

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
NÍVEL MESTRADO**

**BÁRBARA ZILDA GREBIN**

**PINTEREST COMO INTERFACE CULTURAL:  
De Escavações a Molduras**

**SÃO LEOPOLDO**

**2014**

**BÁRBARA ZILDA GREBIN**

**PINTEREST COMO INTERFACE CULTURAL:  
De Escavações a Molduras**

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS

Área de Concentração: Mídias e Processos Audiovisuais

Orientador: Prof. Gustavo D. Fischer

SÃO LEOPOLDO

2014

G788p Grebin, Bárbara Zilda

Pinterest como interface cultural: de escavações a molduras / Bárbara Zilda Grebin -- 2014.

136 f. :il. color. ; 30cm.

Dissertação (mestrado) -- Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Programa de Pós-Graduação em comunicação, São Leopoldo, RS, 2014.

Orientador: Prof. Dr. Gustavo D. Fischer.

1. Comunicação. 2. Interface cultural. 3. Pinterest. 4. Comunicação digital. 5. Mídia digital. I. Título. II. Fischer, Gustavo D.

CDU 659.3

Catálogo na Publicação:  
Bibliotecário Eliete Mari Doncato Brasil - CRB 10/1184

BÁRBARA ZILDA GREBIN

"PINTEREST COMO INTERFACE CULTURAL: DE ESCAVAÇÕES A MOLDURAS"

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS.

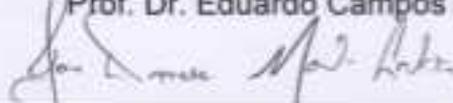
Aprovada em 28 de março de 2014

BANCA EXAMINADORA



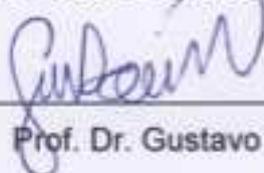
---

Prof. Dr. Eduardo Campos Pellanda – PUCRS



---

Prof. Dr. João Damasceno Martins Ladeira – UNISINOS



---

Prof. Dr. Gustavo Daudt Fischer – UNISINOS

*Aos meus pais, João e Déci,  
com todo o meu amor e gratidão.*

## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, João e Délcil, por todo o amor e o apoio incondicionais que sempre recebi, em todos os momentos de minha vida, e com os quais eu sei que sempre poderei contar.

À minha avó, Zilda, de quem herdei o nome (e uma leve hipocondria), pela compreensão dos meus momentos de ausência e pelo sorriso carinhoso com o qual me presenteia quando me vê.

À minha irmã de pelos, Mel, por ter me emprestado seu nome para efetuar os cadastros necessários para a realização desta pesquisa e pela alegria com que sempre me recebe.

Ao meu “GT de entretenimento”, amigo e namorado, Gabriel Tadeu, pelos momentos de desabafo e de consolo, ao longo do mestrado, e, principalmente, por seu otimismo e sua parceria que tornam a minha vida melhor.

Às minhas amigas-irmãs, Ângela e Tamara, pelas mensagens e palavras de incentivo e de carinho, mais especificamente durante o processo desta dissertação, e pela amizade, afeição e apreço que me dão a certeza de que nunca estou sozinha.

Às minhas colegas de mestrado e amigas superpoderosas, Camila (Docinho) e Naiá (Florzinha), que desde o nosso primeiro dia de aula me acolheram e me ajudaram pelos caminhos loucos e desconhecidos da área da comunicação.

Ao meu orientador, Gustavo D. Fischer, pela presteza e pela excelência nas nossas orientações (presenciais e virtuais), mas sobretudo, pela sensibilidade e pela paciência ao lidar com as minhas limitações (pessoais e acadêmicas); definitivamente, *the right man for the job*.

*“Heráclito de Éfeso sobre a natureza:  
‘ninguém pode banhar-se duas vezes nas águas do mesmo rio’,  
porque o rio está em constante mudança, mas mais ainda,  
porque também o está quem nele mergulha.  
Tudo flui e nada permanece, tudo dá forma e nada permanece fixo.  
Você não pode pisar duas vezes no mesmo rio,  
pois outras águas e ainda outras, vão fluir”.*

Steven Savitt

## RESUMO

Esta pesquisa tem por objetivo, a partir de um olhar comunicacional e tecnocultural, compreender de que forma o site Pinterest, tendo como base o exame das suas principais lógicas operativas, atualiza o conceito de interfaces culturais cunhado por Manovich (2001). Para o desenvolvimento deste problema de pesquisa, inicialmente, realiza-se uma explicação das abordagens e dos procedimentos metodológicos, inspirados em um agir arqueológico, seguida de um apanhado sobre o conceito de interface por meio de algumas concepções em torno do termo, até se chegar ao conceito-chave desta dissertação, interface cultural. Com isto, avança-se sobre a instrumentalização da pesquisa, por meio da escavação de imagens e da identificação de molduras (KILPP, 2010), sucedido de análise de material empírico coletado e agrupado em três constelações nomeadas como HCI, plasticidade e atravessamentos entre produtos culturais on-line. A pesquisa é finalizada com dois principais movimentos, o primeiro respondendo à pergunta inicial de pesquisa, em que se percebe um deslocamento do conceito inicial de interface cultural devido a conjunturas advindas da web 2.0, e o segundo trazendo, por meio de um quadro, uma proposta de estrutura de análise de artefatos culturais on-line.

**Palavras-Chave:** Pinterest. Interface cultural. Web 2.0. Arqueologia da mídia. Metodologia das Molduras.

## ABSTRACT

The study aims, from a communicative and technocultural approach, to understand how the website Pinterest, based on the examination of its main operating logics, updates the concept of cultural interface coined by Manovich (2001). To develop this research problem, initially, it is carried out an explanation of the methodological approaches and procedures, inspired by an archaeological behave, followed by an overview of the interface concept through some conceptions around the term, until reaching the key concept of this dissertation, cultural interface. With this, it advances on the instrumentalization of the research, digging through images and identifying frames (Kilpp, 2010), followed by analysis of empirical material collected and grouped into three constellations named as HCI, plasticity and crossings between online cultural devices. The research concludes with two main movements, the first answering to the initial research question, it is realized a shift from the initial concept of cultural interface due to contexts arising from web 2.0, and the second bringing through a frame, a proposal of an analysis structure of online cultural devices.

**Keywords:** Pinterest. Cultural interface. Web 2.0. Media archaeology. Frames methodology.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Página de entrada do Pinterest.....	19
Figura 2 - Anúncio do aplicativo Tote .....	21
Figura 3 - Primeiro <i>pin</i> publicado no Pinterest.....	21
Figura 4 - Crescimento do número de acessos totais ao Pinterest .....	23
Figura 5 - Amostras de interfaces de alguns sites que <i>imitam</i> o Pinterest .....	24
Figura 6 – Uso do logo do Pinterest em lojas físicas da Nordstrom .....	25
Figura 7 - Perfil de <i>pinner</i> , evidenciando o botão <i>Seguir todos</i> .....	29
Figura 8 - Painel <i>Style</i> , mostrando o botão <i>Seguir painel</i> .....	29
Figura 9 - Escrivadinha e interface evidenciando a metáfora do desktop .....	55
Figura 10 - Imagem de um pergaminho e imagem do scroll infinito do Pinterest.....	61
Figura 11 - Botão para rolar para o topo .....	62
Figura 12 - Imagem de <i>pinboard</i> físico e imagem de <i>pinboard</i> do Pinterest .....	63
Figura 13 - <i>Pinboard</i> físico reproduzindo <i>pinboard</i> do Pinterest.....	65
Figura 14 - <i>Pin</i> anterior à nova interface do Pinterest e <i>pin</i> da nova interface .....	67
Figura 15 - Imagem da interface do Pinterest <i>enquadrada</i> pelo navegador web .....	69
Figura 16 - <i>Pin</i> em seu tamanho total .....	75
Figura 17 - Captura de tela enquanto o software Captura é utilizado .....	78
Figura 18 - Captura de tela do software Paparazzi! em utilização .....	79
Figura 19 - Captura de imagem da interface do site Google Images sendo utilizado	79
Figura 20 - Captura de imagem da interface do site WaybackMachine em uso.....	80
Figura 21 - Captura de tela do diretório do computador exibindo material arquivado	81
Figura 22 - Captura de imagem da interface do software <i>Photoshop</i> .....	81
Figura 23 - Captura de tela da página de acesso do Pinterest.....	85
Figura 24 - Formulário de cadastro do Pinterest .....	86
Figura 25 - Capturas de telas de boas-vindas do Pinterest.....	87
Figura 26 - Captura de tela de instalação de software .....	87
Figura 27 - Capturas da tela de instruções do Pinterest .....	88
Figura 28 - Moldura Login .....	90
Figura 29 - Moldura Comando.....	91
Figura 30 - Moldura Explorar (exibida com zoom).....	92
Figura 31 - Moldura Pesquisar (exibida com zoom) .....	92
Figura 32 - Moldura Logo (exibida com zoom).....	93

Figura 33 - Moldura Adicionar (exibida com zoom) .....	93
Figura 34 - Moldura Usuário (exibida com zoom).....	94
Figura 35 - Moldura Avisos (exibida com zoom) .....	95
Figura 36 - Moldura cursor em forma de seta e em forma de mão indicando .....	96
Figura 37 - Moldura adicionar inata, pré-selecionada e expandida .....	97
Figura 38 - Moldura cursor e efeito hover .....	98
Figura 39 - Moldura cursor em forma de I-beam.....	98
Figura 40 - Molduras Início nas suas versões dos anos 2010, 2011, 2012 e 2013.	102
Figura 41 - Moldura Painel Titulado (categoria <i>top-level</i> ).....	104
Figura 42 - Moldura Painel Titulado (criado por usuário) .....	104
Figura 43 - Moldura Painel Titulado (criado por usuário) .....	105
Figura 44 - Moldura Etiqueta.....	105
Figura 45 - Moldura Painel Localidade.....	107
Figura 46 - Molduras Pin Minimizadas Comum, Enriquecido e Relacionado .....	108
Figura 47 - Molduras Pin Maximizadas Comum e Enriquecido.....	109
Figura 48 - Capturas de telas mostrando a moldura semi-transparente .....	110
Figura 49 - Moldura Pin It.....	114
Figura 50 - Molduras widget.....	116
Figura 51 - Moldura Resultado de Busca (destacada em vermelho).....	117
Figura 52 - Molduras Intra-Pinterest.....	118
Figura 53 - Molduras Procedência .....	120
Figura 54 - Círculo concêntrico de constelações, camadas e molduras .....	124
Figura 55 - Relação entre tríade de Manovich (2001) e constelações do Pinterest	126

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Vocabulário <i>Pinterístico</i> .....	27
Quadro 2 - Estrutura de análise de artefatos culturais on-line.....	128

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>13</b>
1.1 Pinterest .....	20
1.2 Lógicas Operativas do Pinterest.....	26
1.3 Web 2.0.....	30
1.4 Problema de Pesquisa .....	34
<b>2 DO RIGOR DOS PRINCÍPIOS À FLEXIBILIDADE DO MÉTODO</b> .....	<b>37</b>
2.1 Arqueologia da Mídia .....	38
2.2 Metodologia das Molduras .....	42
<b>3 DAS INTERFACES ÀS INTERFACES CULTURAIS</b> .....	<b>46</b>
3.1 Metáforas de Interface .....	46
3.2 Interface Gráfica do Usuário (GUI).....	50
3.3 Da Metáfora do Desktop à Metáfora do Pinboard.....	54
3.4 Interface Cultural .....	57
3.4.1 Palavra Impressa .....	59
3.4.2 Cinema .....	65
3.4.3 Interface Humano Computador (HCI).....	70
<b>4 ANÁLISE</b> .....	<b>77</b>
4.1 Instrumentalização da pesquisa .....	77
4.2 Constelações de Molduras do Pinterest .....	82
4.2.1 Constelação HCI .....	85
4.2.2 Constelação Plástica .....	100
4.2.3 Constelação Atravessamentos entre Produtos Culturais On-line.....	113
<b>5 EM ÚLTIMA ANÁLISE</b> .....	<b>125</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>130</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Desde o momento em que este trabalho era apenas um projeto de ingresso ao mestrado, em novembro de 2011, nosso principal interesse de estudo sempre foi a interface web. Entretanto, com o passar do tempo, as articulações em torno deste tema variaram bastante, até chegarmos na formulação de elementos que permitiram um tensionamento teórico de pesquisa, no encontro de uma construção metodológica que permitiram uma aproximação mais efetiva com o objeto empírico que apresentamos nesta dissertação. Em um primeiro momento, desejávamos estudar a interface web por meio do comportamento do usuário, contudo, o contato com diferentes autores, teorias e metodologias, assim como a leitura de variados textos, projetos de pesquisa, dissertações, e a troca de experiências acadêmicas e vivenciais com colegas e professores do programa de pós-graduação, evidenciaram que a nossa caminhada de pesquisa seria mais bem-sucedida, se optássemos por um objeto de pesquisa, cuja análise não exigisse, por exemplo, estudos de recepção. Podemos, portanto, dizer que a metodologia não foi uma consequência natural advinda do objeto de pesquisa, mas que foi um dos fatores levados em consideração na criação do problema de pesquisa.

