

Uma proposta de aplicativo #KdNoel: para o desenvolvimento de um projeto cultural¹

Amanda Porto de Oliveira²

Eric Marcel Viana³

Greicy Marianne Lopes Guimarães Cahuana Villegas⁴

Pollyana Ferrari⁵

Sílvio Ferreira da Silva⁶

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP)

Resumo

O objetivo deste artigo é falar sobre o processo de criação do aplicativo #KdNoel. A narrativa transmídia⁷ adotada é justificada, ora pela análise do próprio processo, ora pela linguagem baseada nas propostas de Calvino. A primeira parte identifica os aspectos comportamentais do público-alvo. A segunda visa o processo de criação do design e da estrutura informacional e interativa do sistema. Surgiu, então, a análise dos caminhos trilhados em sua elaboração, explicitando o embasamento teórico para a consecução dos objetivos. Os fulcros são as prescrições de leveza, rapidez, visibilidade, exatidão, multiplicidade e a apresentação do aplicativo como uma proposta de ferramenta pedagógica a ser adaptada para programas de educação à distância onde a base conceitual é a sala de aula invertida, que possibilita ao jovem desempenhar papel de sujeito em sua própria aprendizagem.

Palavras-chave: Geração Z, Processo de Criação, Design de Experiência, Estrutura Informacional Digital.

Introdução

Imaginemos a seguinte cena:

Em um estado brasileiro que pode ser qualquer um, Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, entre outros. Um adolescente estimulado por uma ação urbana coletiva, picha nos muros de um bairro distante do centro, trechos de uma música criada pelo sambista Noel Rosa. O pichador

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Multimídia, GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Amanda Porto de Oliveira, Mestranda em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). E-mail: amanda.porto@gmail.com

³ Eric Marcel Viana, Mestrando em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). E-mail: emvbase@gmail.com

⁴ Greicy Marianne Lopes Guimarães Cahuana Villegas, Doutoranda em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). E-mail: greicy.marianne@yahoo.com.br

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do programada Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). E-mail: pollyana.ferrari@gmail.com

⁶ Sílvio Ferreira da Silva, Mestrando em Tecnologias da Inteligência e Design Digital. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). E-mail: silviof@terra.com.br

⁷ A narrativa transmídia, segundo Henry Jenkins, é o desenrolar de uma história por meio de diversas mídias, sendo que cada novo texto contribui de maneira distinta e valiosa para o todo. Em sua forma ideal, cada mídia deve fazer o que faz de melhor para que seja possível introduzir uma história em diferentes mídias. (JENKINS, 2009, p.429).

copiar a letra a partir de informações acessadas via celular, onde o aplicativo #KdNoel está instalado. O sistema é parte de uma experiência de narrativa transmídia, onde os tempos da geração Z convergem com os tempos de Noel. A letra escolhida é "Onde está a honestidade?", composta por Noel em 1933, em parceria com o também compositor e cantor, Francisco Alves.

Um amigo do adolescente em questão tira imediatamente uma foto do muro pichado e posta no Instagram legendando com as linhas: "...e o povo pergunta com maldade, onde está a honestidade, onde está a honestidade? #parasemprenoel #kdnoel #ondeestaahonestidade #noelrosa100anos". os seguidores curtem⁸ e deixam comentários mostrando indignação com o contexto político atual. Outros expressam admiração pelas palavras escritas e perguntam: "kd noel?" ou "quem é noel?"

Essa cena descrita acima é resultado direto de um exercício feito em uma das disciplinas do programa TIDD/PUC-SP⁹ que originou a criação do aplicativo #KdNoel e que consistiu no desenvolvimento de um projeto cultural que tivesse como objetivo a promoção da obra do Noel Rosa entre os adolescentes da geração Z. Os alunos da disciplina de Design Digital e Ambientes Inteligentes, responsáveis pelo projeto, dividiram-se em seis grupos, sendo que cada grupo foi incumbido pelo desenvolvimento de uma ação específica do projeto. As ações possíveis foram discutidas e definidas da seguinte forma: desenvolvimento de estratégias de marketing para as redes sociais Twitter, Facebook, YouTube e Instagram; construção de um aplicativo; promoção de eventos itinerantes que contivessem shows, exposições e intervenções urbanas; e por fim, um plano maciço de divulgação através de cartazes espalhados pelas principais praças do Brasil.

