

Design digital e interfaces sociais: um estudo da interface do Twitter¹

Gabriela da Silva Zago*
Camila de Almeida Polino**

Resumo

Neste trabalho, o objetivo foi identificar e caracterizar um tipo específico de interface digital, as interfaces sociais. Para tanto, parte-se de um referencial teórico que procura situar as interfaces sociais como um subtipo de interface digital, caracterizado por sua proximidade com conceitos como interação mediada por computador, redes sociais na internet e sites de rede social. Após definir e identificar tipos e elementos das interfaces sociais, realiza-se um estudo exploratório qualitativo das transformações ao longo do tempo do site de rede social Twitter. Os resultados permitem perceber mudanças na interface da ferramenta ao longo do tempo, buscando atender a diferentes necessidades de interação social do usuário ao utilizar o Twitter.

Palavras-chave: Interfaces sociais. Sites de rede social. Twitter.

1 Uma versão preliminar do trabalho foi apresentada no 10º Encontro Nacional de História da Mídia. ZAGO, Gabriela; POLINO, Camila. Das interfaces digitais às interfaces sociais: explorando as transformações na interface do Twitter. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 10, Porto Alegre, *Anais...*, Porto Alegre, 2015. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015>>. Acesso em: 25 out. 2015.

* Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora dos cursos de Design Gráfico e Design Digital na Universidade Federal de Pelotas (UFPel).

E-mail: gabrielaz@gmail.com

**Graduanda em Design Digital na Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Bolsista de iniciação científica do CNPq. E-mail: camilapolino2014@gmail.com.

Introdução

O campo de trabalho de um designer na área digital em tempos de cibercultura abrange uma miríade de possibilidades de atuação. Se no passado essa atuação pudesse estar limitada a projetar interfaces de sites estáticos, atualmente a proliferação de dispositivos de variados tamanhos e propostas, típica de um cenário de convergência, ampliou consideravelmente as possibilidades de atuação em termos de interfaces digitais. Com a Web 2.0, os sites passaram a ser dinâmicos e demandam cada vez mais conhecimentos específicos da equipe de criação para que sejam projetados de forma mais precisa.

Com base nesse cenário, objetivou-se identificar e caracterizar um tipo específico de interface digital – as interfaces sociais. Para tanto, partiu-se de um referencial teórico em que se procurou situar as interfaces sociais como um subtipo de interface digital, caracterizada por sua proximidade com conceitos como interação mediada por computador (PRIMO, 2007), redes sociais na internet (RECUERO, 2009) e sites de rede social (ELLISON; BOYD, 2013).

Após a definição e a identificação dos tipos e elementos das interfaces sociais, realizou-se um estudo exploratório qualitativo das transformações ao longo do tempo do site de rede social Twitter. Os resultados permitiram perceber mudanças na interface da ferramenta ao longo do tempo, buscando atender a diferentes necessidades de interação social do usuário ao utilizar a interface do Twitter.

Interfaces digitais

Uma interface pode ser entendida como uma estrutura que medeia a relação do ser humano com a máquina (JOHNSON, 2001). Para Bonsiepe (1997, p. 12), “a interface revela o caráter de ferramenta dos objetos e o conteúdo comunicativo das interações”. Por causa disso, para o autor, “a interface transforma sinais em informação interpretável”.

O desenvolvimento das interfaces digitais teve início em comandos e códigos (interfaces da primeira geração, também chamadas de *Character-based user interface* – CUI). A dificuldade de se comunicar era grande e o número de pessoas a utilizar esse meio era pequena. Isso trouxe aos designers o papel de facilitar essa comunicação melhorando as interfaces digitais, ao identificarem os problemas que a comunicação mediada por computador apresentava. O resultado foi a criação de interfaces gráficas (interfaces da terceira geração ou *Graphical user interface* – GUI), que apresentavam ícones representando objetos físicos

por meio de desenhos de mesas, pastas e janelas. A metáfora da área de trabalho foi proposta por Alan Kay na Xerox Parc (LEMOS, 2002), mas foi aperfeiçoada pela Apple em 1984. O Apple Macintosh foi o responsável pela popularização de ícones como lixeira, pastas, arquivos, etc., instaurando, assim, um diálogo entre usuário e computador.

Outras metáforas foram pensadas para a interface gráfica, como no caso do Microsoft Bob, um projeto de sistema operacional proposto pela Microsoft em 1995 que buscava utilizar a metáfora de uma casa em vez de uma área de trabalho. Nesse sistema operacional, cada cômodo continha alguns objetos e, ao clicar em cada objeto, era possível abrir um determinado aplicativo.