O ano de 2012 foi dedicado à realização das disciplinas do curso de mestrado, processo que ampliou as formas de percebermos o tema de interesse de pesquisa a partir do ponto de vista de um estudo comunicacional e não mais somente com um enfoque técnico e mercadológico, perspectiva que era majoritária até aquele momento. A nossa formação na graduação na área de administração de empresas, seguida de pós-graduação em design gráfico para websites (webdesign) e trabalho profissional no campo de consultoria empresarial em marketing digital foram fatores que contribuíram para a constituição de um olhar pragmático e por vezes limitador que teve de ser constantemente confrontado ao longo de toda a pesquisa.

Outro fator, além das aulas, que auxiliou na ampliação da percepção dos panoramas possíveis para pensarmos a interface web foi a participação nas reuniões do Grupo de Pesquisa Audiovisualidades e Tecnocultura: Comunicação, Memória e Design (TCAv), cujo tema central de estudo, no ano citado, foi a tecnocultura. Embora se trate de um conceito ainda em construção, pelas leituras

propostas pelo grupo TCAV<sup>1</sup>, em 2012, e pelos trabalhos de estudo e de reflexão que se seguiram, podemos dizer que existe uma compreensão da nossa parte de que a tecnocultura se trata de uma relação retroalimentar entre processos culturais e procedimentos técnicos. Com este entendimento, avançamos um pouco mais na esquematização teórica da nossa pesquisa, pois se tornou claro para nós que a rede de autores e de conceitos que direcionariam este trabalho seria baseada em um olhar tecnocultural, mesmo antes de chegarmos à definição do nosso empírico de pesquisa. A noção de tecnocultura está desenvolvida e pode ser observada ao longo dos capítulos do nosso trabalho.

Enquanto não definíamos nosso objeto de pesquisa, focávamos-nos no ato de pesquisar e em suas implicações, na conduta que o pesquisador deve adotar em relação ao seu empírico e os encadeamentos que são esperados ao longo de um trabalho investigativo; a compreensão deste processo foi fundamental para o planejamento deste trabalho.

Hoje, entendemos que a dinâmica de uma pesquisa acontece pela interação, pela influência recíproca, entre objeto, problema, metodologia e pesquisador, e, embora todos sejam iguais em importância e possuam igual potencial de intervenção um sobre os outros, em determinados momentos da investigação científica, cada um desses elementos tem a sua ocasião de prevalência sobre os outros, em que cada um se torna, por vezes, o *objeto*, por vezes, o *sujeito*. Essa ideia de troca de papéis é trazida na obra *O que vemos, o que nos olha*, do filósofo Georges Didi-Huberman (1998, p. 77), em que o autor diz que “[...] dar a ver é sempre inquietar o ver, em seu ato, em seu sujeito. Ver é sempre uma operação de sujeito, portanto uma operação fendida, inquieta, agitada, aberta. Entre aquele que olha e aquilo que é olhado”. A inquietação, assim como a reflexão, é fundamental para a pesquisa, pois a partir de diferentes pontos de vista aprofundamos o problema, tornando-o mais complexo, mais proveitoso, mais relevante, deixando-o em aberto para outros olhares, para futuras pesquisas. A metodologia sempre será afetada pelo pesquisador, pelo objeto e pela pesquisa, nunca devendo as técnicas e os procedimentos metodológicos serem seguidos como um receituário; a metodologia deve servir de guia para a

---

<sup>1</sup> Os principais livros com os quais o grupo TCAV trabalhou em 2012 foram: McLuhan por McLuhan: entrevistas e conferências inéditas do profeta da globalização (McLUHAN, 2003); Software takes command (MANOVICH, 2008); Máquina e Imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas. (MACHADO, 2001).

investigação acontecer, não de limitador (informação verbal)<sup>2</sup>. O temperamento científico do pesquisador deve ter espaço e liberdade para se formar e esse processo de formação acontece também por meio da desconstrução do objeto, da desestruturação da pesquisa e da deformação do próprio pesquisador. (BACHELARD, 2001).

Mantendo esta inquietação, de que fala Didi-Huberman (1998), em mente, elegemos o *procedimento* adotado por Kilpp (2003), relatado na introdução do seu livro *Ethicidades televisivas, de flunar e de se perder tatilmente* pelo tema de interesse de pesquisa; no caso da autora, a televisão; no caso deste trabalho, a interface web. Em meio a conjuntos de páginas de internet visitados randomicamente, desenvolvimento de artigos, participações em congressos e reuniões de orientação, eis que o site Pinterest surgiu como candidato a empírico. Após considerarmos seu potencial acadêmico e explorarmos pesquisas anteriores sobre o site, decidimos por realizar a investigação sobre o Pinterest, visto, naquele momento, como um site para compartilhar imagens, cuja estética visual poderia fazer referência a colagens de fotografias, e como um objeto de pesquisa com potencial para suscitar um trabalho de cunho tecnocultural.

Por meio de uma colocação de Fischer (2013, p. 42), assimilamos o posicionamento necessário envolvido na realização de um estudo que se propõe a pensar a interface web, agora definida no objeto do Pinterest, sob uma visada tecnocultural, adotar “[...] uma angulação de pesquisa que se apresenta interessada nas materialidades midiáticas, pensadas em suas técnicas e estéticas, mas como substâncias da cultura”. Refletindo sobre esta posição do autor, convocamos o conceito de *interface cultural* de Lev Manovich (2001) para nos ajudar a falar sobre a dimensão cultural dos aspectos técnicos e estéticos do Pinterest. Manovich (2001) apresenta a ideia de que a interface homem-computador (HCI) estaria sendo complementada por dados culturais fazendo uso da conceituação interface cultural, termo adotado por nós como conceito-chave desta dissertação, o que torna seu instituidor, naturalmente, o autor central do nosso trabalho.

Manovich, identificado por Olia Lialina (2012) como *teórico das novas mídias*, devido suas pesquisas na área do cinema, da computação, das mídias digitais,

---

2 Todo esse parágrafo foi elaborado baseado em informações coletadas em aula da disciplina Pesquisa em Audiovisual, ministrada pela professora Dra. Suzana Kilpp, realizada na UNISINOS, em São Leopoldo, no dia 9 de agosto de 2012.

estudos do software, entre outras, escreveu um livro chamado *The language of new media*, em 2001, em que ele aponta continuidades entre os primeiros anos da *avant-garde* e as práticas de cinema de animação e a cultura digital emergente, com base em representação numérica, modularidade, auto-formação, variabilidade e *transcodificação*. (HUHTAMO; PARIKKA, 2011). Na mesma obra, segundo Huhtamo e Parikka (2011), Manovich argumenta que um dos modelos analíticos cruciais para a compreensão das novas mídias é o *interfaceamento* entre a computação e a cultura. *The language of new media*, livro em que podemos dizer que Manovich (2001) realiza uma espécie de arqueologia da mídia computacional, é a obra mais significativa da bibliografia utilizada para a realização desta dissertação.

Baseado nas conceituações e nas formulações efetuadas por Manovich (2001), nesta obra em que ele define o conceito de interface cultural, vinculadas ao viés da comunicação e a um olhar tecnocultural, já anunciado, declaramos que o principal objetivo de nossa dissertação é contribuir com a interpretação do nosso empírico Pinterest, percebido como interface cultural, e, conseqüentemente, compor o nosso entendimento do conceito de Manovich (2001) e formular algumas considerações que possam, potencialmente, contribuir para uma atualização ou um avanço no debate em torno do conceito de interface cultural, ainda que restrita por ponderações específicas oriundas das observações de nosso objeto de pesquisa.

A partir de sugestões feitas no transcorrer do trabalho, optamos por não desenvolver um capítulo específico dedicado exclusivamente ao Pinterest, em vez disto, apresentamos o objeto de pesquisa ao leitor, nos próximos dois subcapítulos desta introdução, por meio de relatos sobre a sua criação e história, de inferências acadêmicas a seu respeito e de descrições empíricas relacionadas às suas lógicas operativas<sup>3</sup>, cuja compreensão julgamos necessária para a apreciação deste trabalho. Outros dados, elementos e aspectos complementares em relação ao empírico são apresentados ao longo de toda a dissertação, à medida que o desenrolar do trabalho exige informações adicionais.

O terceiro subcapítulo desta introdução traz a explicação, a definição do termo web 2.0 e a relação deste com o nosso empírico, entendido por nós como o ambiente do Pinterest. Interpretamos a palavra ambiente a partir dos conceitos de

---

<sup>3</sup> Entendemos por lógicas operativas: “[...] conjunto de procedimentos identificáveis nas interfaces que fazem com que um website ofereça suas características específicas para o usuário”. (FISCHER, 2008, p. 54).

figura e de fundo, desenvolvidos por McLuhan (1993). De acordo com Logan (2011), a figura (que pode ser qualquer coisa, desde uma pessoa a uma ideia, e que aqui é o Pinterest) só será entendida, se o fundo (o contexto em que a figura está inserida, no nosso caso, a web 2.0) for considerado na análise. Embora o fundo seja o lugar onde a figura funciona, ele não deve ser considerado como um recipiente, deve ser visto como ambiente implícito, onde as mudanças acontecem antes do que na figura, que é aparente. A análise de fundo e figura permite que se perceba coisas que até então passavam despercebidas sobre o objeto estudado; efeitos podem ser associados ao conceito de fundo e causas ao conceito de figura, e, ainda de acordo com a ecologia das mídias, na figura estaria a intenção, enquanto o fundo aconteceria de maneira não intencional. (LOGAN, 2011). Segundo McLuhan (1993), cada vez que surge um novo meio, um novo equilíbrio é buscado para recuperar a estabilidade do ambiente que foi abalado pela novidade. Nosso objetivo em tratar a web 2.0 não é realizar um estudo aprofundado deste termo como ambiente, mas reconhecer a sua influência no desenvolvimento e nas transformações sofridas pelo Pinterest.

No quarto e último subcapítulo da introdução, relatamos o processo de criação do problema de pesquisa da dissertação, descrevendo o percurso teórico que percorremos até chegarmos à invenção da pergunta norteadora do nosso estudo, e ainda falamos brevemente sobre a estrutura metodológica e os procedimentos metodológicos inspiradores que elegemos para responder à nossa questão de pesquisa.

O restante do trabalho está organizado em mais quatro capítulos: *do rigor dos princípios à flexibilidade do método*<sup>4</sup>, nosso capítulo de metodologia; *das interfaces às interfaces culturais*, capítulo que fornece fundamentação teórica ao empírico; *análise*, parte do trabalho em que expomos a instrumentalização e a observação empírica aplicadas na pesquisa; e, nosso capítulo de considerações finais, que decidimos chamar de *em última análise*, em que realizamos o fechamento da nossa pesquisa.

Na parte da dissertação destinada à metodologia, *do rigor dos princípios à flexibilidade do método*, explicamos as inspirações conceituais e os critérios teóricos considerados na estruturação da nossa pesquisa. Ao longo do capítulo,

---

<sup>4</sup> Frase utilizada pela pesquisadora Dra Suzana Kilpp durante suas aulas na disciplina Pesquisa em Audiovisual, cursada no segundo semestre de 2012 na UNISINOS.

pronunciamos a abordagem metodológica dominante e os procedimentos investigativos de pesquisa articulados sob um agir arqueológico que atua como parâmetro metodológico durante todo o processo da dissertação.