Primeiramente, todas as ações começaram a ser trabalhadas ao mesmo tempo, o que gerou um problema de incongruência entre elas, já que o escopo do projeto não havia sido definido. Sem diretrizes estabelecidas, cada grupo apresentou uma série de ideias para cada ação que quase não dialogavam entre si. Por outro lado, a liberdade de pensar a ação sem seguir uma diretriz facilitou o desenvolvimento de estratégias que, de modo geral, acabaram por extrapolar o uso do meio, fosse ele uma rede social ou não. No entanto, no caso da construção do aplicativo, tanto a ausência de diretrizes claras sobre o projeto como um todo, quanto a falta de visão do que outras ações teriam como estratégia, tornaram-se um impedimento importante para o desenvolvimento do sistema num dado momento.

⁸ O botão de "curtir" é um recurso onde os usuários podem gostar de certos conteúdos, tais como atualizações de status, comentários, fotos, links compartilhados por amigos, e propagandas.

⁹ Tecnologias da Inteligência e Design Digital, pós-graduação stricto sensu da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

A primeira medida após a identificação dos impedimentos foi determinar uma matriz de escopo para o projeto que contivesse, além dos significados e objetivos intrínsecos, a descrição em detalhe do público-alvo, o contexto de uso do meio tecnológico e, por fim, o inventário do conteúdo que poderia ser explorado. De certo modo, essas medidas facilitaram decisões referentes à plataforma de uso, aos sistemas operacionais adotados e à linguagem de programação. A leitura da matriz permitiu que o consumo do aplicativo pudesse ficar exclusivo ao uso dos celulares, *gadget* incorporado inteiramente à rotina da geração Z.

Herbert Marshall McLuhan, em seu livro *A Galáxia de Gutenberg*, cita pela primeira vez o termo “aldeia global” (1962, p. 37) indicando que as novas tecnologias eletrônicas tendem a encurtar distâncias e que o progresso tecnológico tende a reduzir todo o planeta à mesma situação que ocorre em uma aldeia: um mundo em que todos estariam interligados.

A preocupação dos soviéticos com os resultados dos meios de comunicação é natural em qualquer sociedade oral, onde a interdependência resulta da interação imediata de causa e efeito na estrutura total. Tal é o caráter de uma aldeia ou, desde o aparecimento dos meios de comunicação eletrônica, tal é o caráter da aldeia global. (MCLUHAN, 1962, p. 37)

A geração Z extrapola esse conceito, pois nasce dentro de um contexto histórico onde o mundo consome há pelo menos duas décadas, dispositivos eletrônicos interligados de forma maciça. A tribo dessa geração cria uma relação de interdependência total do objeto, tanto como uma forma de identificação, quanto como um meio de comunicação e de elo com os outros.

Outras decisões tomadas em virtude das diretrizes relacionadas ao comportamento hedonista do público foram: a adoção dos dois sistemas operacionais líderes de mercado (iOS da Apple e Android do Google) para abrigar o aplicativo e o desenvolvimento do sistema usando uma linguagem de código-fonte aberto. Com relação aos sistemas operacionais, Google e Apple dominam juntas quase que a totalidade da audiência em questão¹⁰.

Já as vantagens do uso do HTML 5¹¹ podem ser enumeradas começando pela listagem de comandos/codificações abertos e com documentação e exemplificação fartas na internet, sendo dessa

¹⁰ No 4º trimestre de 2014, o *market share* dos fornecedores foi de: Android (76,6%), iPhone OS (19,7%), Windows Phone (2,8%) e Blackberry (0,4%). Fonte: *International Data Corporation*, 2015. IDC é uma empresa americana desenvolvedora de pesquisas de mercado, análise e consultoria, especializada em tecnologia da informação, telecomunicações e tecnologia de consumo.

¹¹ HTML5 (Hypertext Markup Language, versão 5) é uma linguagem para estruturação e apresentação de conteúdo para a World Wide Web. W3C Editor's Draft. Disponível em:

<<http://www.w3.org/html/wg/drafts/html/master/introduction.html#introduction>>. Acesso em: 08 jun. 2015.

maneira mais fáceis de serem implementados, se comparados com o modelo oferecido para aplicativos nativos, desenvolvidos especificamente para a plataforma, e que em função da sua natureza complexa, são custosos. A linguagem é multiplataforma, ou seja, não há a necessidade de recriar o mesmo aplicativo para diferentes sistemas operacionais. Aplicativos *web* podem usar linguagens como Java Script¹², CSS¹³ ou outros, que possam funcionar em qualquer sistema operacional. E por fim, a atualização do aplicativo é rápida e abrangente, portanto torna-se desnecessário validar versões de desenvolvimento pelas lojas virtuais ou ter que esperar o usuário baixar uma nova versão do sistema.

