



**COMPREENDENDO A RELAÇÃO ENTRE A GESTALT E O DESIGN DA
INFORMAÇÃO NA APRESENTAÇÃO DAS AÇÕES CURTIR, COMENTAR E
COMPARTILHAR NO FACEBOOK.**

Jonathan Prateat¹
Raphael Schimitz da Silva²
Ricardo Triska³
Haro Schulenburg⁴

RESUMO: O estudo realizado visa a análise da aplicação das leis de segregação, contraste e proximidade, da gestalt, no design da informação aplicado à interface do *facebook*. Foi realizada fundamentação teórica para dar sustentação aos temas redes sociais, apresentado apenas como contextualização na introdução, design da informação, compreendendo sua definição e aplicação, e gestalt, em uma análise na interface da rede social proposta. Como resultado do estudo foram encontradas relações entre a aplicação das leis da gestalt objeto desta pesquisa, e o design da informação como orientador visual do usuário.

PALAVRAS-CHAVE: design da informação, interface, Gestalt, facebook, linguagem visual.

ABSTRACT: The research realized concern the analysis of the laws of segregation, contrast and proximity, of Gestalt, in information design applied to the interface of Facebook. Was performed to give theoretical support to social networking issues, presented only as background in the introduction, information design, including its definition and application, and Gestalt, in an analysis on the proposed social network interface. As a result of the study were found relationships between the application of the laws of Gestalt object of this research, and information design and visual user guidance.

KEYWORDS: information design, interface, Gestalt, Facebook, visual language.

¹ jonathanprateat@gmail.com

² prof.rtz@gmail.com

³ triska@cce.ufsc.br

⁴ haro@zirkuaestudio.com.br



1 - Introdução

A abrangência do uso de web sites de redes sociais, doravante descritos apenas como redes sociais, abre espaço para novos estudos acerca de temas diversos relacionados ao design de interfaces, desde aspectos técnicos de construção até estudos de comportamento de usuários.

Para que se dê uma compreensão inicial acerca da abrangência das redes sociais, o portal UOL, até 20 de setembro de 2011, o site Facebook possuía 30,9 milhões de usuários, enquanto o Orkut chegava à marca de 29 milhões (WEB, 2011). Em setembro de 2012, o Facebook se consolidou como a rede social mais acessada do mundo ao atingir 1 bilhão de usuários ao redor do mundo (WEB, 2012).

Com base na relevância apresentada em tais números, este estudo busca compreender a relação entre as leis da segregação, proximidade e contraste, da Gestalt, e o design da informação na apresentação de tarefas a serem cumpridas na interface do *Facebook*.

Tal estudo é parte de uma pesquisa maior que pretende entender a eficácia do design como orientador visual para o cumprimento das ações “curtir”, “comentar”, e “compartilhar, do *Facebook*, doravante chamadas apenas de 3Cs.

2 - Definição de design da informação.

Embora já seja uma disciplina do design edificada, para o presente estudo faz-se necessária uma compreensão da definição de design da informação com objetivo de corroborar sua relação com a apresentação das tarefas 3C's do Facebook.

Design da informação é definido como a arte e ciência de preparar informações de modo que possa ser usado por seres humanos, com eficiência e eficácia. Seus objetivos primários de são

1 - Desenvolver documentos que sejam compreensíveis, rapidamente e precisamente consultáveis, e fáceis de traduzir em ações efetivas.

2 - Projetar interações com equipamentos que sejam fáceis, naturais, e o mais agradável possível. Isso envolve a resolução de muitos problemas no design da interface humano-computador. (Jacobson e Jacobson, 2000, p.15)



Segundo a Sociedade Brasileira de Design da Informação:

Design da informação é uma área do design gráfico que objetiva equacionar os aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos que envolvem os sistemas de informação através da contextualização, planejamento, produção e interface gráfica da informação junto ao seu público alvo. Seu princípio básico é o de otimizar o processo de aquisição da informação efetivado nos sistemas de comunicação analógicos e digitais.

Garrett (2010, p.124) traz suas contribuições para a compreensão do tema afirmando que “design de informação se resume a tomar decisões sobre como apresentar a informação para que as pessoas possam usá-la ou compreendê-la mais facilmente”.

A partir da explanação dos autores pode-se perceber que o design da informação está diretamente ligado à orientação visual pelo usuário na interface. Tais orientações têm como objetivo facilitar o que o Jacobson chama de “traduzir em ações efetivas” as tarefas propostas pelo sistema.

3 - A Gestalt e o design da informação

A partir das definições de design da informação propostas pelos autores, é necessário verificar sua aplicação no *Facebook*. Bonsiepe (1997), diz que o design da informação “Além de tradutor de informações, ele tem uma função autoral, pois faz a transposição expressivo-formal das informações e de suas relações”. O autor segue considerando que o design da informação “colabora no reconhecimento e na compreensão de fatos e conceitos pela seleção, arranjo, hierarquização e combinação de distinções visuais”. No *Facebook*, pode-se perceber os conceitos trazidos pelos autores em sua interface, atuando como orientadores para os usuários acerca da interrelação entre as atividades 3C's, bem como sua distinção em relação aos demais conteúdos fisicamente próximos apresentados pela interface e que podem ser compreendidos a partir da Gestalt.