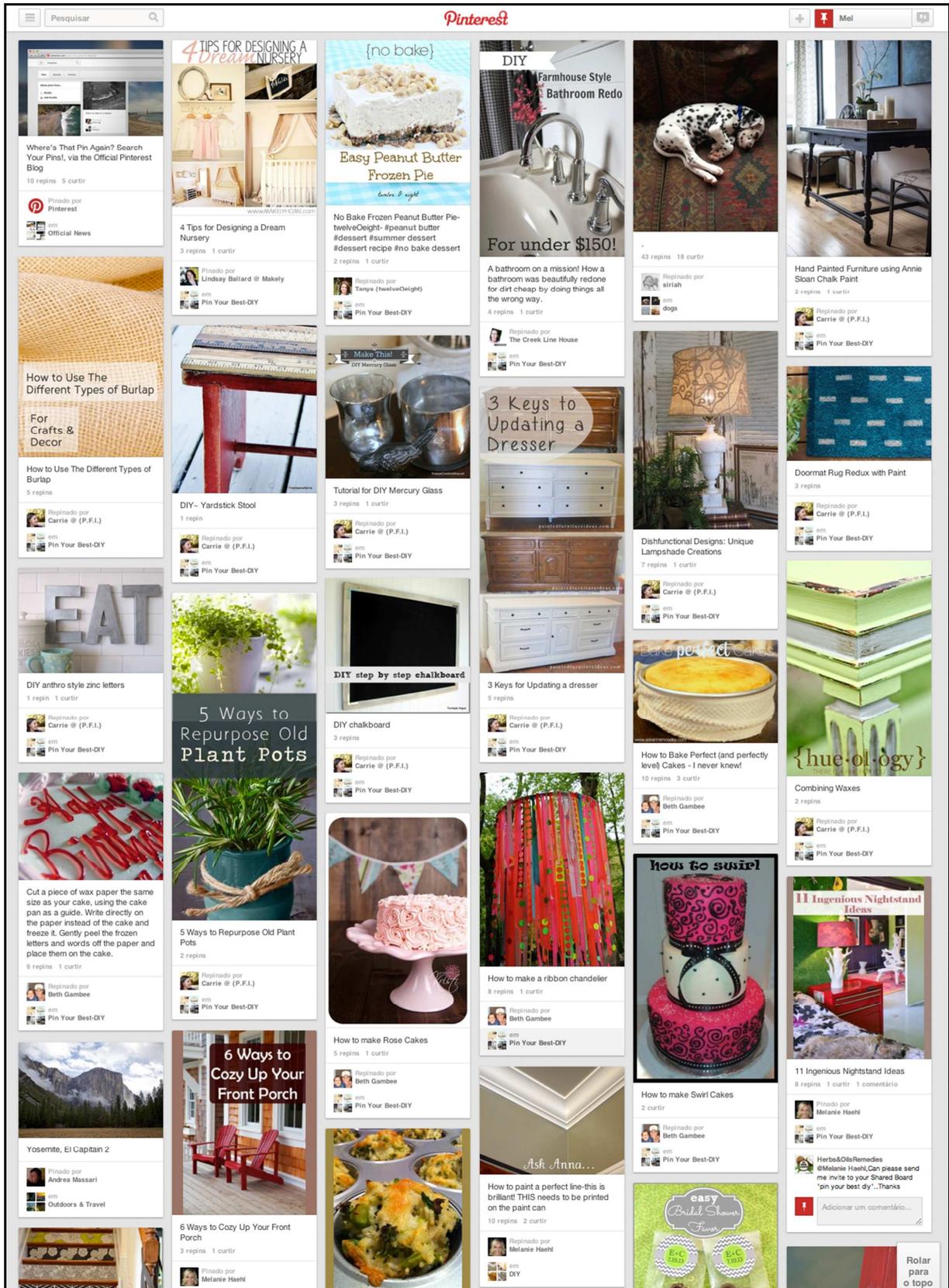
No capítulo *das interfaces às interfaces culturais*, realizamos um apanhado sobre o conceito de interface e algumas concepções acadêmicas em torno do termo, até chegarmos ao conceito-chave do nosso trabalho, interface cultural (MANOVICH, 2001). Depois, expomos como passamos a tensionar o nosso conceito-chave com características do nosso empírico, o site Pinterest, o que acaba estimulando a necessidade de abordarmos outros conceitos (sociedade da informação, cultura do software, remediação), que atravessam o termo interface cultural.

Na seção de *análise* da dissertação, relatamos os procedimentos instrumentais praticados na pesquisa, por meio dos quais coletamos mais de 300 capturas, dentro e fora do Pinterest, e expomos nossas avaliações analíticas, apoiadas no que viemos trazendo de interfaces culturais, em relação ao material empírico apanhado. Neste capítulo, explicamos como organizamos o agrupamento das interfaces coletadas inspirados no conceito de constelações, abordado no capítulo correspondente, a partir do trabalho de Montaña (2012) e apoiado com a fundamentação desenvolvida nos capítulos anteriores.

No último capítulo do nosso trabalho, *em última análise*, trazemos nossas considerações finais sobre o percurso da pesquisa, em que destacamos dois momentos: a explicação sobre o desdobramento da resposta para o nosso problema de pesquisa e a exposição de uma proposta metodológica complementar desenvolvida por nós para pensar as interfaces culturais além da tríade constituinte do conceito de Manovich (2001).

Em março de 2013, o Pinterest começou a liberar um novo modelo de *layout*, que já estava em fase de testes desde janeiro do mesmo ano. (PEREIRA, 2013). Gostaríamos de salientar que as descrições, considerações e análises realizadas ao longo deste trabalho são baseadas no novo visual do site, entretanto, em alguns momentos, designs anteriores à liberação da nova interface são utilizados para analisar alguns aspectos do site; quando isto acontece, a situação é enfaticamente explicada.

Figura 1 - Página de entrada do Pinterest



Fonte: Pinterest (2013a).

## 1.1 Pinterest

O Pinterest foi lançado em março de 2010, em uma versão beta fechada<sup>5</sup>, mas seu desenvolvimento teve início ainda no segundo semestre de 2009. (HANSEN; NOWLAN; WINTER, 2012). Ben Silbermann, graduado em ciências políticas pela Universidade de Yale e ex-funcionário do Google, junto com seu amigo de faculdade Paul Sciarra, começaram o site. Em 2011, o ex-arquiteto Evan Sharp foi *roubado* da empresa Facebook, seduzido pela oferta de título de co-fundador do Pinterest. (CARLSON, 2012).

Conforme afirma o próprio Silbermann, em palestra durante a conferência Alt Summit<sup>6</sup>, a essência do Pinterest nasceu de um fracasso: o desenvolvimento de um aplicativo de compras para iPhone chamado Tote, que, originalmente, foi elaborado para que seus usuários pudessem criar um catálogo de compras personalizado por meio de dados que o aplicativo coletava de produtos disponíveis on-line, classificados por localização. (BEN..., 2012, 18 min 53s). Carlson (2012) diz que a ideia do Tote era boa, entretanto, precoce; no início de 2009, a plataforma da Apple ainda não estava preparada para dar o suporte necessário ao aplicativo e as pessoas ainda não estavam utilizando seus aparelhos móveis para fazer compras, mas aqueles que tinham acesso ao Tote estavam usando o aplicativo de uma forma diferente daquela que seus desenvolvedores haviam projetado, os usuários começaram a enviar imagens de produtos específicos uns para os outros, como se as estivessem colecionando. (CARLSON, 2012).

A partir deste comportamento, Silbermann, acompanhado de uma equipe técnica, começaram a esquematizar um produto voltado para a web, onde as pessoas poderiam desempenhar mais facilmente os usos feitos anteriormente com o Tote, colecionar imagens de coisas de seus interesses. Segundo eles, naquela época, a web representava uma plataforma mais madura que os *smartphones*, com a qual as pessoas já estavam mais habituadas e, conseqüentemente, mais à vontade para explorar. O propósito da nova ferramenta foi deixado bem vago, justamente para que qualquer um pudesse usá-la como desejasse. (BEN..., 2012, 24 min 9 s).

---

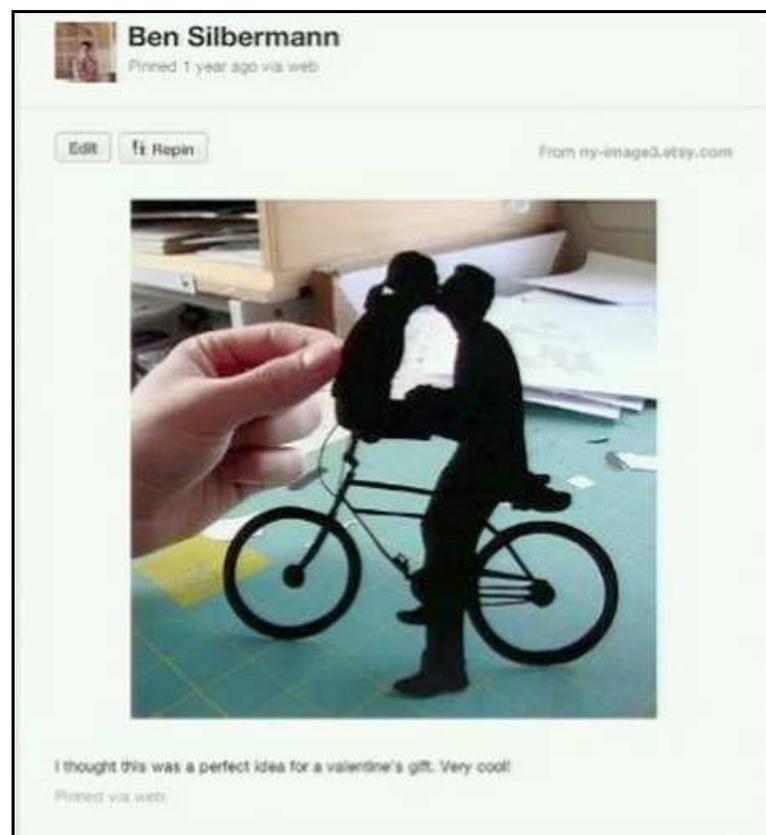
<sup>5</sup> Versão que desenvolvedores lançam para um grupo restrito de usuários, por meio de convite, para testes.

<sup>6</sup> Seus desenvolvedores se nomeiam “a principal conferência de negócios para blogueiros pioneiros e novatos e pessoas criativas”. (ALT, 2014).

Figura 2 - Anúncio do aplicativo Tote



Fonte: Ben... (2012, 18 min 48 s).

Figura 3 - Primeiro *pin* publicado no Pinterest

Fonte: Ben... (2012, 29 min 41 s).

O site, desde sua fundação, é gerenciado pela empresa Cold Brew Labs<sup>7</sup> e financiado por um pequeno grupo de investidores<sup>8</sup>. Em abril de 2013, o Pinterest vendeu menos de 10% da empresa por U\$200 milhões em ações, para novos e atuais investidores, fazendo sua *valuation*<sup>9</sup> chegar a U\$2,5 bilhões. (SHONTELL; THOMAS, 2013). Valor que, segundo Lawler (2013), teria chegado a U\$3,8 bilhões, em novembro de 2013, após o Pinterest ter recebido uma nova rodada de financiamento de U\$225 milhões da empresa Fidelity Investments e de seus investidores vigentes. Para justificar este investimento, o Pinterest estaria buscando formas de ganhar dinheiro com o conteúdo que tem coletado por meio da curadoria desempenhada por, segundo Bennett (2013), seus mais de 70 milhões de membros ativos em todo o mundo. (LAWLER, 2013).

Consideramos pertinente explicar que não pretendemos analisar relações de poder entre Pinterest, seus investidores, outras empresas e outros prestadores de serviços com os quais nosso empírico forma parcerias, como veremos ao longo do trabalho, nem explorar as intenções de lucro por trás de ações e de lançamentos de novos recursos do Pinterest; o que não quer dizer que estejamos negando ou ignorando que estes propósitos existam, eles simplesmente não fazem parte da gama de interesses da nossa pesquisa. Nosso único objetivo trazendo estas informações é evidenciar que há, também, monetariamente, uma relevância do nosso objeto de pesquisa para o ambiente no qual está inserido, a web.