O foco desse artigo concentra-se justamente na construção de um meio tecnológico cuja natureza informacional é consumida de forma complexa e não-linear, e que no entanto, apresenta uma estrutura inteiramente conectada entre si. Ítalo Calvino, em seu livro “Seis Propostas para o Próximo Milênio” (2010), defende através do conceito da multiplicidade, um modelo de romance que permite a leitura de várias narrativas de uma mesma história. Em outro momento, ele também menciona que um longo romance pode ser constituído de várias histórias que se cruzam, fazendo apologia a uma rede. O autor finaliza a proposta da multiplicidade

O modelo das redes dos possíveis pode, portanto se concentrar nas poucas páginas de um conto de Borges, como pode constituir a estrutura que leva a romances extensos ou extensíssimos, nos quais a densidade de concentração se reproduz em cada parte separada. Direi, no entanto, que hoje a regra da “escrita breve” é confirmada até pelos romances longos que apresentam uma estrutura acumulativa, modular, combinatória. (CALVINO, 2010, p.134)

No decorrer do texto, outras propostas de Calvino, como leveza, rapidez e visibilidade, serão exploradas para a construção do aplicativo.

Por outro lado, Henry Jenkins (2011) cita alguns aspectos que devem estar presentes em projetos que carregam consigo a alcunha de narrativa transmídia. Segundo Jenkins, o conteúdo transmídia deve incluir a oferta de uma história prévia da narrativa, um mapa do mundo retratado, os pontos de vista de outros personagens participantes da ação e precisa depender da interação dos usuários/fãs para seu desenvolvimento.

¹² JavaScript é uma linguagem de programação do lado cliente, ou seja, é processada pelo próprio navegador. (Mozilla Developer Network. Disponível em: <https://developer.mozilla.org/pt-PT/docs/Web/JavaScript/O_que_%C3%A9_o_JavaScript>. Acesso em: 09 jun. 2015).

¹³ *Cascading Style Sheets* (ou simplesmente CSS) é uma linguagem de folhas de estilo utilizada para definir a apresentação de documentos escritos em uma linguagem de marcação, como HTML. Seu principal benefício é prover a separação entre o formato e o conteúdo de um documento. (W3C Editor's Draft. Disponível em: <<http://www.w3.org/TR/REC-CSS2/cover.html>>. Acesso em: 08 jun. 2015).

Geração Z

Tendo como objetivo criar um evento sobre a obra de Noel Rosa para o público em geral, mas tendo a geração Z como ponto focal, o projeto procura, antes de tudo, conhecer um pouco mais sobre esta geração: quem é, como se posiciona no mundo e o que lhe apetece consumir e, principalmente, nesse consumo, o que lhe seduz.

Através dos motes e fraseados de Noel e os instrumentos a serem utilizados para apresentá-los ao nosso público alvo, esse evento vai resultar numa comparação com a produção musical de hoje e, em decorrência, uma reflexão dos jovens sobre seu estar no mundo e os mundos que existem e existiram para que o deles fosse possível.

Procurou-se estabelecer a ligação entre o artista e essa geração, utilizando as ferramentas disponíveis que possam despertar nela o desejo de saber mais, o que, em última instância, é o objetivo de todo o processo educativo.

O grande desafio é elaborar um trabalho de acordo com as necessidades dessa geração, entendendo seus ideais e contribuir para a interação entre seus membros tendo Noel como mote. Foi estabelecida desde o início a premissa de que, tal conquista de público, deverá ocorrer, na medida do possível, sem usar as moedas de troca tradicionais presentes em sala de aula, sala essa à qual essa geração se mostra tão arredia, através de seu comportamento de negação manifestado de múltiplas formas.

"[...] 20% possuem falta de atenção e responsabilidade, enquanto que 17% faltam com respeito, 15% são de difícil comunicação, 13% apresentam falta de interesse, 6% são mimados, 5% não estão inteirados com o que acontece na sala de aula e 4% são preconceituosos [...]" (TOLEDO; ALBUQUERQUE; MAGALHÃES, 2012, p.10).

Apesar das imprecisões inerentes a esse tipo de classificação, podemos vincular à geração Z todas aquelas pessoas nascidas no início da década de 90. Essas pessoas nasceram no contexto da transformação dos processos comunicacionais, onde, repentinamente, tudo se exacerbou. Repentinamente porque, apesar do *boom* ter sido produto de um processo que não se deu da noite para o dia, também é verdadeiro que, em termos históricos (e sociais), isso se deu de forma abrupta. Passou-se de um estágio em que os emissores eram poucos e os receptores muitos, para outro em que todos se tornaram emissores e receptores: era um novo estágio da Era da Internet, tendo agora a geração Z como protagonista.