Figura 1 – Post

Na tela apresentada acima se pode perceber uma diferenciação entre as cores dos três links referentes às ações analisadas neste trabalho, e do texto produzido pelo usuário. Filho (2002) diz que “O contraste, como estratégia visual para aguçar o significado, não só excita e atrai a atenção do observador, como também é capaz de dramatizar esse significado para fazê-lo mais importante e mais dinâmico”. Dessa forma, o usuário consegue diferenciar o que foi escrito pelo autor do texto e o que faz parte da interface.

As ações são apresentadas apenas em forma textual, exibidas logo abaixo do texto escrito pelo usuário, podendo orientar o usuário a executá-las e relacionando-as diretamente ao conteúdo acima delas. A compreensão da finalidade das ações pode estar baseada em um repertório prévio dos usuários no diz respeito às terminologias utilizadas em redes sociais, no entanto, como mostrado na



imagem abaixo, não apresentam nenhum auxílio visual como, por exemplo, ícones, além da diferenciação cromática.

Curtir · Comentar · Compartilhar · há 33 minutos via PostCron ·

Figura 2 – 3C's

Recursos gráficos além dos textuais são utilizados para relacionar as ações já realizadas sobre o texto produzido pelo autor, como é possível perceber na imagem abaixo.



Figura 3 – Recursos gráficos de auxílio à orientação visual

Os ícones mostram a quantidade e os nomes das pessoas que executaram a ação “curtir” e a ação “comentar”. Tais ícones, bem como o conteúdo próximo apresentado pela interface podem ser compreendidos como coisas correlacionadas por conta de sua proximidade física e da caixa que fica ao fundo, e que unifica as informações. A unificação destas informações pode ser compreendida a



partir de Filho (2002), que diz que “As unidades formais, que configuram um todo, são percebidas, geralmente, através de relações entre os elementos (ou subunidades) que as constituem”, no caso da imagem acima, mais evidentemente, o contraste entre o fundo branco da interface com a cor da caixa que contém as informações. Tal contraste dá origem ao que é explicado pela lei da segregação, que Filho (2002) define como “a capacidade perceptiva de separar, identificar, evidenciar ou destacar unidades formais em um todo compositivo ou em partes deste todo.”

Na imagem acima, ainda é possível observar que o usuário pode realizar a ação de “curtir” algo que foi comentado, e a relação entre os dois está na proximidade.

A partir de tais análises pode-se perceber que a Gestalt está diretamente relacionada ao design de informação no diz respeito à orientação visual dos usuários para o cumprimento das ações 3C’s.

4 - Considerações finais

A importância do design da informação para a apresentação das informações, sobretudo as ações 3C’s, tema deste estudo, está no próprio objetivo da rede social, que é, segundo Marteleto (2001) “um grupo de participantes com idéias e interesses em comum, e compartilhados.” Dessa forma o usuário, no contexto do *Facebook*, tem como premissa a divulgação e compartilhamento de informações quaisquer, de seu interesse, e que serão visualizadas por outros usuários que terão a possibilidade de interagir através das ações propostas pela interface. No entanto, tais ações devem ser apresentadas de forma clara e organizada, orientando os usuários em como percorrer pelas informações e executar suas interações com sucesso.

Nesse contexto, a Gestalt através de suas leis de segregação, contraste e proximidade, contribui para a apresentação das informações destacando o que é fruto ou caminho para as ações 3C’s, do restante das informações apresentadas pela interface.

Outras questões relacionadas à Gestalt, o design da informação e a interface do *Facebook* ainda serão exploradas em estudos posteriores.



6 Referências

BONSIEPE, G., 1997. *Design do Material ao Digital*. Florianópolis: FIESC/IEL

Facebook alcança 1 bilhão de usuários ativos mensais. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/10/facebook-atinge-1-bilhao-de-usuarios-ativos-mensais.html>. Acessado em 02 de novembro de 2012.

FILHO, João Gomes, 2002. *Gestalt do Objeto: sistema de leitura visual da forma*. São Paulo: Escrituras.

GARRETT, Jesse James, 2011. *The Elements of The User Experience*. 2nd ed. Berkeley: New Riders

JACOBSON, Robert E and JACOBSON, Robert, 1999. *Information Design*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.

MARTELETO, R. M., 2011. Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da Informação*. Vol. 30 n. 1. Brasília

SANTOS, Robson. PNAD: Número de lares com Internet cresceu 71% em quatro anos. Disponível em : <http://idgnow.uol.com.br/mercado/2010/09/09/pnad-numero-de-lares-com-internet-cresceu-71-em-quatro-anos/>. Accessed 14 September 2010..

<http://www.sbdi.org.br/index.htm>. Acessado em 10 de Janeiro de 2012..