Um dos primeiros grandes reconhecimentos de que o Pinterest estava ganhando relevância foi, em agosto de 2011, a adição do site na lista da revista americana Time, *50 websites que tornam a web melhor*<sup>10</sup>. (McCRACKEN, 2011). Além disso, em dezembro do mesmo ano, o Pinterest ficou entre as dez maiores redes sociais do mundo, com 11 milhões de visitas totais por semana, um crescimento de 4.000% em um período de apenas seis meses. (SLOAN, 2011). Outro grande momento de notoriedade para o Pinterest foi quando o presidente estadunidense Barack Obama registrou uma conta no site, em março de 2012, durante sua campanha eleitoral. A estratégia política por trás da abertura da conta

---

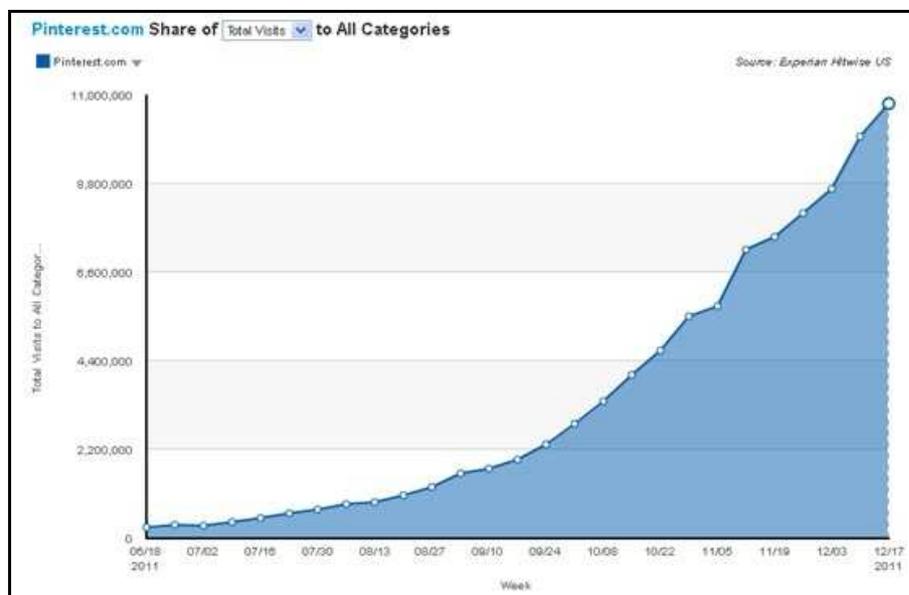
<sup>7</sup> A empresa foi fundada em 2008, por Paul Sciarra e Benjamin Silbermann, respectivamente, presidente e diretor da empresa, e está localizada em São Francisco, na Califórnia. O site da empresa foi tirado do ar em 2012. (ANDERSEN, 2012).

<sup>8</sup> Empresas de capital de risco, como Valiant Capital Partners, Andreessen Horowitz, Bessemer Venture Partners e FirstMark Capital estão entre eles. (McBRIDE, 2013).

<sup>9</sup> Termo em inglês para *avaliação de empresas*. É o processo de estimar quanto uma empresa vale, determinando seu preço justo e o retorno de um investimento em suas ações.

teria sido aproveitar o rápido crescimento do site e atingir o público feminino, que é grande maioria entre os usuários do site nos Estados Unidos. (JENNINGS, 2012).

Figura 4 - Crescimento do número de acessos totais ao Pinterest

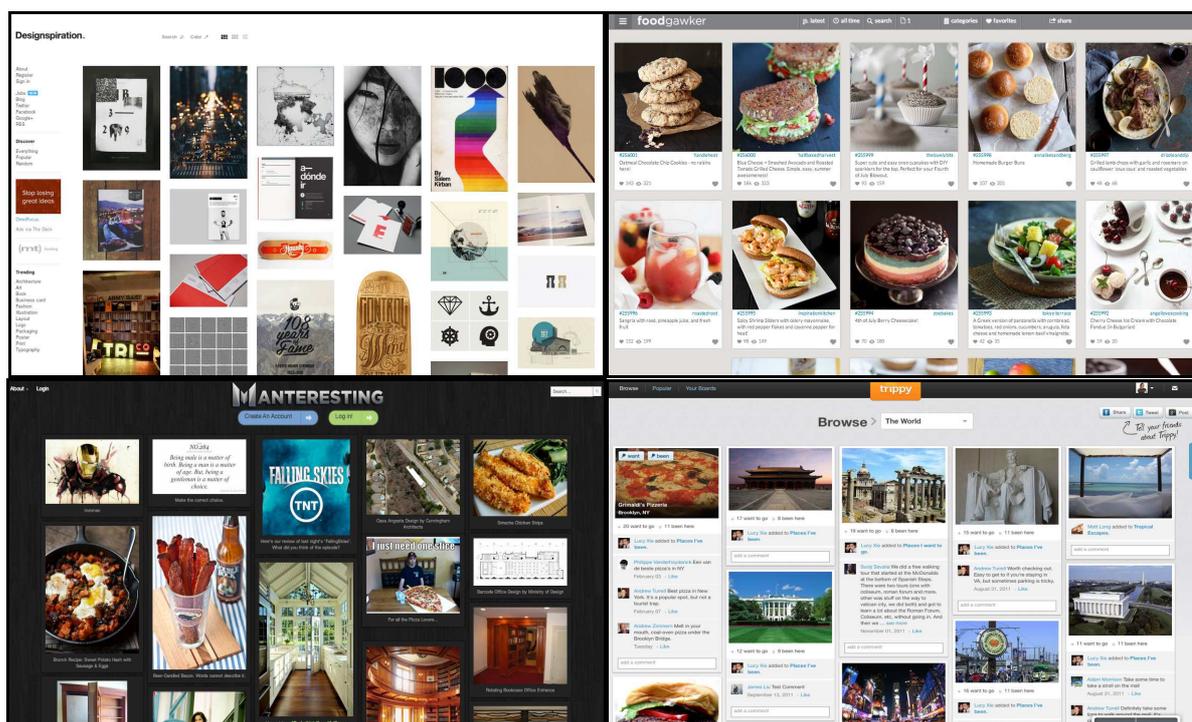


Fonte: Sloan (2011).

A ascensão do Pinterest na web também pode ser mensurada pela quantidade de sites que surgem, inspirados em seu design e processos operacionais. Lani Rosales (2012) criou uma lista com 33, do que ela denomina como sites que imitam o Pinterest. A listagem inclui diversos nichos de interesse: compras, vídeos, música, viagens, receitas, design, casamentos, notícias, moda, encontros, entre outros (ROSALES, 2012). Eric Spitznagel (2013) fala sobre o nicho masculino, que em busca de sites, como ele os descreve, “mais carregados de testosterona”, criaram versões do serviço para homens. MANteresting, Dudepins, PunchPin, Gentlemint e Dartitup, hoje, brigariam pela referência de ser considerado o *Pinterest masculino*. (Spitznagel, 2013).

<sup>10</sup> Tradução da frase em inglês *50 websites that make the web great*.

Figura 5 - Amostras de interfaces de alguns sites que *imitam* o Pinterest



Fonte: Designspiration (2013), Foodgawker (2013), Manteresting (2013) e Trippy (2013).

Nota: As imagens e suas respectivas fontes estão dispostas da esquerda para a direita.

Certamente, a versão mais *valiosa* do Pinterest é o portal adulto sex.com, cujo domínio, segundo informações do site Olhar Digital (SITE..., 2012), foi avaliado como o mais caro do mundo, após ter sido vendido por U\$13 milhões. O site pornográfico, que se define como o *Pinterest do sexo*, considerado por Jesus (2012) como uma cópia de todas as funcionalidades do site *inspirador*, acredita que com a nova mecânica adotada tem tudo para conseguir romper fronteiras e criar um espaço único para todos os interessados em conteúdo adulto. (JESUS, 2012). Entretanto, utilizar o design do Pinterest para divulgar pornografia não é novidade, antes do sex.com, já existiam o Pornterest e o Snatchly. (SITE..., 2012).

Os pesquisadores Hansen, Nowlan e Winter (2012) falam ainda sobre uma versão do Pinterest voltada para o universo acadêmico:

Pinterest também inspirou outros sites de mídia social. O mais notável em termos de ensino é Learnist. Ele é especificamente voltado para educação, com o objetivo de permitir a criação de painéis sobre temas com os quais o usuário está familiarizado. Ele permite que outros usuários acessem esses painéis e marquem os itens que eles 'aprenderam'. [...] Ele também permite a opção de integração com o Facebook, o que significa compartilhamento adicional além dos limites do Learnist. A capacidade de marcar itens como 'aprendido', sugere algum potencial para acompanhar o que foi acessado e

lido, embora não seja possível determinar se um item foi realmente lido ou apenas marcado. Pinterest e Learnist são formas intrigantes de mídia social ainda em seus estágios iniciais. É difícil prever o impacto de alterações futuras na sua utilização em contextos educativos. O fato de que a base de usuários está crescendo e mais educadores estão experimentando sugere que eles têm claro potencial. Ele também indica que há muito espaço para que os usuários influenciem futuros desenvolvimentos. (HANSEN; NOWLAN; WINTER, 2012, p. 8, tradução nossa).

Para aqueles que têm interesse em criar sua própria versão do Pinterest, a plataforma Wordpress, utilizada para a criação de blogs na internet, oferece uma série de designs personalizáveis que podem ser acessados pelos internautas e aplicados aos seus próprios sites para emular estilo visual e características quase idênticos aos do Pinterest. (BERKEL, 2013). Este *entusiasmo* em torno das propriedades estéticas e funcionais do Pinterest, que resultou na sua imitação por parte de vários outros sites, alguns mencionados aqui, e na oferta pelo Wordpress de temas copistas, pode ser considerado como mais um reconhecimento da relevância do Pinterest no cenário web atual.

Contudo, a influência do Pinterest não se resume ao ambiente web e já começa a atingir lojas físicas, Lutz (2013) relata como a loja de departamentos americana Nordstrom passou a utilizar, desde novembro de 2013, informações de sua comunidade de consumidores ativa no Pinterest, em torno de 4,5 milhões de pessoas, em suas lojas. Segundo Lutz (2013), o diretor de mídias sociais da empresa, Bryan Galipeau, percebe o Pinterest como a maior *lista de desejos* do mundo e, portanto, seria natural querer os produtos da empresa vinculados ao Pinterest. Itens populares no Pinterest estão sendo expostos em 117 lojas da Nordstrom com uma etiqueta contendo o logo do Pinterest para mostrar aos consumidores que aquele é um produto desejado no site. (LUTZ, 2013).

Figura 6 – Uso do logo do Pinterest em lojas físicas da Nordstrom



Fonte: Lutz (2013).

## 1.2 Lógicas Operativas do Pinterest

Em artigos acadêmicos sobre o Pinterest, Wilkinson (2013), assim como Hansen, Nowlan e Winter (2012), descrevem o site, estética e funcionalmente, como um *painel de avisos digital*, um site de *compartilhamento* de fotos, que permite aos seus usuários coletar e compartilhar imagens e websites que eles gostam. A pesquisadora Marina P. Boechat (2012) explica o funcionamento básico do Pinterest:

O site Pinterest, que trabalha em cima da formação, pelos usuários, de coleções de imagens advindas de diversos lugares da web, é um caso interessante, apesar da tecnologia até elementar. Ele cria, por meio de simples mosaicos e hiperlinks, espaços compartilhados de imagem que, por suas combinações, delimitam contextos de apreciação e evidenciam o quanto o agrupamento de referências colabora para a formação de contextos produtores de sentido. (BOECHAT, 2012, p. 1).

Zarro e Hall (2012, p. 1, tradução nossa), por sua vez, afirmam que o Pinterest “[...] combina capacidades sociais e de coleta, como um site de ‘coletas sociais’”. Coleta social sendo “[...] a coleção, categorização e representação de um objeto digital em um sistema que é acessível por meio da web”. (ZARRO; HALL, 2012, p. 1, tradução nossa). Ainda os mesmos autores, em diferente publicação, propõe a ideia de que o Pinterest funcionaria como um site de *curadoria* social, em que as pessoas criam, mantêm e compartilham coleções de objetos digitais, como imagens e vídeos, em que os usuários do Pinterest podem carregar imagens originais e administrar coleções de mídia. (HALL; ZARRO, 2012).