"[...] Internet, Web e redes sociais contribuíram para ampliar as possibilidades de participação efetiva das pessoas no desenvolvimento e circulação de conteúdos pelo mundo. Além disso, o entremear das velhas mídias com as novas mídias fez com que a fronteira entre emissor e receptor fosse gradualmente modificada, consolidando um cenário contemporâneo em que convivem tanto o consumidor/receptor de informações da mídia de massa, bem como um sujeito ativo e produtor de informações, que estabelece novas lógicas de interação e participação com os meios digitais de comunicação[...]" (COSTA; GALLO; HEIMANN, 2013, p.10)

A era da Internet pode ser definida como aquela em que o acesso às redes de comunicação desenvolveu uma hipertrofia, proporcionada pela evolução tecnológica e a facilitação do seu acesso a camadas da população historicamente excluídas dele. Nesse meio, com a Internet já institucionalizada, encontra-se a geração Z num estado simbiótico com seus *gadgets*¹⁴. Essa geração conectada à rede por meio do computador pessoal, notebook, celular, tablet, etc, é a que abandonou as mídias tradicionais e coloca em risco a própria existência de tais mídias.

O termo Geração Z provém de zapear, palavra que define mudanças rápidas e repetidas, comumente usadas para fazer referência a fatores tecnológicos, tais como a televisão e o rádio. Essa geração está chegando agora ao mercado de trabalho. Crescendo, desfrutando do acesso à internet, é totalmente integrada aos smartphones¹⁵, computadores, jogos eletrônicos, e têm a sua disposição toda informação desejada e tecnologias existentes em alta velocidade.

"[...] Formada por indivíduos constantemente conectados através de dispositivos portáteis e, preocupados com o meio ambiente, a Geração Z não tem uma data definida. Pode ser integrante ou parte da Geração 'Y', já que a maioria dos autores posiciona o nascimento das pessoas da Geração Z entre 1990 e 2010. O Z vem de 'zapear', ou seja, trocar os canais da TV de maneira rápida e constante com um controle remoto, em busca de algo que seja interessante de ver ou ouvir ou, ainda, por hábito. 'Zap', do inglês, significa 'fazer algo muito rapidamente' e também 'energia' ou 'entusiasmo' [...]" (TOLEDO; ALBUQUERQUE; MAGALHÃES, 2012, p.3).

Diferentemente da geração que a antecedeu (a geração Y), em que a Internet supria a demanda por *feedback*, a geração Z interage e também protagoniza. Essa geração está identificada com velocidade (de acesso à informação), multitarefa e integração tecnológica. Decorrentes disso, seus integrantes caracterizam-se por serem ansiosos, ambiciosos, impulsivos e dinâmicos.

¹⁴ Dispositivos eletrônicos portáteis como PDAs, celulares, *smartphones*, leitores de MP3, entre outros

¹⁵ Um telefone móvel que realiza muitas das funções de um computador. Geralmente possui uma interface de tela sensível a toques, acesso a Internet e um sistema operacional capaz de executar programas de terceiros instalados através de lojas de aplicativos. (OXFORD UNIVERSITY PRESS..., s.n. Disponível em: <<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/smartphone>>. Acesso em: 30 maio 2015.

Os jovens desta geração Z têm o hábito de permanecer quase que constantemente conectados à rede e direcionam suas atividades majoritariamente a esses espaços de relacionamento. Eles somente se interessam por informações de natureza jornalística quando elas são suscitadas em listas de discussões que os remetam a blogs e sites de notícias. Todos estes meios, por sua vez, remetem ao Facebook, Twitter, etc. De modo acrítico, os jovens pertencentes a essa geração confiam nas informações postadas nesses locais.

"[...] A maioria do tempo procuram entretenimento e meios de manter relacionamentos com o seu grupo de relacionamento ou criar novos contatos. A informação regional, muitas vezes é consumida por eles, mas em muitos casos somente acontece se aparecer em lista de discussões; fato este que pode levar a acessar blogs e sites de notícias... Este comportamento pode justificar o fato de serem os blogs noticiosos da cidade e região os mais acessados em relação a outros meios, além do mais praticamente todos estes têm facebook e twitter, o que contribui para a audiência deste público[...]" (NONATO; PIMENTA; PEREIRA, 2012, p.9).

Na maior parte do tempo procuram entretenimento e meios de manter relacionamentos com o seu grupo ou criar novos contatos. O indivíduo da geração Z sente-se onipresente (e, de certa forma, é) e caracteriza-se por um comportamento egocêntrico, voltado unicamente para a perseguição dos seus próprios interesses, alienando-se do mundo exterior.