Paralelamente ao desenvolvimento das interfaces, também foi possível observar o surgimento e a popularização da internet. Em termos históricos, a internet surgiu em 1969, por meio da Arpanet, como fruto de desenvolvimento da comunicação militar – tinha-se por objetivo criar uma estrutura descentralizada de comunicação que pudesse continuar a operar mesmo que um dos computadores fosse atingido. Apesar da origem militar, o desenvolvimento da internet se deu, principalmente, com base em pesquisas no âmbito acadêmico (CASTELLS, 2003). Nas suas primeiras décadas de existência, a internet funcionava basicamente por linhas de comando (interfaces CUI). Foi somente em 1989 que Tim Berners-Lee, do CERN, criou a web, a versão gráfica da web baseada em hipertextos.

A geração dos computadores conectados na década de 1990, com a web, trouxe a comunicação generalizada. Novas formas de interação pela internet foram surgindo. Posteriormente, por volta da década de 2000, surgiu a Web 2.0, ocorrendo uma evolução acelerada das interfaces digitais. Nesse sentido, o projeto de uma interface gráfica se torna mais complexo quando a ele são agregados elementos dinâmicos, típicos dos processos da Web 2.0. A Web 2.0 corresponde ao entendimento da web como uma plataforma (O'REILLY, 2005). Desse modo, a Web 2.0 pode ser considerada uma arquitetura de construção de sites que privilegia a participação do usuário. O termo, cunhado em 2004 numa conferência da O'Reilly Media, refere-se à tendência de sites construídos a partir da década de 2000 de serem dinâmicos e voltados para a participação, bastante diferentes de como os sites vinham sendo construídos nos primórdios da web (Web 1.0). Assim, a expressão assinala uma mudança em termos técnicos (de um foco no *back-end* para um foco no *front-end*), projetuais (do design fechado ao beta perpétuo), em termos de negócios e em termos culturais. Para Ellison e Boyd (2013,

p. 161), a principal mudança diz respeito aos aspectos culturais, uma vez que a participação e a formação de comunidades se tornou um dos focos principais da web:

Although online communities have been in existence since the earliest days of the internet – and services like AOL made online communities accessible to more mainstream internet users – they have not been the central focus of most internet users. Prior to Web 2.0, people spent the bulk of their time online browsing websites and engaging with email, instant messaging, and casual gaming; actively participating in online communities was still considered geeky².

Nesse cenário, podem ser identificadas as interfaces sociais como um tipo específico de interface digital emergente no contexto da Web 2.0 e que demanda conhecimentos e metodologias próprias para seu desenvolvimento projetual.

Interfaces sociais

Desde a origem, a web foi pensada para ser mais social do que tecnológica. Conforme as palavras de seu idealizador, Berners-Lee (1999, p. 123), “the Web is more a social creation than a technical one. I designed it for a social effect – to help people work together – and not as a technical toy”³.

Ainda que no princípio a web não fosse tão social quanto seu criador gostaria, atualmente as redes sociais estão em alta. Há uma pressão para que tudo seja social (PORTER, 2008). Empresas que não investem em relacionamento com cliente nas redes sociais, por exemplo, viram motivo de piada⁴.

Porter (2008) usa a expressão “web sites sociais” para se referir aos sites e aplicativos que proporcionam suporte para a interação social. Já Crumlish e Malone (2009) utilizam a expressão “interfaces sociais” para se referir a tais suportes. Em termos gerais, interfaces sociais (CRUMLISH; MALONE, 2009; ALMEIDA, 2014) são interfaces voltadas para a interação mediada por computador (PRIMO, 2007), como no

2 “Embora comunidades online existissem desde os primórdios da internet – e serviços como a AOL tornaram comunidades online acessíveis a mais usuários de internet –, elas não eram o foco central da maioria dos usuários de internet. Antes da Web 2.0, as pessoas passavam a maior parte de seu tempo online, navegando por sites e usando e-mail, mensageiros instantâneos e jogos casuais; participar ativamente de comunidades online ainda era uma atividade considerada nerd.” (Tradução nossa)

3 “A Web é mais uma criação social do que técnica. Eu a projetei para ter um efeito social – para ajudar as pessoas a trabalhar em conjunto – e não como um brinquedo tecnológico.” (Tradução nossa)

4 Um exemplo é o perfil @transfolha no Twitter, criado por um usuário indignado com os serviços da empresa Transfolha e que demonstra a ausência de representantes oficiais da empresa nesta plataforma.

caso de sites de rede social (RECUERO, 2009; ELLISON; BOYD, 2013).

Em 2007, Boyd e Ellison (2007) definiam sites de rede social como espaços da web que permitiam aos indivíduos criar um perfil, interagir por meio desse perfil, adicionar amigos e exibir a lista de conexões entre os amigos. Entretanto, nos últimos anos, alguns desses elementos perderam seu peso (como no caso da lista de amigos), ao passo que outros elementos emergiram (como a *timeline* e os *feeds* de notícias).