Prontamente, se for seguida a definição de Boyd e Ellison (2007) sobre sites de redes sociais, o Pinterest se enquadraria nesta categoria, pois, fazendo uso do serviço, seu usuário pode: (1) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado; (2) articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão; e (3) ver e percorrer a sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema. Entretanto, um dos nossos objetivos com este trabalho é entender o artefato Pinterest além de suas características como um aglutinador de referências, uma rede social ou um sistema de *coletas sociais*, características que ele não deixa de possuir, mas desejamos analisar o nosso empírico como interface cultural em toda a sua potencialidade, e, para tanto, o Pinterest será referido apenas como site.

Para operar o Pinterest é necessário se familiarizar com um vocabulário próprio do site em torno do qual giram suas lógicas operativas. A raiz deste vocabulário é a palavra *pin*, que traduzida literalmente do inglês significa *alfinete*. No entanto, dentro do funcionamento do Pinterest, o substantivo, que não foi traduzido na versão em português do site, é utilizado para identificar o conteúdo que é publicado no site; no caso, imagens e vídeos, chamados de *pins* dentro do Pinterest. Já o ato de publicar *pins*, cujo verbo referente na versão original do site é *to pin*, que significa *fixar*, foi traduzido para o português como *pinar* e é conjugado e flexionado no âmbito do site, normalmente como qualquer verbo regular da língua portuguesa.

O nome do site, Pinterest, que teria sido inventado pela namorada de Silbermann durante um jantar de ação de graças (CARLSON, 2012), é uma junção das palavras inglesas *pin* e *interest*<sup>11</sup>, que poderia ser traduzido como *pinar/alfinetar interesse*, expressão estranha, mas que reflete bem a proposta do site: fazer com que as pessoas publiquem conteúdo no site baseado em seus interesses. Estas publicações acontecem dentro de uma estrutura chamada *board*, em inglês, traduzida para o português como *painel*. A palavra *pinboard*, *painel de pins*, também é seguidamente utilizada para descrever primariamente o site. (GILBERT; BAKHSHI; CHANG; TERVEEN, 2013); (WILKINSON, 2013); (HANSEN; NOWLAN; WINTER, 2012).

Criamos um quadro explicativo para facilitar a visualização das expressões oriundas da dinâmica de funcionamento do site Pinterest:

Quadro 1 - Vocabulário *Pinterístico*

<b>Expressão</b>	<b>Explicação</b>
<i>To pin</i>	<i>pinar</i> , ato de publicar no site.
<i>To repin</i>	<i>re-pinar</i> , ato de publicar novamente o que se encontra no site.
<i>Pin</i>	imagens e vídeos publicados no site.
<i>Pinner</i>	<i>pinador</i> , usuário do site.
Pinterest	<i>pin + interest</i> , <i>pinar interesse</i> .
<i>Pinboard</i>	<i>painel de pins</i> .

Fonte: Elaborado pela autora.

<sup>11</sup> Em português, interesse.

Ao falar sobre as várias formas que o Pinterest pode ser utilizado socialmente, Zara Wilkinson (2013) relata de que maneira acontece a dinâmica de interação entre os membros do site:

[...] como em outras plataformas de mídia social, o Pinterest permite aos usuários identificar e acompanhar as contas de outras pessoas. Ao contrário do Facebook, onde essas pessoas são rotuladas de 'amigos', o Pinterest é configurado mais como o Twitter, onde uma conta tem 'seguidores'. A diferença de terminologia é significativa; no Twitter e no Pinterest, a expectativa é que os usuários não necessariamente conheçam as pessoas que eles seguem ou as pessoas que os seguem. Em vez disso, no Pinterest o foco está em fazer conexões com pessoas que têm interesses semelhantes e que compartilham conteúdo semelhante. (WILKINSON, 2013, p. 2, tradução nossa).

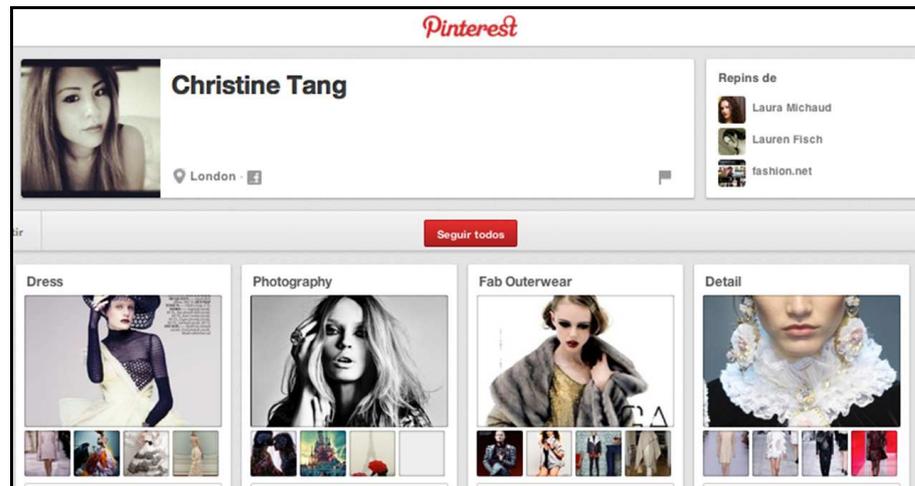
Cabe ressaltar que, assim como no Twitter, ao começar a *seguir*<sup>12</sup> um determinado usuário no Pinterest, isto não transforma este usuário necessariamente em um *seguidor*. Ou seja, só porque escolhemos alguém para *seguir*, não quer dizer que seremos *seguidos* por aquele mesmo alguém automaticamente. Entretanto, existe no Pinterest uma diversificação relevante da modalidade desta função que é a possibilidade de *seguir* somente painéis escolhidos especificamente, em vez de *seguir* o usuário e, conseqüentemente, todas as imagens publicadas por ele no site, ou seja, todos os seus painéis. Isto permite um grau de customização e autonomia maior do usuário, por exemplo, podemos não ter interesse no painel de fotografias antigas que um contato criou, mas queremos ver na nossa página de entrada pessoal do Pinterest as frases que este mesmo contato coleciona em seu painel de pensamentos.

Para *seguir* todas as publicações de algum membro do Pinterest, basta clicar no botão *seguir todos*, disponibilizado na página de perfil do usuário, cujo exemplo pode ser observado na figura 7. Já a figura 8 evidencia o botão *seguir painel*, que está localizado dentro de um painel e possibilita acompanhar somente as publicações do usuário que forem vinculadas a este painel específico.

---

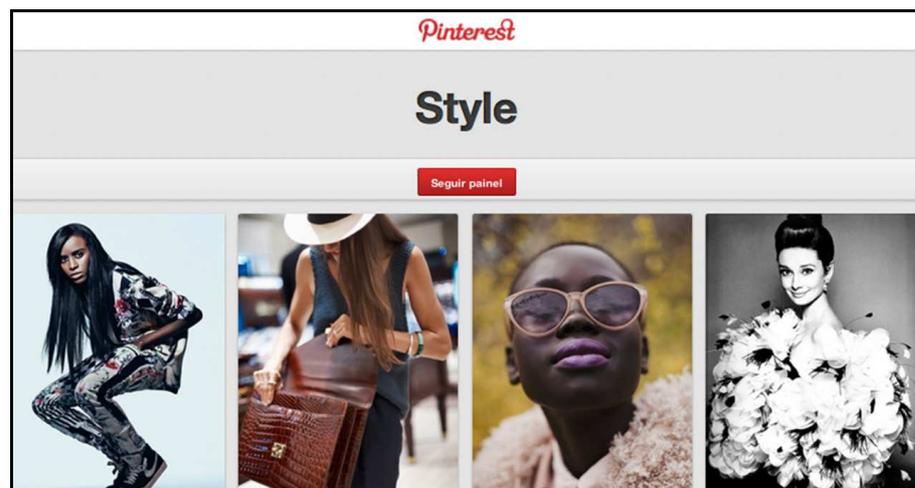
<sup>12</sup> “Seguir uma pessoa significa que você verá os pins desta pessoa na sua página de entrada. Se ele ou ela criar um novo painel, você vai segui-lo automaticamente. Seguir um painel significa que você verá novos pins adicionados àquele painel na sua página de entrada”. (PINTEREST, 2013c, tradução nossa).

Figura 7 - Perfil de *pinner*, evidenciando o botão *Seguir todos*



Fonte: Christine..., [201-].

Figura 8 - Painel Style, mostrando o botão *Seguir painel*



Fonte: Style..., [201-]

Na subseção seguinte, trazemos informações sobre o conceito web 2.0, que, como já explicamos anteriormente nesta introdução, consideramos indispensável para a análise do Pinterest, por se tratar do contexto em que o nosso empírico está inserido, fator que, segundo o vínculo entre os conceitos de figura e de fundo de McLuhan (1993), afeta o nosso objeto de pesquisa.

### 1.3 Web 2.0

O termo *web 2.0* surgiu em 2004, durante uma reunião entre Tim O'Reilly e a empresa MediaLive International, em que os envolvidos debatiam sobre o aprimoramento de linguagens de programação para a web, o que estaria possibilitando o surgimento de novos serviços para a web e, conseqüentemente, resultaria em uma revolução na maneira como os usuários se relacionam com a web. (FISCHER, 2008, p. 41). De acordo com O'Reilly (2005, p. 1), empresas que sobreviveram ao *colapso ponto-com*<sup>13</sup>, cujo ápice aconteceu no ano 2000, possuíam características similares que justificariam essa mudança na web e a convocação do novo conceito.

Estas características originariam, por meio de observação e interpretação, um conjunto de princípios e práticas que O'Reilly (2005) explica que se interligariam a partir de um centro gravitacional, não existindo fronteiras rígidas entre eles. Segundo O'Reilly (2005), o posicionamento estratégico deste centro gravitacional seria ver a web como uma plataforma, ou seja, um local que viabilizaria atividades on-line para os usuários que, até então, só podiam ser executadas por meio de programas instalados no computador.

Segundo O'Reilly (2005), as *competências centrais*, advindas do contexto mais amplo do conjunto de princípios e práticas, que definiriam se um artefato on-line pertence à web 2.0 seriam:

- a) oferecer serviços e não softwares em pacotes, com *escalabilidade* de custo eficiente aos usuários: ofertar serviços aos usuários que sejam utilizados pela internet, pagos de forma fracionada e constantemente aprimorados, e deixar de oferecer softwares *engessados* por atualizações programadas, pesadas e caras;
- b) controlar fontes de dados únicas e difíceis de serem criadas e que fiquem mais ricas quanto mais as pessoas as utilizem: não se limitar a uma coleção de ferramentas de software, mas criar uma base de dados

---

<sup>13</sup> O *colapso ponto-com* foi uma bolha especulativa, entre 1997 e 2000, em que os mercados de ações de países industrializados viram seu valor patrimonial aumentar rapidamente de crescimento no setor de Internet e áreas afins. Em favor de confiança nos avanços tecnológicos, muitos investidores estavam dispostos a ignorar métricas tradicionais de investimentos, o que colaborou com o estouro da bolha e com a falência de muitas empresas. (DOT-COM..., 2013).

especializada, pois o valor do software é proporcional à escala e ao dinamismo dos dados que ele ajuda a gerenciar.

- c) ter confiança nos usuários como co-desenvolvedores: incentivar as práticas de desenvolvimento do código aberto, em que o produto é desenvolvido abertamente, com novos recursos surgindo a cada momento, colocando o artefato em uma posição de um quase *beta perpétuo*;
- d) agregar inteligência coletiva: possibilitar um contexto que permita ao usuário ser ativo coletivamente fazendo com que o artefato, assim como a web, cresça organicamente em resposta a atividades coletivas, transformando a web em uma espécie de cérebro global;
- e) estimular a cauda longa por meio de autosserviço para o usuário: atuar de forma a atingir a rede em toda sua extensão, ofertando um sistema e uma arquitetura focados no poder coletivo de pequenos sites;
- f) disponibilizar software para mais de um dispositivo: criar sistemas orientados para a comunicação, não limitando a funcionalidade do artefato a um único tipo de dispositivo, ofertá-lo em diversas plataformas, incentivando a interoperabilidade;
- g) projetar interfaces de usuário, modelos de desenvolvimento e modelos de negócios leves: oferecer modelos leves de programação que permitam a criação de serviços de valor agregado na forma de *mashups* (aplicativo web híbrido), por meio de *hackeabilidade* e *remixibilidade*, possíveis devido a barreiras fracas à reutilização de sistemas.