Esse egocentrismo talvez seja decorrente da sensação de onipotência que a tecnologia lhe proporciona, pois, diferentemente das gerações anteriores, a Z se vê no centro do processo social, não tendo identidade com aquela figura de receptor passivo que caracterizou a maior parte das gerações anteriores. Essa geração está cercada de opções midiáticas e quase todos os seus integrantes estão conectados a alguma rede social, possuem telefones celulares e (ainda que não majoritariamente) navegam pela Internet utilizando tais aparelhos. A maioria não tem paciência para leitura, condicionados que estão a imagens e textos telegráficos.

Design da experiência

Falar do processo de construção de um meio tecnológico é conhecer profundamente o público-alvo e entender quais são os contextos que ligam o público ao projeto cultural como um todo.

Em seu livro *Experience Design: Technology for All the Right Reasons* (2010), Marc Hassenzahl afirma que as experiências do público com produtos, feitas através de mediação tecnológica, são tão ou talvez mais importantes para o processo de criação do sistema, do que o sistema ou a usabilidade em si.

De acordo com o autor, a experiência mediada pelo sistema pode ser dividida em duas partes. A primeira parte trata do exato momento em que uma pessoa interage com o meio tecnológico, e onde ela fica completamente absorvida pela tarefa de desvendar do que se trata e de como funciona o sistema, explorando-o através do toque, do uso, da navegação e do design. Nesse momento, a estética da interação se torna preponderante, ou seja, a beleza e a eficiência implícita na interação com o sistema é o que conta. A segunda parte trata da consciência de uso do produto somada ao que isso representa para a pessoa resultando numa experiência individual. Neste momento é construída uma narrativa com começo, meio e fim dentro da mente da pessoa, e que acaba por se tornar a verdade ou a percepção que se tem do produto.

É desse modo que o designer passa a ser um contador de histórias. O designer deve aderir a competência de ressaltar o que é importante. O protagonista da história é a experiência resultante da interação da pessoa com o produto, e não o sistema em si. Hassenzahl afirma:

Este é o desafio que designers e fornecedores de produtos interativos enfrentam: o design da experiência ou a experiência do usuário não é sobre um bom desenho industrial, ou sobre ser *multi-touch* ou sobre o design digital de interfaces. O design da experiência trata de transcender o material. É sobre a criação de uma experiência através de um dispositivo. (HASSENZAHL, 2014)

A satisfação e o prazer fazem com que a experiência valha a pena, ou seja, no final ela será absorvida pelo público. O divertimento também precisa estar atrelado à essa satisfação, mas sempre conectado por um sentido. E por fim, a otimização da eficácia e da eficiência do sistema não servem como objetivos em si.

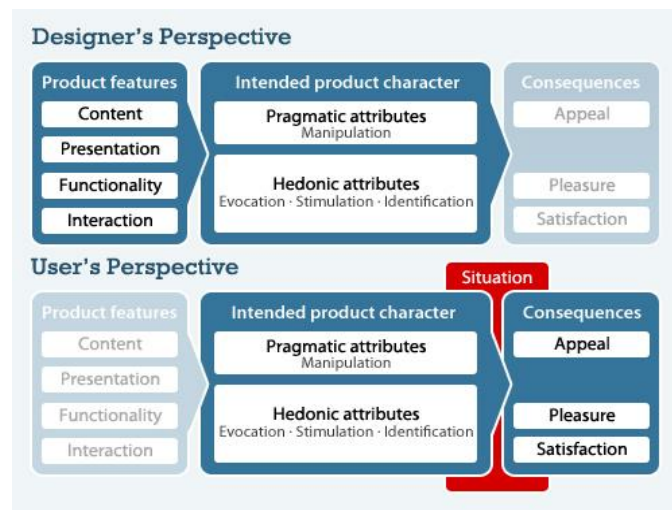


Figura 01- Gráfico ilustrando as diferentes perspectivas do designer e do usuário com relação ao sistema. O quadro em vermelho destaca a área da qual o design de experiência dá ênfase.
 Fonte: *Funology: from Usability to Enjoyment* (2004, pg 32)

Marc Hassenzahl (2010) desenvolveu um modelo onde é possível a visualização das perspectivas do usuário e do designer com relação ao produto. No caso do usuário, a experiência é a consequência desses atributos somada ao contexto em que o produto é utilizado.

Os atributos podem ser agrupados em quatro categorias principais: manipulação, identificação, estímulo e evocação. Essas categorias podem ser divididas entre atributos pragmáticos e atributos hedonistas, considerando que os atributos pragmáticos estão relacionados com o uso e a função do produto na prática, já os atributos hedonistas estão relacionados com o bem-estar psicológico do público. Compreender a divisão pode ajudar a projetar produtos e serviços em relação ao design da experiência.