Em 2013, Ellison e Boyd (2013, p. 158) propuseram uma nova definição para sites de rede social:

A social network site is a networked communication platform in which participants 1) have uniquely identifiable profiles that consist of user-supplied content, content provided by other users, and/or system-level data; 2) can publicly articulate connections that can be viewed and traversed by others; and 3) can consume, produce, and/or interact with streams of user-generated content provided by their connections on the site⁵.

Essa nova definição marca uma mutação na forma de interagir com os sites de rede social. Se nos primórdios dessa forma de comunicação o foco estava nos perfis dos usuários, atualmente ele recai sobre os fluxos de conteúdo. Mais do que visitar o perfil alheio, os usuários querem ver as atualizações mais recentes de seus contatos. Os próprios perfis mudaram para incluir, também, atualizações.

Sites de rede social surgem em um contexto de Web 2.0 e, como tais, constituem um subtipo de mídia social (ELLISON; BOYD, 2013). Assim como conteúdo gerado por consumidor e plataformas de compartilhamento de conteúdo, os sites de rede social correspondem a um tipo específico de mídia social com características próprias (VAN DIJCK, 2013).

Os sites de rede social permitem que dois ou mais indivíduos interajam por meio de uma interface. A interação mediada por computador ocorre quando dois ou mais indivíduos podem interagir mediante uma interface (PRIMO, 2007). Essa interação pode ser mútua ou reativa (PRIMO, 2007). Na interação mútua, os dois participantes atuam conjuntamente na construção da interação. Na interação reativa, um usuário interage com o outro partindo de escolhas predeterminadas. Assim, se na interação mútua uma conversa pode ser travada publicamente entre dois

5 “Um site de rede social é uma plataforma de comunicação em rede na qual os participantes 1) possuem perfis de identificação única que consistem em conteúdos produzidos pelo usuário, conteúdos fornecidos por outros usuários, e/ou dados fornecidos pelo sistema; 2) podem articular publicamente conexões que podem ser vistas e cruzadas por outros; e 3) podem consumir, produzir e/ou interagir com fluxos de conteúdo gerado por usuários fornecidos por suas conexões no site.” (Tradução nossa)

usuários, na interação reativa o usuário pode apenas escolher se aceita ou não quem o adicionou como amigo no Facebook. O mais desafiador, em termos de projeto de interface, é desenvolver interfaces que forneçam suporte para a interação mútua.

Uma interface social segue princípios e diretrizes sociais. Diretrizes sociais são os componentes e peças das experiências interativas que funcionam como blocos que constroem as experiências sociais (CRUMMLISH; MALONE, 2009). Para os autores, as diretrizes sociais vão fundamentar toda a experiência do usuário nas interfaces sociais, do *login* à interação, da participação à construção da reputação, do bate-papo à colaboração entre amigos.

Os autores sugerem as seguintes diretrizes sociais:

a) Deixe coisas incompletas – É importante deixar coisas em aberto para que o usuário complete/ finalize o design.

b) Palimpsesto – os autores sugerem prover aos usuários meios de anotar, acrescentar conteúdo ou metadados, reformar, recriar ou mudar o ambiente, porém mantendo alguns traços de contextos anteriores.

c) Falar como uma pessoa – em vez de usar uma linguagem corporativa séria, os autores sugerem usar uma linguagem mais próxima do usuário.

d) Seja aberto – mudanças podem ser necessárias. Por isso é importante acompanhar as necessidades dos usuários e suas apropriações.

e) Não quebre e-mails – não faz sentido nenhum enviar e-mail ao usuário que não puder ser respondido ou cuja conversa não puder ser continuada.

Ao abordar especificamente elementos específicos que devem estar presentes nas interfaces sociais, os autores mencionam cadastro/registo, *login*, informações de primeiro acesso, perfil, e conexões. No cadastro, os autores sugerem solicitar apenas os dados que façam sentido serem solicitados para a rede social em questão. Formulários longos e detalhados tendem a ser abandonados. Quanto a perfil e conexões, os autores sugerem incluir esses padrões quando for possível às pessoas interagir umas com as outras, como no caso de sites de rede social.

Ao analisar interfaces sociais, Memória (2005) sugere a busca por uma experiência fluida. Para o autor, um sentimento de fluidez pode levar à imersão total:

Produtos como o Hattrick e o Orkut são um sucesso (apesar dos problemas de design) porque envolvem relacionamento entre seres

humanos, o que é um fator gerador de imersão em potencial, ou seja, de felicidade. (MEMÓRIA, 2005, p. 156)

Baseando-se no levantamento teórico acima, podem ser identificados dois tipos principais de interfaces sociais: as interfaces sociais propriamente ditas e as interfaces com elementos de redes sociais. Interfaces sociais propriamente ditas são aquelas cuja principal finalidade é proporcionar a interação social entre dois ou mais indivíduos, como no caso dos sites de rede social. Exemplos incluem o site de relacionamentos Facebook, o site de micromensagens Twitter e o site de perfis profissionais LinkedIn. Interfaces com elementos de redes sociais são aquelas que, embora possuam outra finalidade principal, utilizam recursos voltados para a interação social em alguma parcela do site. Como exemplo, podem ser citados sites de comércio eletrônico, que normalmente disponibilizam recursos como possibilidade de avaliação de produtos por clientes.

