



Ana Claudia Rocha Quartin Baeta Neves

NOVOS ENCANTAMENTOS
Design de hipermídia enquanto design de engajamento

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design.

Orientadora: Profa. Dra. Rejane Spitz

Rio de Janeiro, 31 de março de 2006



Ana Claudia Rocha Quartin Baeta Neves

“Novos Encantamentos: design de hipermídia enquanto design de engajamento.”

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Design do Departamento de Artes & Design do Centro de Teologia e Ciências Humanas. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo assinada.

Profa. Dra. Rejane Spitz
Presidente/Orientadora – PUC-Rio

Profa. Dra. Mônica Moura
Membro – Universidade Anhembi Morumbi

Profa. Dra. Denise B. Portinari
Membro – PUC-Rio

Prof. Dr. Paulo Fernando Carneiro de Andrade
Coordenador Setorial do Centro de
Teologia e Ciências Humanas – PUC-Rio

Rio de Janeiro, ____ de _____ de _____

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da universidade, da autora e do orientador.

Ana Claudia Rocha Quartin Baeta Neves

Graduou-se em Comunicação Social pela PUC-Rio em 1999. Atua em criação e design de projetos para a Internet, junto a agências de publicidade *online* e produtoras de hipermídia.

Ficha catalográfica

Baeta Neves, Ana Claudia Rocha Quartin

Novos encantamentos : design de hipermídia enquanto design de engajamento / Ana Claudia Rocha Quartin Baeta Neves ; orientador: Rejane Sptiz. – Rio de Janeiro : PUC, Departamento de Artes e Design, 2006.

253 f. : il. ; 30 cm

Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e Design.

Inclui referências bibliográficas.

1. Artes – Teses. 2. Design. 3. Hipermídia. 4. Internet. 5. Sítios Web. 6. Interatividade. 7. Engajamento. 8. Estranhamento. 9. Envolvimento. 10. Motivação. I. Spitz, Rejane. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Artes e Design. III. Título.

CDD: 700

À minha família

Agradecimentos

À minha orientadora, pela dedicação e pela confiança que tanto me motivaram nesta jornada.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação da PUC-Rio, em especial à professora Denise Portinari, pela atenção e pelo conhecimento descortinado.

Aos colegas da PUC-Rio, com quem tive a oportunidade de dividir esta experiência.

À minha família, pelo otimismo inabalável.

À FAPERJ, pelo apoio à pesquisa.

Resumo

Baeta Neves, Ana Claudia Rocha Quartin; Spitz, Rejane. **Novos encantamentos: design de hipermídia enquanto design de engajamento**. Rio de Janeiro, 2006. 253p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Esta pesquisa investiga a possibilidade da construção de estímulos à conduta ativa dos usuários de sítios *web*. Diante do fato de que produtos hipermidiáticos necessitam do encadeamento de ações de seus usuários para que possam cumprir seu desígnio comunicacional, esta dissertação argumenta que tais produtos podem ter configurados, em si próprios, os elementos que estimulam, orientam e conectam entre si as ações de seus usuários. Para tanto, esta dissertação empreende reflexão teórica a partir de novas abordagens da relação entre o produto de design e o seu usuário – abordagens que se fundamentam nos conceitos de design de experiência e design de emoção, compreendidos, nesta pesquisa, sobretudo enquanto reflexo de novas demandas na prática e na teoria do design contemporâneo. A idéia de engajamento é desenvolvida enquanto tradução da dinâmica da interatividade e implica questões acerca de motivação, estranhamento e envolvimento. Projetos que buscam estimular a ação do público podem ser identificados nos percursos históricos da Arte e do Design. Destes projetos, emergem padrões que, por sua vez, podem ser observados em projetos de sítios *web*. Os principais aspectos destes padrões são categorizados enquanto elementos conceituais visando orientar a dinâmica do engajamento em hipermídia.

Palavras-chave

Design; Hipermídia; Internet; Sítios; Interatividade; Engajamento; Estranhamento; Envolvimento; Motivação.