No caso do projeto cultural #KdNoel, o processo criativo de construção do aplicativo foi, de certo modo, planejado para identificar e ressaltar, dentre os hábitos de vida e de consumo da geração Z, as experiências comportamentais que dariam sentido ao desenvolvimento do projeto em si, servindo também de justificativa para uma mediação tecnológica entre a obra do Noel Rosa e o público.

A estrutura informacional do #KdNoel

Para um vislumbre inicial da estrutura do aplicativo foi feita a inserção das estratégias de marketing das outras ações, à essa altura já definidas e incorporadas ao escopo do projeto. O entrelace feito entre as ações do projeto, a obra do artista e os contextos de uso serviram como

base para a criação de uma primeira versão do fluxograma do aplicativo. Dessa forma, a existência do sistema pôde de fato ser justificada, já que se torna possível oferecer ações exclusivas, pensadas para tirar proveito máximo das especificidades de um sistema com inúmeras possibilidades tecnológicas, e também servir de apoio à outras ações dentro e fora do aplicativo.

As áreas pensadas e discutidas foram às seguintes:

- “Rolê pela Vila”: passeio virtual interativo pela Avenida Boulevard 28, situada no bairro de Vila Isabel no Rio de Janeiro, local de nascimento do compositor. O principal intuito do recurso é oferecer um ambiente de imersão, onde o público possa se deslocar livremente pela avenida virtual, consultando lugares importantes referentes à história do artista. O hoje e o ontem se convergem através de recursos que possibilitam a visualização de um mesmo espaço urbano na década de 30 e na contemporaneidade, revelando intervenções em muros pixados, novas construções, estados de degradação e de conservação de edifícios históricos, além das calçadas musicais. Esses espaços previamente escolhidos servem para ilustrar a história de Noel, enquanto um vasto conteúdo sobre a obra do artista pode ser acessado através de vídeos, fotos e trechos de canções. A atividade social relacionada será captada via *hashtag* e é vista em pontos estratégicos do passeio. A narração é do Rolê Carioca, movimento responsável por uma série de passeios históricos na cidade do Rio de Janeiro. O conteúdo explorado não passa somente pela obra do Noel, mas também por outras ações geradas a partir do projeto como: depoimento de curadores, shows, performances, exposições e registros de intervenções artísticas. Os recursos tecnológicos para esta funcionalidade também não se restringem ao HTML 5 e à integração com banco de dados e redes sociais. A reprodução da Avenida Boulevard 28 da década de 30 fez com que a opção pela modelagem em 3D fosse essencial, possibilitando o uso de cores e intervenções espaciais de atores e músicos.
- “Fala Noel”: simulação de um bate-papo com o próprio Noel, onde é possível ouvi-lo dando conselhos para o público através de trechos cantados das suas músicas. A interação se dá através da manifestação dos sentimentos por parte do usuário que cruza

*emoticons*¹⁶ (tristeza, paixão, indiferença, alegria) com situações do cotidiano dele (namoro, balada, paquera, celular, rolês, escola). A interface da funcionalidade fica bem próxima a de um aplicativo de bate-papo, onde há de um lado o Noel e do outro, o usuário. Os áudios vêm acompanhados de link para a letra completa, para a rádio do músico no *Spotify*¹⁷ e para uma breve contextualização da letra com relação à época atual, além de opções básicas de compartilhamento.

- “Ocupação Noel Rosa”: agenda completa de eventos itinerantes planejados para funcionarem dentro de um espaço urbano que proporcione interação total entre a obra do artista e o público. Entre as ideias pensadas e discutidas em sala, surgiram ações como: shows misturando artistas da geração Z com artistas de vanguarda, intervenções artísticas de pichadores locais e do público em espaços urbanos consentidos pelas prefeituras, exposição interativa sobre Noel Rosa, realização de encontros com os curadores do projeto para palestras abertas sobre o artista e o projeto, projeção 4D misturando imagens e vídeos do projeto e do artista. As cidades escolhidas foram São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba, Goiânia, Campo Grande, Manaus, Belém, Fortaleza, Recife, João Pessoa, Salvador e Brasília. Conforme a geolocalização do usuário, torna-se possível uma diferenciação gráfica dos eventos mais próximos. Opções básicas de compartilhamento, favoritamento e notificação de eventos estão programadas para esta área como recursos de apoio.