Características e elementos das interfaces sociais

Baseando-se na definição de Ellison e Boyd (2013) de sites de rede social, vista acima, pode-se dizer que um site de rede social possui três elementos básicos: perfis representando usuários, a possibilidade de estabelecimento de conexões entre esses perfis e a possibilidade de produzir e consumir conteúdos compartilhados em um espaço comum. O Facebook pode ser tomado como exemplo: cada usuário possui um perfil no site e pode acrescentar amigos. As atualizações de cada usuário são exibidas no seu perfil e também no *News feed*, página que exhibe atualizações recentes dos contatos de cada usuário em fluxo contínuo.

Crumlish e Malone (2009) identificam as seguintes características para uma interface social: linguagem próxima do usuário, incompletude, cadastro, perfil e conexões.

Associados a esses elementos, toma-se o conceito de estado de fluxo emprestado de Memória (2005) para caracterizar as interfaces sociais.

O QUADRO 1 sintetiza as principais características e elementos das interfaces sociais:

QUADRO 1

Características e elementos das interfaces sociais

Elemento	Descrição
Perfil	Página que representa o indivíduo e por meio da qual o usuário pode interagir com outros participantes em uma interface. Contém dados fornecidos pelo usuário, por outros usuários e pelo próprio sistema.
Conexões	Característica essencial das redes sociais, as conexões correspondem às relações estabelecidas entre os diferentes perfis numa interface social. Essas conexões podem ser explícitas (lista de amigos) ou implícitas (usuários que conversam entre si, ou reprodução de conteúdo de outros usuários).
Fluxo de conteúdos	O fluxo de conteúdos se refere ao espaço onde são mostradas as últimas atualizações dos usuários. Como exemplo, citam-se a timeline do Twitter, onde são exibidas as últimas atualizações dos usuários que se segue, e o News feed do Facebook, onde aparecem postagens, compartilhamentos e curtidas dos amigos na rede social.
Linguagem próxima do usuário	As interfaces sociais, normalmente, apresentam como característica uma linguagem próxima do usuário, como forma de estimular a participação.
Incompletude	Outro elemento importante das interfaces sociais é a incompletude: apenas deixando elementos em aberto é que se torna possível fazer com que o usuário possa participar, completando esses espaços. Por exemplo, no Facebook, os usuários são convidados a responder à pergunta “No que você está pensando?”
Imersão	A imersão diz respeito a uma característica menos tangível das interfaces sociais – em razão dos elementos acima apontados, uma interface social muitas vezes desperta a possibilidade de imersão do usuário, que usará o espaço para produzir e consumir os conteúdos dinâmicos gerados pelos usuários.

Fonte: Sistematizado pelas autoras com base na pesquisa realizada.

Essas características e elementos aparecerão em menor ou maior grau nas interfaces sociais, conforme se priorize uma ou outra função no projeto de uma interface.

Explorando as transformações na interface do Twitter

Após a identificação dos elementos principais das interfaces sociais, procedeu-se a um estudo exploratório de caráter ilustrativo das transformações ao longo do tempo de uma interface social específica: o Twitter. Essa interface foi analisada com base nas características e elementos de interfaces sociais identificados e sistematizados no QUADRO 1. A análise realizada foi de cunho exploratório e qualitativo (GIL, 2010). De acordo com Gil (2010), a pesquisa exploratória é utilizada quando ainda não se tem muito material acerca de determinado tema. É uma forma de proporcionar maior familiaridade com a temática, visando torná-la mais explícita para estudos futuros.

O site de rede social Twitter é uma interface social propriamente dita, cujo foco é a comunicação mediada por computador. Em termos gerais, o Twitter pode ser considerado um site de rede social. Uma vez que há perfis de identificação única reunindo as postagens de determinado usuário, é possível seguir e ser seguido por outros usuários (e ver quem segue quem), bem como a possibilidade de criação de conteúdo (postar novos *tweets*, como são chamadas as atualizações nas ferramentas) e de interação com o conteúdo produzido por outros usuários em um fluxo de conteúdos comum (a *timeline*). As interações típicas permitidas pelo site incluem as atividades de menção, *retweet* e favoritos. Assim, pode-se fazer nova postagem mencionando outros usuários, que serão notificados de tal menção. Também é possível reproduzir as mensagens compartilhadas por outros usuários pressionando o botão de *retweet*. Ainda, pode-se avaliar as mensagens ao pressionar o botão que permite marcar como favorito um determinado tweet.