Estas competências, sempre em processo, demonstram noções de estratégia e padrões de posicionamento que, segundo O'Reilly (2005), representam e definem a essência da web 2.0. Com o intuito de tornar o conceito de web 2.0 mais totalizante para o leitor, trazemos uma definição elaborada por Alex Primo (2008):

A Web 2.0 é a segunda geração de serviços *online* e caracteriza-se por potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo. A Web 2.0 refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços web, linguagem Ajax, *web syndication*, etc.), mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador. (PRIMO, 2008, p. 101, grifo do autor).

Primo (2008) enfatiza a repercussão social da web 2.0, mencionando os sistemas de produção e circulação de informações, o trabalho coletivo, a construção do conhecimento e, até mesmo, a troca afetiva proporcionados pela informática. O autor lembra ainda que, apesar do aspecto tecnológico fundamental, a web 2.0 não se reduz a este aspecto, afirmando que “[...] a dinâmica social não pode ser explicada pela mediação informática”, embora não deixe de ser sensível a ela. (PRIMO, 2008, p. 105).

Assim como Primo (2008) se foca nas formas interativas da web 2.0, Manovich (2008b, p. 191) também se atém a particularidades desta geração da web que remetem à interação, como: “[...] software social, mídia social, conteúdo gerado por usuário, web para leitura e gravação”. Manovich (2008b) diz que estes termos capturam a expansão do número de pessoas utilizando a web como uma plataforma mundial para a circulação de mídia amadora, no sentido de produzida por pessoas que não são profissionais de comunicação.

Apesar da consagração do conceito de web 2.0, na perspectiva de O’Reilly (2005), o autor levanta o tema da desavença que existe em torno do termo, gerando aceitação por parte de alguns e menosprezo por parte de outros que diriam que o novo termo não passa de uma *jogada de marketing*. Berners-Lee (2006), criador da World Wide Web e diretor da World Wide Web Consortium (W3C)<sup>14</sup>, se refere à web 2.0 como um *jargão*, “[...] que ninguém sabe direito o que significa”. Ele se posiciona dizendo que a web sempre foi intencionada como um espaço colaborativo para conectar as pessoas, onde elas pudessem interagir, não vendo diferença em relação a isso entre as chamadas web 1.0 e web 2.0. (BERNERS-LEE, 2006). Considerando que muitos componentes tecnológicos utilizados na web 2.0 foram criados até mesmo antes do surgimento da web, para alguns especialistas em tecnologia, como Berners-Lee (2006), o termo careceria de sentido.

Já na visão de Lialina (2012), a web 2.0 que, supostamente, deveria ser uma fusão completa entre pessoas e tecnologia, teria causado alienação progressiva, mantendo usuários e desenvolvedores afastados. A autora ainda diz que o efeito da web 2.0 teria sido conduzir pessoas de sites feitos por elas mesmas para sites de redes sociais. (LIALINA, 2012). Manovich (2008b, p. 8), por sua vez, argumenta que fora das indústrias culturais e do círculo acadêmico, muito mais pessoas estão

---

<sup>14</sup> World Wide Web Consortium é o órgão de coordenação para o desenvolvimento web. (BERNERS-LEE, 2006).

também escrevendo software, o que, segundo ele, em grande medida, se deve a criação de novas linguagens de programação e a publicação, por grandes companhias, de suas APIs (*Application Programming Interface*).

Em português, API quer dizer Interface de Programação de Aplicativos e, de acordo com Ciriaco (2009), “[...] é a *matrix* dos aplicativos, ou seja, uma interface que roda por trás de tudo”. A API opera por meio da comunicação de diversos códigos, que definem comportamentos específicos de objetos distintos em uma interface. Ciriaco (2009) faz uso de um exemplo de um site da web para esclarecer a questão: “[...] quando você acessa uma página de um guia de restaurantes em sua cidade, por exemplo, pode visualizar sua localização através de um mapa fornecido pelo Google Maps. Isto é realizado através da API”. A API pode interligar funções como busca de imagens, notícias, artigos, entre outras, de um site para que possam ser utilizadas em outros sites ou aplicações. (CIRIACO, 2009).

De acordo com Bittencourt (2007, p. 135), “[...] passar parte do controle do ambiente para a audiência é uma característica marcante dos *produtos* da geração Web 2.0”, e foi isso que o Pinterest fez, a partir de novembro de 2013, quando passou a disponibilizar seus códigos API ao público, colaborando com a quebra do paradigma do controle sobre a programação e adotando os padrões abertos da web 2.0. O’Reilly (2005) chama a atenção para o fato de companhias nativas da Web 2.0 desfrutarem de uma vantagem natural, pois não precisam se desfazer de antigos padrões e seus correspondentes modelos de negócios e fontes de receita, o que é o caso do Pinterest, que foi planejado, desenvolvido e lançado já dentro da lógica da web 2.0, considerando a rede como plataforma e seus usuários como colaboradores.

O material gráfico e audiovisual, chamados de *pins*, que contemplam o Pinterest só existem porque os usuários os *pinaram*. Aplicando a lógica *peer-to-peer*<sup>15</sup> à dinâmica funcional do Pinterest, podemos dizer que todo *pinner*, engajado ativamente com as funções do site, é um *consumidor* quando visualiza *pins* postados no site e um *servidor* quando posta *pins*. Isto representa, de acordo com O’Reilly (2005) uma das lições fundamentais da web 2.0: usuários agregam valor ao site e, portanto, quanto mais a plataforma do site for utilizada por usuários, melhor será a plataforma. Isto remete à *arquitetura da participação*, princípio apontado por O’Reilly

---

<sup>15</sup> A expressão faz menção ao *movimento P2P (peer to peer)*, que significa de usuário para usuário, representando a descentralização da web, em que usuários são, ao mesmo tempo, fornecedores e receptores de dados. (O’REILLY, 2005).

(2005), que seria uma ética de cooperação embutida pela qual o serviço atua, primariamente, como um intermediário inteligente que conecta as pontas (do site, fornecimento e recepção) entre si e combina o poder dos próprios usuários.

A eBay possibilita transações ocasionais de poucos dólares entre pessoas físicas, atuando como um intermediário mecânico. A Napster (embora fechada por razões de ordem legal) formou a sua rede não com a construção de um banco centralizado de músicas, mas montando um sistema de tal forma, que qualquer *downloader* também se tornava um servidor e assim aumentava a rede.

Assim como O'Reilly (2005, p. 10) se refere ao produto da eBay, o *produto* do Pinterest também poderia ser considerado como “[...] a atividade coletiva de todos os seus usuários”. E é por meio da atividade coletiva de seus usuários, que o Pinterest cresce, entretanto este crescimento só acontece porque o Pinterest oferece aos seus usuários uma estrutura propícia para que eles desempenhem suas práticas que levam à atividade coletiva, fazendo com o site opere numa dinâmica constante e sucessiva. Esta estrutura, que nesta pesquisa tratamos a partir da ideia de interface cultural, necessita sua devida problematização como forma de articular nosso movimento enquanto pesquisa em comunicação.

#### **1.4 Problema de Pesquisa**

Depois que começamos a nos atrair pela ideia de trabalhar com o Pinterest e à medida que fomos nos apropriando de alguns textos que discutiam a mídia on-line, a partir de uma perspectiva mais tecnocultural, principalmente na leitura de Manovich (2001), começamos a nos indagar em torno dessas duas referências: como poderíamos pensar a mídia on-line, com uma perspectiva tecnocultural, e o Pinterest, juntos? Para auxiliar no processo de criação do problema de pesquisa, recorreremos ao método intuitivo bergsoniano, que se tornou mais acessível para nós a partir da leitura e da interpretação que o filósofo Gilles Deleuze fez da obra de Henri Bergson.

Deleuze (2004) explica o método da intuição de Bergson utilizando-se de três regras: a primeira delas sendo sobre criação de problemas; a seguinte, sobre diferenças de natureza; e a última, sobre apreensão do tempo real. A primeira regra

---

fala sobre a existência de verdadeiros problemas e de falsos problemas; os falsos, que devem ser extinguidos, se valem de perguntas quantitativas, do tipo cuja resposta é simplesmente sim ou não, empobrecendo a pesquisa, e de mistos elaborados de forma incorreta, resultando em uma mistura impura. A segunda regra aponta que um problema bem colocado tende a responder a si mesmo e, para tanto, seu misto (duas tendências, que não são uma dualidade) deve ser composto por elementos de natureza diferentes. A terceira regra diz respeito ao tempo, entendido por Bergson como fluxo incessante, e como ele se diferencia, qualitativamente, de si mesmo. (DELEUZE, 2004).

Refletindo sobre as tendências do nosso empírico, sob a luz das regras bergsonianas explicadas por Deleuze (2004) e dos mistos (espírito-matéria, espaço-tempo, fluxo-fixo) incitados por Bergson (2006), chegamos ao misto desta pesquisa, que é formado por interfaces culturais, em seu lado *virtual*, e pelo site Pinterest, em sua porção *atual*. Ou seja, *propomo-nos a investigar a partir da seguinte questão: como as interfaces culturais se atualizam no Pinterest?* O processo de formulação do problema de pesquisa é árduo, pois não se trata de descobrir algo que está escondido, mas sim de inventar um problema que não existia:

Mas a verdade é que se trata, na filosofia e mesmo alhures, de encontrar o problema e, por conseguinte, de pô-lo, muito mais do que resolvê-lo. Pois um problema especulativo está resolvido assim que é bem posto. Entendo com isso que a sua solução existe então imediatamente, ainda que possa permanecer escondida e, por assim dizer, encoberta: só falta, então descobri-la. Mas pôr o problema não é simplesmente descobrir, é inventar. (BERGSON, 2006, p. 54).

O Pinterest e as novidades trazidas por meio de e com ele alteram e causam desequilíbrio no ambiente cultural do qual o site faz parte, acreditamos que estas mudanças, além de causarem outras consequências, atualizam aquilo que Manovich (2001) chama de interfaces culturais, ou seja, a interface humano-computador que “[...] está sendo complementada pela interface humano-computador-cultura”. (MANOVICH, 2001, p. 79). Manovich (2001) aponta que as transformações oriundas do impresso, do cinema e das interfaces humano-computador tensionam a linguagem das interfaces gráficas, o que inclui o Pinterest, e que existem nessas formas culturais modalidades específicas de organização que estruturam a experiência humana.

Para tentar compreender de que forma o Pinterest atualiza as interfaces culturais, a pesquisa é estruturada por meio de um processo chamado por Fischer (2008) de *agir arqueológico* e que tem como parâmetro o conceito de Zielinski (2006) de *arqueologia da mídia*, que vasculha por entre *arquivos*, fugindo de elementos lineares e concentrando-se em rupturas e continuidades do empírico. Este *agir arqueológico* é baseado em ações metodológicas de *escavar* imagens, *dissecar* interfaces, *identificar* molduras e *analisar* os tensionamentos culturais oriundos dos observáveis selecionados.

Os procedimentos metodológicos para a realização desta pesquisa são baseados na metodologia das molduras de Kilpp (2010) e englobam a estagnação de partes do fluxo do empírico, a construção e a autenticação de molduras, demarcações de territórios de significação e experiência, processos de dissecação e de desconstrução do material coletado, que colocam o pesquisador nos papéis de *dissecador* e *desconstrutor*, para que, por meio da investigação, estudo e análise do corpus da pesquisa, possamos identificar as características constituintes e entender as interfaces culturais tensionadas técnica e culturalmente pelo objeto Pinterest.