As três áreas mencionadas acima formam os alicerces que justificam a existência de uma mediação tecnológica entre o público e a obra do Noel. Conceitualmente, esses alicerces permitem ao público três tipos de participações de suma importância para o projeto. O primeiro tipo de participação diz respeito à realimentação do projeto, característica presente em todas as ações, inclusive no aplicativo. Esse item pode ser percebido tanto pelo uso ostensivo das redes sociais por parte do público para a divulgação do conteúdo e das funcionalidades do aplicativo, quanto pela consulta dos eventos itinerantes que já foram (forma de arquivo) ou que virão (forma de agenda). O segundo tipo de participação é caracterizado pelo uso pedagógico e

¹⁶ Forma de comunicação paralingüística, um emoticon, palavra derivada da junção dos seguintes termos em inglês: *emotion* (emoção) + *icon* (ícone) é uma sequência de caracteres tipográficos que traduz ou quer transmitir o estado psicológico, emotivo, de quem os emprega, por meio de ícones ilustrativos de uma expressão facial. Fonte: Smiley Lore ;^), Scott E. Fahlman (www.cs.cmu.edu/~sef/sefSmiley.htm). Acesso em 15 de maio de 2015.

¹⁷ *Spotify* é um serviço de música comercial em *streaming* provido de restrição de gestão de direitos digitais. Fonte: NYT, Ben SISARIO; Brian CHEN (www.nytimes.com/2015/03/26/). Acesso em 18 de maio de 2015.

imersivo que se faz do aplicativo, através do consumo de recursos que possam entreter, e ao mesmo tempo, educar sobre Noel Rosa. E por fim, o último tipo de participação esperada, revela o público como um agente transformador dentro do ambiente em que convive, podendo o mesmo se apropriar do conhecimento recém adquirido para influenciar outros ao seu redor ou para lançar novos olhares sobre a obra Noel Rosa.

Em seu livro “*Tapworthy*”, Josh Clark (2010) afirma que um aplicativo essencialmente precisa oferecer: um formato de entretenimento que faça sentido para o público; tarefas curtas e objetivas, compostas de ações que possam ser finalizadas, e não interrompidas; e por fim, o uso inteligente dos recursos de identificação, que não só o de localização, mas também o de vozes, cores, sons, movimentos, e outros. Nesse ponto, as propostas de Calvino podem facilmente se confundir com as propostas de Clark somadas aos alicerces criados para a construção do aplicativo. ”Rapidez” na execução da tarefa, “multiplicidade” na adaptabilidade do sistema conforme a mudança de ambiente, “visibilidade” na participação do público, “exatidão” no oferecimento de conteúdo de acordo com a demanda e “leveza” se considerarmos o tom da linguagem adotado e o tom da geração Z. Calvino afirma:

A leveza para mim está associada à precisão e à determinação, nunca ao que é vago e aleatório. Paul Valéry foi quem disse: *Il fat léger comme l’oiseau, et non comme la plume* [É preciso ser leve como um pássaro e não como a pluma.] (CALVINO, 1990, p.2)

No que se refere à estética da interação, o aplicativo segue uma linha de navegação composta por um menu, que dá acesso à todas as áreas. O usuário, ao abrir o aplicativo, tem um resumo dos próximos eventos, dos destaques do projeto e dos recursos tecnológicos desenvolvidos especialmente para o sistema. O aplicativo também é composto por outras opções que são acessadas via menu. São elas: acesso às redes sociais como Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, onde o projeto está representado; tela que engloba os motivos da criação do projeto e a apresentação dos curadores; e por fim, tela com as configurações do sistema.

Tanto a criação dos rótulos que descrevem as funcionalidades, quanto os textos usados, foram pensados para tornar o sistema o menos árido possível. Ao mesmo tempo, houve um cuidado para que não fossem adotadas gírias regionais. A opção por uma linguagem informal, objetiva e curta, como se um adolescente estivesse dialogando com outro, faz também com que o sistema adquira um verniz afetivo. A exploração de aspectos emocionais nesse ponto remete novamente aos motivos para a construção de um mediador tecnológico capaz de traduzir a obra do artista, e que, ao se comunicar com o público, o fizesse de maneira despreziosa.

Por outro lado, rótulos como “Rolê pela Vila”, “Fala Noel” e “KdNoel” se apropriam de uma linguagem característica de uma geração, Ao falar da exatidão, Calvino defende que a linguagem casual, descuidada e aproximativa se compara a uma epidemia de peste corroendo todos os campos da linguagem. No entanto, mais adiante, o mesmo o autor afirma que “[...] o emprego correto da linguagem é justamente aquele que permite uma aproximação das coisas (presentes ou ausentes) com discrição, atenção e cautela, respeitando o que as coisas comunicam sem o recurso das palavras.” (CALVINO, 1986, pg.80)

Conclusão

Ao realizar o exercício de criação do aplicativo #KdNoel fica claro que a Geração Z é público alvo complexo de ser atingido e atendido de forma eficaz. Fica claro, também, que textos longos não fazem parte de seu hábito de leitura e que tal hábito fica restrito ao que seu círculo de relacionamentos nas mídias sociais publicam. A Geração Z sente-se onipotente com base em seu acesso "ilimitado" às informações presentes nas redes. Essa onipotência causa outro efeito bastante notório, os indivíduos tornam-se menos conectados com qualquer elemento, aplicativo, imagem, vídeo ou gráfico que lhes sejam mostrados. Para ter resultados expressivos de aprendizado, memória e compartilhamento é preciso engajar a Geração Z no fluxo de operações do aplicativo. É preciso fazer com que criem conteúdos e lhes dar ferramental que permita multiplicar esse conteúdo ampliando o alcance a outros indivíduos Z.