Embora o site se apresente atualmente essa configuração, sua interface passou por transformações diversas, desde seu lançamento, em 2006, com modificações na forma de exibição dos elementos e inclusão de recursos originalmente não previstos. A seguir, apresenta-se uma breve análise da evolução da interface do Twitter, abordando a estrutura da *home* e da *timeline* da ferramenta em três momentos distintos: nos anos iniciais do Twitter, após uma grande reformulação em 2009, e a configuração atual da ferramenta.

Interface dos anos iniciais do Twitter

Entre 2006 e 2008, começaram a surgir elementos de interação hoje típicos do Twitter (como *retweet* e menções), partindo de apropriações dos usuários que foram incorporadas ao site. Embora na origem o Twitter já tenha surgido como uma interface social para interação mediada por computador, a inclusão de novas funcionalidades permitiu aprofundar seu caráter social. Além disso, a ferramenta se mostrou aberta às apropriações dos seus usuários, uma das diretrizes sociais apontadas por Crumlish e Malone (2009).

Em 2007 a página inicial do Twitter era estruturada por duas colunas (FIG. 1). A coluna da esquerda trazia uma apresentação da ferramenta e alguns *tweets* recentes. Na coluna da direita era possível encontrar o campo de *login* e uma lista contendo alguns usuários em destaque.

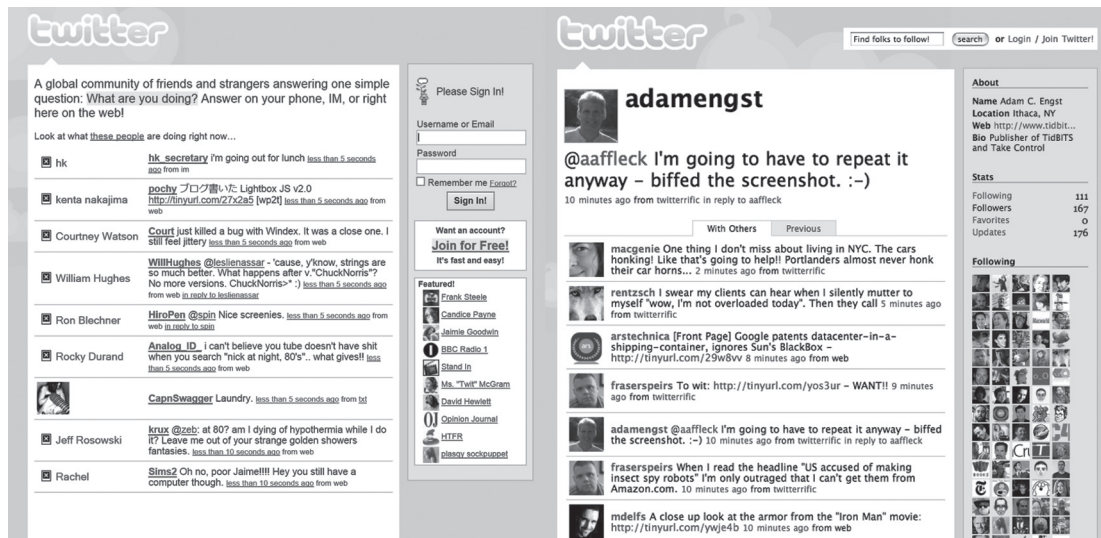


FIGURA 1 – Interface da página inicial do Twitter em 2007 (à esquerda) e perfil de usuário do ponto de vista de um observador não logado (à direita).
Fonte: FAGUNDES, 2014.

Ao acessar o perfil de um usuário, era possível visualizar uma coluna maior à esquerda contendo as últimas postagens do usuário, em destaque, e uma coluna menor com informações sobre o usuário e uma lista de seus seguidores e seguidos (FIG. 1). Após realizar o *login*, o usuário visualizava as últimas atualizações feitas por seus seguidos na ferramenta. O fluxo de conteúdos, assim, era customizado conforme as escolhas do usuário quanto a quem seguir na ferramenta. Desde sua origem, o Twitter permite o estabelecimento de conexões não necessariamente recíprocas: pode-se adicionar alguém como contato, mas não é necessário uma confirmação ou que a outra pessoa siga de volta o usuário.

Em sua *timeline*, o usuário era convidado a responder à pergunta “O que você está fazendo?”, apresentada acima da caixa de texto para postar novos *tweets*. A presença de uma questão relaciona-se com o princípio de incompletude das interfaces sociais.