Abstract

Baeta Neves, Ana Claudia Rocha Quartin; Spitz, Rejane (Advisor). **Novos encantamentos: design de hipermídia enquanto design de engajamento**. Rio de Janeiro, 2006. 253p. Msc Dissertation – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

This research investigates the possibility of designing active behaviour stimuli for websites users. Since hypermedia need the users actions chain to communicate, this dissertation argues that hypermedia products can be configured to carry, within themselves, the elements that stimulate, guide and interconnect the users actions. This dissertation reflects upon new approaches of the relation between the design product and its user – approaches that are based in the concepts of experience design and emotional design, which are understood, within this research, primarily as consequence of new demands of the contemporary design practice and theory. The idea of engagement is developed as translation of interactivity dynamics and requires topics on motivation, strangement and involvement. Projects that stimulate the audience action can be identified in the histories of Art and Design. From these projects, this research recognized patterns that can also be recognized in websites. The main aspects of these patterns are categorized as conceptual elements that envisage to orient the engagement dynamics within hypermedia.

Keywords

Design; Hypermedia; Internet; Websites; Interactivity; Engagement; Strangement; Involvement; Motivation.

Sumário

1. Introdução	13
1.1. Metodologia da pesquisa	20
1.2. Considerações iniciais	24
2. Engajamento: envolvimento (inter)ativo	32
2.1. Interatividade: aproximações e recuos	34
2.2. Motivação: estímulo à ação	45
2.3. Experiência: acerca do que fica	50
3. Hipermídia: um projeto na história da interatividade	72
3.1. Natureza	77
3.2. Anatomia	82
3.3. Vocação	86
4. Design: uma história do projeto de interação	95
4.1. Interação humano-computador: um novo contexto	104
4.2. Design de experiência: uma nova abordagem	114
4.3. Design de hipermídia: um novo campo	125
5. Design de hipermídia enquanto design de engajamento	137
5.1. O convite da forma na arte	140
5.2. O convite da forma no design	169
5.3. Solicitação e motivação em hipermídia: da possibilidade de se abordar o sítio <i>web</i> enquanto contexto de engajamento	180
5.3.1. Sugestão	188
5.3.2. Novidade	206
5.3.3. Choque	224
6. Considerações finais	240
6.1. Desdobramentos	243
Referências bibliográficas	245
Sítios <i>web</i> apresentados	252

Lista de figuras e tabelas

Figura 1	- Três momentos de interação entre visitantes na instalação “Telematic Dreaming”	32
Figura 2	- Obra “Tren en marcha” / “A train in motion”	61
Figura 3	- Obra “Se largó” / “It’s raining”	61
Figura 4	- Obra “Poema cortante” / “A Cutting Poem”	61
Figura 5	- Aspectos técnicos do experimento “Super Cillia Skin”	62
Figura 6	- Representação da estrutura do prédio do panorama de Robert Barker	65
Figura 7	- Anúncio de panorama	65
Figura 8	- Momento de interação entre visitantes e a instalação “Landscape One”	70
Figura 9	- Variação da logomarca do sítio Google para representação de grande volume de resultados de busca	116
Figura 10	- As três chaleiras de Norman	117
Figura 11	- Momento inicial do sítio da empresa de design Exopolis	125
Figura 12	- Seqüência de animação em detalhe do sítio da companhia de espetáculos Cirque du Soleil	137
Figura 13	- Figuras instaladas ao redor da loja Seibu	170
Figura 14	- Pôsteres ‘ <i>Quero você para o exército americano</i> ’ e ‘ <i>Quero sair</i> ’	171
Figura 15	- Logomarca dos 50 anos dos Alcoólicos Anônimos	172
Figura 16	- Detalhe da papelaria de Nina Triggs	172
Figura 17	- Mala direta do Museu da Ciência de Minnesota	173
Figura 18	- Sacola para o Early Learning Centre	174
Figura 19	- Variações da logomarca do sítio Google para evocação de datas comemorativas	176
Figura 20	- Logomarca, aplicada em camisa, da campanha “Channelling Children’s Anger”	179