Viu-se que é possível criar um aplicativo a partir da integração entre estratégias para diferentes redes sociais, porém, tal trabalho precisa ser realizado dentro de um escopo sólido e tendo como metas as necessidades do público alvo somadas a importantes decisões sobre tecnologia, linguagens de programação, design gráfico e de experiência de uso que permitam ao mesmo tempo: a redução de custos, a aceleração de produção, a correção de possíveis problemas e a maior compatibilidade possível dentro do vastíssimo parque de aparelhos e sistemas operacionais diferenciados existentes no mercado e em posse dos jovens da Geração Z. É preciso se preocupar com a habilitação e funcionamento dos serviços nesse parque gigantesco de aparelhos optando sempre por tecnologias de produção abertas e nunca se restringindo a soluções proprietárias que privilegiem este ou aquele indivíduo baseado no recurso eletrônico que cada um disponha.

Não foi objetivo do exercício de criação, nem deste artigo, entregar uma caixa com solução pronta para todos os percalços encontrados e relacionados a criação de elementos de mídia, digital ou não, para os indivíduos da Geração Z. Acredita-se que a reunião de informações aqui inseridas e tratadas podem se tornar um ponto de partida que permita auxiliar na validação de propostas e a encontrar novas soluções que possam aumentar o índice de aceitação, uso e multiplicação de elementos criados na busca do resgate da memória e do aprendizado.

Referências Bibliográficas

- CALVINO, Ítalo. **Seis propostas para o próximo milênio: lições americanas**. 3. ed. São Paulo-SP: Companhia das Letras, 2010. 144 p. Tradução de Ivo Barroso.
- CLARK, Josh. **Tapworthy: Designing Great iPhone Apps**. Sebastopol, CA: Ed. O'Reilly, 2010.
- COSTA, Alan Q.; GALLO, Ana Alice V.; HEIMANN, Candice. **A emergência da concepção do prosumer na era da comunicação digital**. 2013. 100 f. Monografia (Especialização) - Curso de Ciências da Comunicação, Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <http://ccvap.futuro.usp.br/TMP_UPLOAD/files/tc-secs1394120351170__nusp1111111.pdf>. Acesso em: 27 maio 2015.
- HASSENZAHN, Marc. User Experience and Experience Design. In: MADS, Soegaard; DAM, Rikke Friis (Ed.). **The encyclopedia of human-computer interaction**. 2. ed. Aarhus, Denmark: The Interaction Design Foundation, 2014. Cap. 3, p. 3. Versão online da obra impressa. Disponível em: <https://www.interaction-design.org/encyclopedia/user_experience_and_experience_design.html>. Acesso em: 03 jun. 2015.
- HASSENZAHN, Marc. **Experience Design: Technology for All the Right Reasons**. Morgan and Claypool Publishers. 2010.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. 2. ed. São Paulo-SP: Aleph, 2009. Tradução de Susana Alexandria.
- _____. **Transmedia 202: further reflections**. 2011. Disponível em: <http://henryjenkins.org/2011/08/defining_transmedia_further_re.html>. Acesso em: 28 maio 2015.
- MCLUHAN, Marshall, **A galáxia de Gutenberg; a formação do homem tipográfico**. Tradução de Leônidas Gontijo de Carvalho e Anísio Teixeira. São Paulo: Editora Nacional, Editora da USP, 1972. 390p.
- NONATO, Murillo Nascimento; PIMENTA, Thaís Ariane Ferreira; PEREIRA, Francis José. Geração z: os desafios da mídia tradicional. In: XIV CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 14., 2012, Recife-PE. **Anais... . 2012: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2012. v. 1, p. 1 - 10**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2012/resumos/R32-1349-1.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2015.

TOLEDO, Priscilla Bassitt Ferreira; ALBUQUERQUE, Rosa Almeida Freitas; MAGALHÃES, Àvilo Roberto de. **O comportamento da geração z e a influência nas atitudes dos professores.** In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 9., 2012, Resende-rj. Resende: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2012. p. 1 - 15. Disponível em: <<http://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/38516548.pdf>>. Acesso em: 27 maio 2015.