, PaidósPC, Barcelona

Vouillamoz, Núria, 2000, Literatura e hipermedia, PaidósPC, Barcelona