Figura	21	- Momentos do sítio da campanha “Grain of Truth” da marca de alimentos Vogel (1/2)	180
Figura	22	- Momento inicial do sítio da empresa de design Mother	181
Figura	23	- Detalhe do sítio da empresa de consultoria e produtora de sítios <i>web</i> Amplifier	184
Figura	24	- Momentos do sítio do Museu de Arte Contemporânea de Denver	189
Figura	25	- Momentos do sítio da cantora Annie Lennox	191
Figura	26	- Momentos do sítio do projeto de arquitetura “Brok Centre” (1/2)	193
Figura	27	- Momentos do sítio do filme “Wolk Creek” (1/2)	195
Figura	28	- Momentos do sítio da campanha “Camouflage Tales” da marca de roupas Diesel (1/2)	197
Figura	29	- Momentos do sítio da empresa de design So Fake	199
Figura	30	- Momentos do sítio do filme “The Uninvited” (1/2)	200
Figura	31	- Momentos do sítio da agência de publicidade Leo Burnett Canada (1/3)	202
Figura	32	- Momentos do sítio da agência de publicidade Leo Burnett Canada (2/3)	203
Figura	33	- Momento inicial do sítio do filme “The Uninvited”	204
Figura	34	- Momento do antigo sítio da Livraria da Travessa	205
Figura	35	- Momentos do sítio da companhia de espetáculos Cirque du Soleil	207
Figura	36	- Momentos do sítio da marca de calçados Havaianas	209
Figura	37	- Momento do sítio da banda de música Arcade Fire (1/3)	210
Figura	38	- Momentos do sítio do experimento acadêmico Don’t Click It	211
Figura	39	- Momentos do sítio da campanha “Camouflage Tales” da marca de roupas Diesel (2/2)	213
Figura	40	- Momentos do sítio da campanha “Grain of Truth” da marca de alimentos Vogel (2/2)	214
Figura	41	- Momento do sítio da banda de música Arcade Fire (2/3)	216
Figura	42	- Momentos do sítio da banda de música Arcade Fire (3/3)	217

Figura	43	- Momentos do sítio da campanha “Drömkök at Alla” da marca de móveis Ikea	218
Figura	44	- Momentos do sítio do evento “Run London” da marca de calçados e roupas Nike	219
Figura	45	- Momentos do sítio do filme “Wolk Creek” (2/2)	220
Figura	46	- Momentos do sítio do <i>player</i> portátil U10	221
Figura	47	- Momentos do sítio da discoteca Tube	222
Figura	48	- Momentos do sítio da campanha “Inspire the Next” da marca de automóveis Hitachi	223
Figura	49	- Momentos do sítio do <i>dj</i> Oscar Mulero	225
Figura	50	- Momentos do sítio do projeto de arquitetura “Brok Centre” (2/2)	226
Figura	51	- Momentos do sítio da empresa de design Bio Bak (1/2)	227
Figura	52	- Momentos do sítio da empresa de design Bio Bak (2/2)	228
Figura	53	- Momento do sítio da banda de música Arcade Fire (3/3)	229
Figura	54	- Momentos do sítio da marca de calçados e roupas Puma (1/2)	230
Figura	55	- Momento do sítio da marca de calçados e roupas Puma (2/2)	231
Figura	56	- Momentos do sítio do filme “The Uninvited” (2/2)	232
Figura	57	- Momentos do sítio da empresa de consultoria e produtora de sítios <i>web</i> Amplifier	234
Figura	58	- Momentos do sítio da agência de publicidade Leo Burnett Canada (3/3)	235
Figura	59	- Momento do sítio da empresa de design Mother	236
Figura	60	- Antigo sítio da banda de música Buck 65	237
Figura	61	- Momentos do sítio da empresa de design Lit Fuse	239
Tabela	1	- Adaptação da tabela proposta por Laurel	108
Tabela	2	- Dinâmica da solicitação do usuário do produto de design	185
Tabela	3	- Elementos conceituais na solicitação do usuário do sítio <i>web</i>	186
Tabela	4	- Contextos de motivação do usuário do sítio <i>web</i>	187

Era preciso obscurecer para que pudesse ser visto de novo.
Manfred Wekwerth