Interface de 2009

Em 2009, o Twitter passou por um *redesign* bastante significativo, em que elementos como os *trending topics* foram incorporados, ao mesmo tempo em que a pergunta apresentada aos usuários mudou para “O que está acontecendo?”. Nota-se que a simples mudança da pergunta proposta ao usuário traz ao Twitter um foco mais informacional e

jornalístico do que pessoal. Ou seja, anteriormente o sistema voltava-se, principalmente, para o compartilhamento de acontecimentos mais pessoais, em que as pessoas compartilhavam suas ideias e acontecimentos do seu dia a dia e outras informações pessoais. Aos poucos, o Twitter passou a se mostrar como um sistema voltado para a divulgação de notícias, ações e eventos relacionados ao mundo. A transformação foi gradual. Recuero (2009) cita dois exemplos dessa mudança de foco. O primeiro foi o período de campanha presidencial nos Estados Unidos em 2008. As pessoas puderam acompanhar de perto, pela internet, o que os candidatos à presidência Barack Obama e John McCain faziam, onde iam e falavam, e o Twitter era uma das principais ferramentas utilizadas pelos candidatos e seus seguidores. O outro exemplo citado pela autora se refere a uma série de chuvas ocorridas em Santa Catarina, no Brasil, que resultou em uma das maiores catástrofes naturais já vistas no país, também em 2008. O Twitter desempenhou papel fundamental ao articular informações sobre as chuvas de 2008 em Santa Catarina.

Ainda em 2008, o Twitter adquiriu a ferramenta Summize, originalmente um site externo ao Twitter que possibilitava a busca por palavras-chave. Foi o primeiro passo para a implementação da busca na ferramenta e, posteriormente, para a criação dos *trending topics*, uma funcionalidade incluída na ferramenta mediante a observação de como os usuários estavam se comunicando, ao perceber alguns temas que se destacavam dentre o que era abordado na ferramenta. Com os *trending topics*, as notícias e a busca por informações passaram a ter acesso rápido e por um número maior de pessoas.

Essas transformações na ferramenta refletiram-se na interface da tela inicial do site no final de 2009 (FIG. 2), em que era possível perceber um destaque para o campo de busca, e a presença dos assuntos sendo discutidos na ferramenta. O campo de *login* perdeu destaque e passou a estar localizado em um menu escondido no topo da página. A informação passou a ser tão central para a ferramenta que era possível fazer uma busca e consultar tópicos, mesmo sem ter uma conta no site diretamente, a partir da página inicial do Twitter.

A página de usuário logado sofreu modificações significativas em 2010, com a inclusão de listas, *trending topics* e sugestões de quem seguir, bem como a separação da *timeline* a partir de abas como “@Mentions” e “Retweets”, como forma de categorizar informações.

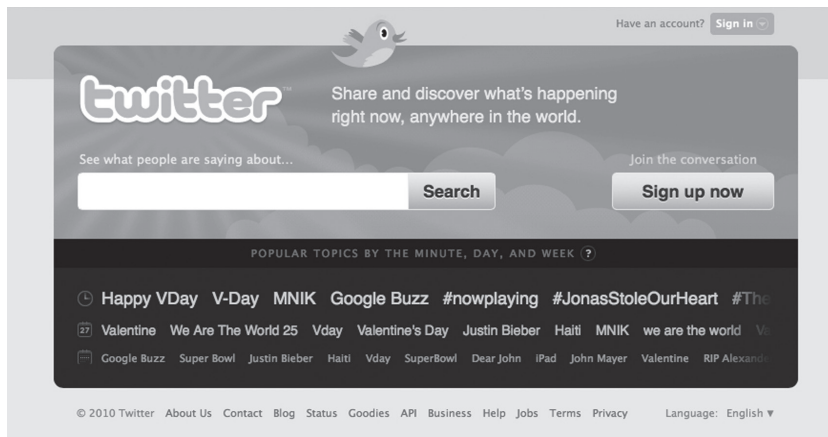


FIGURA 2 – Campo de busca e *trending topics* inseridos logo na página inicial do Twitter em 2009. Fonte: INTERNET archive. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20091103230616/http://twitter.com/>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

Interface atual

A partir de 2012, a interface do Twitter passou por algumas transformações que a deixaram mais parecida com a interface de outros sites de rede social, em especial o Facebook. Os perfis e a *timeline* passaram a permitir a inclusão de fotos. Em vez de contar com um *layout* em duas colunas, como nos anos iniciais, a *timeline* passou a contar com blocos de informações distribuídos em três colunas.

Atualmente, a interface da tela inicial do site está mais limpa e explora a fotografia (FIG. 3). A página inicial possui rotação fotográfica, ou seja, fotos associadas a determinados *tweets* mudam de tempos em tempos. Em vez de uma distribuição em colunas, a foto passa a ocupar o espaço inteiro da tela, e há um box convidando o usuário a fazer *login* ou a se cadastrar no Twitter.