No próximo capítulo, abordamos a metodologia de pesquisa empregada nesta dissertação, procurando enfatizar aquilo que está na dimensão da abordagem e aquilo que está na dimensão dos procedimentos, além de também tratarmos sobre a conduta do pesquisador em relação à reflexão metodológica e ao planejamento de pesquisa. O motivo pelo qual decidimos apresentar a metodologia logo após a introdução do trabalho também é explicado.

## 2 DO RIGOR DOS PRINCÍPIOS À FLEXIBILIDADE DO MÉTODO

A finalidade deste capítulo é tornar claro e compreensível a abordagem metodológica dominante articulada para responder o nosso problema de pesquisa deste trabalho de dissertação. O pano de fundo para a constituição e a aplicação dos procedimentos metodológicos da nossa investigação acadêmica é inspirado no conceito de arqueologia da mídia, tal qual proposto por Zielinski (2006), e explicado ao longo deste capítulo. Já os procedimentos metodológicos, que também são detalhados adiante, que nós determinamos para estruturar nossa pesquisa de inspiração arqueológica, são baseados na metodologia das molduras de Kilpp (2010), que opera juntamente com o processo de dissecação da autora (KILPP, 2003) em combinação com a captura de interfaces, procedimento que utilizamos ao longo de todo o nosso trabalho.

A adoção de um *agir arqueológico* como parâmetro metodológico para o desenvolvimento da nossa dissertação legitima a nossa preferência por trabalhar com uma conduta de pesquisa que privilegie tensionamentos teórico-metodológicos que se afastem de uma perspectiva apenas linear, sequencial, seriada. Antes de prosseguirmos para os próximos subcapítulos, em que expomos e desenvolvemos os pilares metodológicos da nossa pesquisa, queremos esclarecer o motivo pelo qual nomeamos este capítulo *do rigor dos princípios à flexibilidade do método*. Este título é reflexo da nossa anuência em relação ao posicionamento de Braga (2011) quanto ao ato de fazer pesquisa e à metodologia em si:

Uma visão empiricista que pretenda extrair conhecimento diretamente do material ou situação observada, a 'olhos nus', não iria muito além de descrições superficiais, de senso comum ou em perspectivas idiossincráticas. Por outro lado, chegar à pesquisa rigidamente aparelhado de teorias irremovíveis também não promete grandes avanços de conhecimento. A tendência, aí, seria a de 'demonstrar' que a visão teórica pré-adotada é capaz de explicar totalmente o caso singular selecionado. Nesse caso, a pesquisa se limitaria a ilustrar a teoria com mais um caso. Nem se desenvolve a teoria, nem se amplia o conhecimento do objeto em sua especificidade – o resultado do estudo seria apenas uma descrição do objeto 'nos termos da teoria tal' ou sua categorização em um sistema classificatório apriorístico". (BRAGA, 2011, p. 15-16).

Braga (2011, p. 7) acredita que "[...] o abandono consensual de 'metodologia' como aparato rígido, como 'máquina formal' para processar neutramente a investigação [...] impõe maior atenção e cuidados quanto ao 'em fazendo'", em

detrimento do *a fazer*. No sentido de que, o pesquisador que abandonar regras apriorísticas e determinantes, torna a tomada refletida de decisões um elemento central do encaminhamento metodológico ao longo de todo o processo de pesquisa. Para Braga (2011, p. 7), “nessa perspectiva, a metodologia é uma sabedoria na tomada de decisões em que o pesquisador se vê constantemente envolvido”.

A partir das colocações de Braga (2011), percebemos que a reflexão metodológica é uma constante que deve ser convocada cada vez que o pesquisador se vê diante da necessidade de resolver alguma dúvida, ao longo de todo o decorrer do trabalho de pesquisa. Isso se dá porque o processo metodológico não se trata de estabelecer uma norma de conduta e passar a segui-la de maneira absoluta e impensada; segundo Braga (2011, p. 10), o pesquisador deve “[...] rever cada passo dado e refletir sobre a justeza de seu direcionamento, corrigindo-o no próprio andamento da pesquisa. Planejar é replanejar”.

Por esta razão, optamos por expor o nosso capítulo de metodologia no começo desta dissertação, para que fique explícito, desde o início, os princípios orientadores da nossa pesquisa, inspirados em um *agir arqueológico*, e o nosso posicionamento favorável quanto à flexibilização dos métodos metodológicos escolhidos por nós, quando julgarmos necessário no desenrolar da pesquisa.

## 2.1 Arqueologia da Mídia

Zielinski (2006) apresenta uma conceituação que defende que a mídia não é somente resultado da industrialização do século XIX, com o surgimento da fotografia e do cinema, mas que seria consequência de um conjunto de produtos culturais mais abrangente. Segundo o professor alemão, não se deve perceber a história como uma coleção de fatos prontos, deve-se pensar no passado da mesma forma como se pensa sobre o futuro, “[...] uma ampla gama de possibilidades”. (ZIELINSKI, 2011). Para explorar as variedades que se tornam possíveis a partir de um olhar mais aberto, menos preso às limitações impostas pela linearidade histórica e por verdades teóricas absolutas, Zielinski (2006) trouxe da paleontologia o termo tempo profundo.

Uma investigação do tempo profundo das atrações da mídia deve fornecer mais do que uma simples analogia entre os resultados das pesquisas sobre a história da Terra e seus organismos e a evolução dos meios técnicos. Eu uso certas premissas conceituais da paleontologia, que são esclarecedoras

para o meu próprio campo específico de investigação - a arqueologia da mídia - como orientações: a história das civilizações não segue um plano divino, nem eu aceito que, sob uma camada de granito, não há mais estratos de descobertas intrigantes a serem feitas. A história da mídia não é o produto de um avanço previsível e necessário do aparato primitivo ao complexo. O estado atual da arte não representa necessariamente o melhor estado possível, no sentido de excelência de Gould. (ZIELINSKI, 2006, p. 7).

A Zielinski não interessa a origem de um fenômeno, até porque isso implicaria em algo refutado por ele, no conhecimento de uma dada verdade; ele volta ao passado para buscar “[...] derivações, desdobramentos, movimentos labirínticos, ruas sem saída, interrupções de processos”. (ZIELINSKI, 2011). Com isso, em vez de se criar “[...] uma história linear, marcada pela progressiva e indiferente acumulação de fatos, surgiria uma história qualitativa, eivada de rupturas, descontinuidades e catástrofes”. (FELINTO, 2010).

O termo *anarqueologia* foi proposto por Zielinski (2011) como uma opção à historiografia narrativa, no que diz respeito à linearidade das acepções históricas, sendo que a proposta de uma (an)arqueologia da mídia remeteria à uma mudança energética do olhar histórico considerado tradicional, segundo Felinto (2010), “[...] em lugar de buscar o antigo no novo, é preciso encontrar algo novo no antigo”. E isto só é possível quando focamos em momentos dinâmicos e desuniformes, tensionando-os com diversas conjunturas do tempo presente, relativizando-os e tornando-os mais críticos. (FELINTO, 2010).

O conceito de *archaiologia*, narrativas da história, abrange não só o antigo, o original (archaios), mas também o ato de governar, de regulamentar (archein) e seu substantivo *archos* (líder). *Anarchos* é o *nomen agentis* para *archein*, e significa ‘ausência de líder’, e também ‘falta de moderação ou disciplina.’ Há mais de dez anos, ao discutir o conceito de Foucault a respeito de uma arqueologia do conhecimento, Rudi Visker utilizou o termo ‘anarchéologie’ para descrever um método que evita a possibilidade de identificar um “objeto padronizado de uma experiência original”. Uma história que vincula imaginação, escuta, e a arte da combinação por meio do uso de dispositivos técnicos; que privilegia o sentido de suas múltiplas possibilidades em relação a suas realidades, na forma de produtos, não pode ser escrita com pretensões vanguardistas, ou com disposição mental de mostrar o caminho. Tal história deve reservar a opção de sair pela tangente, para ser desenfreadamente entusiástica, e, ao mesmo tempo de criticar o que deve ser criticado. Esse método descreve um padrão de pesquisa, e deleita-se com quaisquer regalos de surpresas verdadeiras. (ZIELINSKI, 2006, p. 44, grifo do autor).

O percurso da pesquisa arqueológica atravessaria camadas do passado e formaria coleções heterogêneas surpreendentes, já que concentraria mais atenção

na potencialidade do que no acontecido, observa com mais dedicação as *descobertas fortuitas* e acolhe experimentos múltiplos. (FELINTO, 2010). É indispensável que esclareçamos a maneira como a arqueologia da mídia retorna a períodos e acontecimentos anteriores; “[...] não se trata de mapear o passado para se dimensionar o presente”. (MACHADO, 2002). O fulcro impulsionador da arqueologia da mídia é a oportunidade de revisar as potencialidades do tempo.

O tempo presente, assim concebido, não é nada mais que um estágio, um ‘pré-tempo’ de algo em movimento. O objetivo elementar dessa concepção é a recuperação do fluxo continuado da história em sua conectividade com o presente. Se existe uma ideia germinadora da arqueologia, esta é, sem dúvida, a noção de interconectividade, de fluxo entre eventos, fenômenos, descobertas e, por que não?, mentalidades. (MACHADO, 2002).

Seguindo a linha de raciocínio de Machado (2002), não basta, no caso do empírico do nosso trabalho, realizarmos uma pesquisa meramente cronológica do Pinterest, levantando as datas em que ocorreram alterações significativas no site; sim, estes momentos também são relevantes, tanto o são que alguns movimentos neste sentido são executados por nós e seus resultados aparecem em alguns capítulos desta dissertação, mas eles quase nada acrescentariam à pesquisa se não fossem contextualizados dentro de uma perspectiva mais profunda, representada aqui pelo conceito de interfaces culturais de Manovich (2001), tensionados por cenários trazidos de outras formas culturais, como a web, os painéis físicos, as redes sociais, e pensados por meio de conceitos, teorias e metodologias midiáticos.

A arqueologia da mídia é uma disciplina para estudar as inter-relações dos meios e não somente as bases substanciais desses meios. De acordo com Machado (2002), para Zielinski, os meios, os veículos, não existem, para ele “[...] meios de comunicação são espaços de ação para tentativas construídas de conectar o que é separado”. (ZIELINSKI, 2006, p. 7). O que afetaria a conexão entre os meios não é a existência de novas máquinas, mas a capacidade de montar, editar textos. (MACHADO, 2002).

Minha arqueologia apela no sentido de manter o conceito de mídia tão aberto quanto possível. O caso relativo à mídia é similar à relação endofísica de Roessler com a consciência: nadamos nela como um peixe no oceano; é essencial para nós, e por este motivo é inacessível para nós. Tudo o que podemos fazer é realizar certos cortes na consciência para garantir acesso operacional. Estes cortes podem ser definidos como constructos; no caso da mídia, como interfaces, dispositivos, programas, sistemas técnicos, redes e formas midiáticas de expressão e realização,

como filmes, vídeos, instalações de máquinas, livros, ou websites. Encontramos tudo localizados entre o um e o outro, entre a tecnologia e os seus usuários, entre diferentes lugares e tempos. Nesse domínio da mediação, a mídia processa, modela, padroniza, simboliza, transforma, estrutura, expande-se, combina e vincula. Realiza isso com a ajuda de símbolos, acessíveis aos sentidos humanos: números, imagens, textos, sons, designs e coreografia. Os mundos da mídia são fenômenos do relacional. O um ou o outro podem ser tão plausíveis a partir da maneira pela qual se contemplam os objetos, como a partir das pontes e fronteiras construídas entre eles ou em torno deles. No entanto, não é minha intenção colocar um limite nos diversos vínculos possíveis, fazendo-os se definir ou assumir compromissos. (ZIELINSKI, 2006, p. 51-52).

Zielinski (2006) insiste na necessidade de reinventar o mundo, por isso, para ele, a arqueologia da mídia é concebida como um processo de redescobertas, tanto de objetos tecnológicos da cultura quanto das particularidades do tempo. (MACHADO, 2002). Com uma série de desdobramentos, resultante da (an)arqueologia, Zielinski (2011) tenta satisfazer, pelo menos, três medidas: pensar em termos mundiais, e não eurocêntricos; ponderar de modo cósmico, em vez de antropocêntrico; e construir e interpretar histórias dinâmicas e multilineares, em oposição a episódios estáticos e monolineares. (ZIELINSKI, 2011). Estas ações são aplicadas para fugir de tendências dominantes, predisposições imperativas, correntes preponderantes, afim de descobrir variações individuais e assim criar uma *variantologia da mídia*.