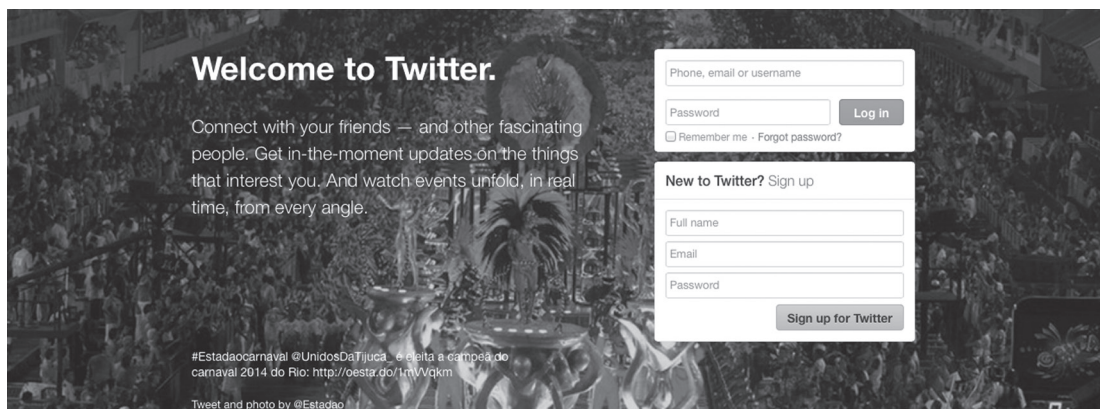


FIGURA 3 – Página inicial do Twitter em 2015. Fonte: TWITTER. Disponível em: <<http://twitter.com/>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

Ao fazer o *login*, pode-se ver a página do usuário dividida em três colunas, com boxes separando as informações, o que facilita a visualização rápida das informações sem que o usuário se perca (FIG. 4). No centro, encontra-se o fluxo de conteúdo, a *timeline* onde todos os *tweets* dos perfis conectados ao usuário logado aparecem. Há a possibilidade de interação através de *retweet*, favoritar e menção. Nessa mesma tela, a primeira opção para interação com o sistema e outros usuários conectados é a pergunta “O que está acontecendo?”. Na coluna da esquerda, é possível encontrar alguns boxes de informação. No primeiro, estão as informações do usuário. Em outro box, é possível localizar uma lista com os *trending topics*. O usuário pode customizar a lista de tópicos conforme sua localização geográfica, podendo optar entre ver os temas em destaque no mundo, em seu país ou na sua cidade.

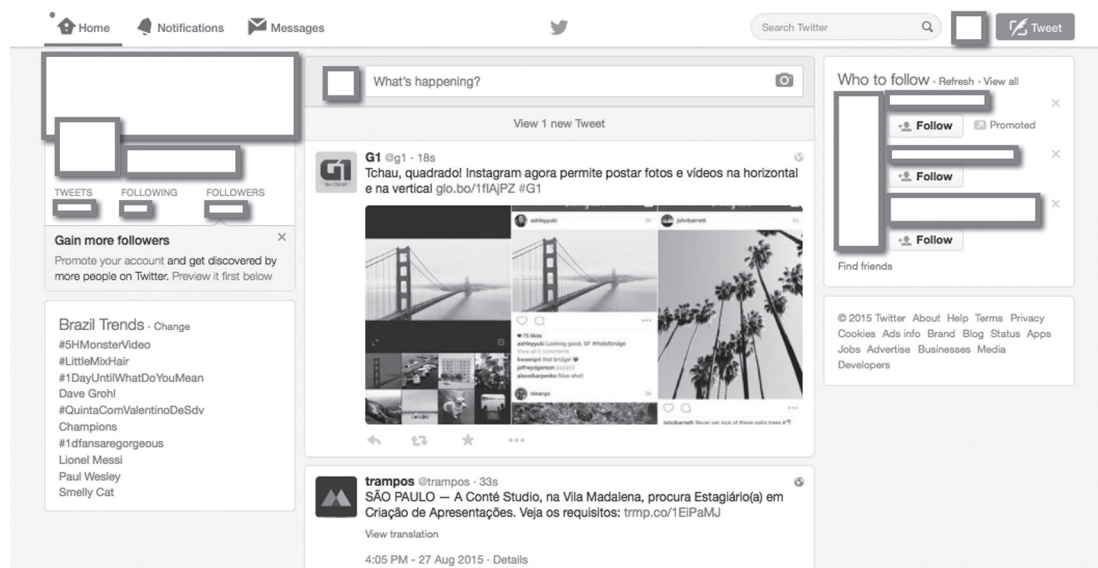


FIGURA 4 – Página do Twitter com o usuário logado em 2015.
Fonte: TWITTER. Disponível em: <<http://twitter.com>>. Acesso em: 27 ago. 2015.

A configuração atual da interface da ferramenta coloca-a próxima a outras interfaces de sites de rede social, como Facebook, Google Plus e Pinterest. Ainda que possuam recursos visuais semelhantes, cada ferramenta apresenta suas especificidades em termos de foco e possibilidades de interação entre usuários. Ainda que alguns elementos sejam persistentes nas interfaces sociais, sua configuração efetiva varia ao longo do tempo (como a análise acima procurou demonstrar) e também conforme o foco principal de cada site.

Conclusão

Procurou caracterizar, neste artigo, um tipo específico de interface digital, as interfaces sociais. Para tanto, valeu-se de revisão histórica e bibliográfica e de uma análise qualitativa de cunho exploratório de uma interface social.

Baseando-se no levantamento bibliográfico, o perfil, as conexões, o fluxo de conteúdos, a linguagem próxima ao usuário, a incompletude e a imersão foram identificados como elementos das interfaces sociais. Esses elementos estão presentes em maior ou menor grau nas interfaces sociais, conforme se tentou demonstrar na da análise das transformações da interface do Twitter ao longo do tempo.

Ainda que alguns elementos tenham sido recorrentes ao longo dos anos (como a presença de perfis, a possibilidade de interagir com fluxos de conteúdo, a visualização das conexões entre os usuários, a linguagem próxima ao usuário e a incompletude), a interface passou por variações na forma como esses recursos eram visualizados e implementados. Se no começo a interação se limitava a postar o que se estava fazendo, aos poucos a ferramenta passou a incorporar recursos que passaram a permitir novas formas de interação com os fluxos de conteúdo (como *retweet* e *hashtags*). Diante da questão “O que está acontecendo?” a ferramenta passou a se configurar como um espaço social que permite a circulação de informações entre os usuários.

Digital design and social interfaces: a study of the Twitter interface

Abstract

The objective of this study was to identify and characterize a specific type of digital interface, i.e., social interfaces. To this end, we started from a theoretical framework that seeks to place social interfaces as a digital interface subtype, characterized by its proximity to concepts like computer-mediated interaction, Internet-based social networking sites, and social networking sites. After defining and identifying the types and elements of social interfaces, a qualitative exploratory study of transformations over the Twitter social networking site over time was carried out. The results show changes over time in the tool's interface, seeking to meet the different needs of the user's social interaction when using Twitter.

Keywords: *Social interfaces. Social networking sites. Twitter.*

Referências

- ALMEIDA, Adriel. *Design de interfaces sociais: projetando uma interface híbrida entre Behance e LinkedIn*. 2014. 96 f. Monografia (Conclusão de Curso) – Curso de Design Digital, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS, 2014.
- BERNERS-LEE, Tim. *Weaving the web*. San Francisco: Harper Collins, 1999.
- BONSIEPE, Gui. *Design: do material ao digital*. Florianópolis: Fiesc, 1997.
- BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social network sites: definition, history, and scholarhip. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Nova Jérsea, v. 13, n. 1, 2007.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia internet*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- CRUMLISH, Christian; MALONE, Erin. *Designing social interfaces*. O'Reilly Media, 2009.
- ELLISON, Nicole; BOYD, Danah. Sociality through social network sites. In: DUTTON, W. H. (Org.). *The Oxford handbook of internet studies*. Oxford: Oxford University Press, p. 151-172, 2013.
- FAGUNDES Renan Dissenha. *A evolução do design do Twitter desde sua criação até hoje*. 2014. Disponível em: <youpix.virgula.uol.com.br/redes-sociais-2/timeline-twitter-design/>. Acesso em: 20 mar. 2015.
- GARRETT, Jesse James. *The elements of user experience: user-centered design for web*. New York: New Riders, 2003.
- GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- INTERNET archive. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20091103230616/http://twitter.com/>. Acesso em: 27 ago. 2015.
- JOHNSON, Steven. *Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- LEMOS, André. *Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- MEMÓRIA, Felipe. *Design para a internet*. Rio de Janeiro: Campus; Elsevier, 2005.
- O'REILLY, Tim. *What is Web 2.0: design patterns and business models for the next generation of software*. O'Reilly Media, 2005. Disponível em: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em: 23 mar. 2014.
- PORTER, Joshua. *Designing for the social Web*. Berkeley: New Riders, 2008.
- PRIMO, Alex. *Interação mediada por computador*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- TWITTER. Disponível em: <http://twitter.com>. Acesso em: 27 ago. 2015.
- VAN DIJCK, José. *The culture of connectivity*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

Enviado em 27 de agosto de 2015.

Aceito em 20 de novembro de 2015.