Ao investigar a longa acumulação de camadas históricas de sentido e experimentos tecnológicos, Zielinski promete uma paradoxal ciência da 'variantologia da mídia', uma investigação dos fenômenos que são diametralmente opostos, que se tocam uns aos outros de forma errada, onde existe fricção entre eles e mesmo repulsão mútua, mas que se congregam sob um teto provisional, de tal modo que a qualquer momento são capazes de se afastar novamente e operar de forma autônoma. (FELINTO, 2010).

Zielinski (2011) define a pesquisa (an) arqueológica como uma espécie de *máquina do tempo*, por meio da qual se pode resgatar variedades e diversidades do passado para a posteridade, auxiliando, de certa forma, a gerar o futuro. (ZIELINSKI, 2011). Na nossa dissertação, esta *máquina do tempo* é acionada por meio de processos inspirados na ideia de *escavação*, estruturados pelos conceitos de molduras e de dissecação, ambos propostos por Kilpp (2010, 2003) e retomados por Fischer (2008) e Montañó (2012) em suas pesquisas sobre websites. Com este movimento, esperamos autenticar particularidades do Pinterest, que discutem as especificidades do nosso empírico como interface cultural, que até agora foram

negligenciadas por outros trabalhos acadêmicos, e a partir daí contribuímos, possivelmente, com novos sentidos e novas definições, sempre com uma visada tecnocultural, em relação ao entendimento do site como artefato atualizante das interfaces culturais e de si mesmo.

## 2.2 Metodologia das Molduras

A metodologia das molduras de Kilpp (2010) foi desenvolvida pensando sobre o fluxo televisivo, entretanto, as percepções da autora sobre o funcionamento da televisão e os modos propostos por ela para melhor compreendê-la permitem seu uso para reflexão e estudo de outros meios midiáticos, como no caso da nossa pesquisa, cujo empírico se trata de um site. Esta perspectiva de adaptação da metodologia das molduras a outros meios já foi utilizada nos trabalhos de Bittencourt (2007), Fischer (2008), Montaña (2012). Para pensar a televisão além de seu teor contudístico, Kilpp (2010, p. 17-18) esquematizou a metodologia em questão em torno de três eixos: ethicidades, molduras e imaginários, os quais explicamos a seguir meramente para evidenciar a trajetória do pensamento da autora:

- a) ethicidades são construtos midiáticos, “[...] durações, personas, objetos, fatos e acontecimentos” veiculados pelas mídias, cujas atualizações se dão por meio de molduras e moldurações, e seus sentidos (éticos e estéticos) são atribuídos a partir das relações entre emissor e receptor;
- b) molduras são *territórios de significação* que, juntamente com moldurações, agenciam os sentidos das ethicidades. Moldurações, mais especificamente, referem-se a operações técnicas e estéticas que ocorrem dentro das molduras, ou seja, é a ação de moldurar, é o processo de significação. Já os emolduramentos são o resultado do processo de molduração, dizem respeito ao emprego de sentidos, cujas referências são pessoais e culturais;
- c) imaginários são identidades coletivas, “[...] conjunto de marcas de enunciação das culturas”, visíveis nos produtos culturais (programas de televisão, livros, filmes) e atravessadas pelas diversas concepções da extremidade receptiva, representada pelo espectador no caso televisivo e

pelo usuário na conjuntura web, que está inserida e, portanto, influenciada pela sociedade.

A partir da perspectiva de Kilpp (2010), podemos considerar o Pinterest como uma ethicidade, uma síntese midiática criada a partir da combinação de vários elementos tecnoculturais, cujo sentido identitário é ofertado por meio da sobreposição de suas molduras nas suas interfaces culturais. De acordo com Damasceno (2011), o desmantelamento da justaposição destas molduras é essencial para evidenciar os procedimentos técnicos, éticos e estéticos constituintes dos processos de significação do empírico da pesquisa, no nosso caso, o Pinterest e, a partir disso, percebermos o que é próprio do objeto na qualidade de interface cultural.

Sabemos que um movimento de *desnaturalização* do uso do Pinterest é necessário para conseguirmos estender a visão de pesquisador para além dos conteúdos e dos costumes de conduta em relação ao objeto de pesquisa e enxergar suas peculiaridades *sui generis*. Para perceber as práticas próprias do Pinterest, temos que conservar um olhar atento e, ao mesmo tempo, transitório para captar sutilezas e subjetividades fundamentais à pesquisa, que, de outro modo, podem passar despercebidas. (KILPP, 2003). Sendo assim, podemos dizer que devemos assumir o papel de detetive errante, sem assento fixo, perambulando por entre pistas e rastros imagéticos.

Com o intuito de construirmos um caminho em direção a respostas para o nosso problema de pesquisa, exposto e descrito no capítulo introdutório desta dissertação, julgamos importante ratificar o posicionamento de Kilpp (2003) sobre molduras, que, na concepção da autora, são pensadas como:

[...] os confins instaurados pelo encontro de duas ou mais superfícies ou formas diferentes, confins esses que produzem uma ilusão de bordas que atuam como se fossem filtros de parte a parte, e que implicam novos sentidos sobre as partes (superfícies ou formas). (Kilpp, 2003, p. 37).

Para Kilpp (2010), molduras são líquidas, fluentes, e só se tornam perceptivas por meio do quadro da experiência e da significação; molduras não possuem função de sentido, sua função é estética, entretanto produzem oferta de sentido, que, no final, é agenciado entre emissão e recepção; molduras teriam, portanto, papel

instrumental de explicitar potencialidades das interfaces culturais do Pinterest e suas lógicas operativas.

As molduras não têm sentido em si mesmas, mas estão aí para produzir os sentidos. Quase sempre elas se encontram discretizadas em relação ao principal, quer dizer, são imagens de grande opacidade, que não estão aí para ser percebidas, mas ao contrário, para esconder e disfarçar os modos da produção das imagens principais (as que são percebidas na espectação habituada). (KILPP, 2010, p. 25).

A metodologia das molduras exige uma grande sensibilidade por parte do pesquisador para perceber os diferentes tipos de molduras (as fixas, as flexíveis, as que surgem dentro de outras molduras, as discretizadas, que representam opacidade), para ler as dinâmicas de interação existentes entre os diferentes tipos de molduras citados e para identificar os recortes limítrofes, por vezes sutis, que traçam territórios de significação.

[...] a metodologia das molduras é um conjunto de procedimentos de análise de audiovisuais, que são articulados por uma conjunção de referências teórico-metodológicas, e que se orienta (às vezes desorienta) pelo rigor de princípios epistemológicos, filosóficos, políticos e estratégicos. Ela articula intuição, cartografias, desconstrução e dissecação, ao mesmo tempo em que busca assegurar o rigor de um princípio ético-estético (a diferença solidária de Guattari) que é anterior a tudo: o de manter a pesquisa sempre em aberto; de autenticar linhas de fuga e inventar platôs – nós articuladores ou conexões entre as linhas –; de acessar e atualizar níveis da memória do objeto, sua duração, devir e potência. (KILPP, 2010, p. 26-27).

O processo de intuição é utilizado na construção do misto, núcleo do problema de pesquisa deste trabalho, exposto na introdução deste trabalho. Já os procedimentos de cartografia, desconstrução e dissecação aplicados em conjunto, no empenho de desenvolver soluções para as indagações que surgiram a partir do misto, podem ser observados no capítulo de análise da dissertação.

Para Kilpp (2003), a dissecação, cuja ação está associada ao ato de cartografar imagens, é um mecanismo utilizado para identificar molduras. Durante a dissecação, no momento em que se está resgatando interfaces, o processo é organizado por meio de um *quadro*, elemento organizacional, que permite a autenticação de molduras, servindo de instrumento na estruturação e organização da visão analítica do pesquisador sobre os observáveis percebidos e coletados para a pesquisa.

Agora, além de detetive errante, o pesquisador é colocado no papel de dissecador e de *desconstrutor*, cujas funções e atividades vão ao encontro daquilo que Zielinski (2006) descreveu como sendo o trabalho de um arqueólogo da mídia:

Ao procurar, coletar e classificar, o arqueólogo atribui significados; e esses significados podem ser totalmente diferentes daqueles que os objetos tinham originalmente. O envolvimento nesse trabalho suscita um paradoxo; isto é, dependemos dos instrumentos das técnicas culturais para ordenação e classificação, enquanto, ao mesmo tempo, nosso objetivo é respeitar a diversidade e a especificidade. A única solução para esse dilema é rejeitar a ideia de que esse trabalho é inovador: renunciar ao poder, do qual podemos facilmente nos apossar, é muito mais difícil do que alcançar uma posição que seja possível manejar. (ZIELINSKI, 2006, p. 44).

Zielinski (2006, p. 52), ao explicar o que entende por *curiosidade*, quando diz que a “[...] (an) arqueologia da mídia é uma compilação de curiosidades”, acaba orientando o pesquisador sobre como proceder no decurso de suas buscas:

Por curiosidade, entendo achados da rica história de visão, da audição, e do uso combinado dos meios técnicos: coisas em que algo centelha ou brilha - sua bioluminescência - e também que aponta para além do significado ou da função do seu imediato contexto de origem. Nesse sentido, refiro-me a objetos de atração, sensações, eventos ou fenômenos, que criam alvoroço e chamam a nossa atenção; exigem ser retratados de tal forma que seu potencial de estímulo possa se desenvolver e florescer. Os achados devem ser abordados com respeito, cuidado e boa vontade, sem serem desacreditados ou marginalizados. (ZIELINSKI, 2006, p. 53).

Aquilo que Zielinski (2006) entende por *objetos de atração*, Canevacci (2012), no nosso entender, chama de *atrator*:

[...] elemento que, quando eu estou navegando na internet ou caminhando na rua mais ou menos distraído, captura meu olhar e meus sentidos, mobiliza todo o corpo do observador que se estranha com a visão e com a sensação. Um elemento que impele o corpo de quem olha. (CANEVACCI, 2012, p. 163).

Independentemente do que se decida chamar estes elementos, o importante é ficarmos atento à sua *luz* e ao que ela *reflete* para nós como pesquisadores; *treinar* nossos olhares de pesquisadores para avistar *atratores*, cuja *bioluminescência* seja significativa o suficiente para retirá-los do fluxo do empírico, por meio de cartografias, e analisá-los, por dissecação, autenticando molduras, em tensionamento com o conceito de interfaces culturais, trazido na introdução deste trabalho e explicado no próximo capítulo.

### 3 DAS INTERFACES ÀS INTERFACES CULTURAIS

Este capítulo se propõe a pensar o Pinterest como interface cultural (MANOVICH, 2001) e este movimento tem por objetivo fundamental compor o nosso entendimento do conceito de interface cultural, afetado pelo nosso objeto de pesquisa. Entretanto, antes de chegarmos ao ponto de tensionar o objeto de pesquisa com o conceito cunhado por Manovich (2001), acreditamos que seja oportuno realizar um apanhado em torno da palavra interface e de algumas concepções acadêmicas. Pensamos que tais concepções acadêmicas não são visões necessariamente diferentes sobre um mesmo tema, mas angulações complementares que auxiliam na compreensão de um conceito que, segundo Johnson (2001, p. 10), “[...] merece mais elucidação”, já que por vezes seria tomado como amplo demais e por outras demasiadamente estreito.

Além de um caminhar por definições e pensamentos sobre interface, este capítulo traz outros elementos estimulados por aspectos constitutivos do empírico Pinterest, como, por exemplo, noções do formato *web*, características de redes sociais e, até mesmo, formas culturais prévias à internet, e traz também outras concepções e conceitos que, de acordo com a perspectiva tecnocultural desta pesquisa, atravessam o termo interface cultural (MANOVICH, 2001), como: design de interfaces, sociedade da informação, cultura do software, remediação.

#### 3.1 Metáforas de Interface

Para auxiliar na construção de novos modelos conceituais, as pessoas fazem uso de analogias e metáforas<sup>16</sup>, combinando conhecimento familiar com novos conceitos. (PREECE; ROGERS; SHARP, 2005). Lima (2008) explica que as metáforas remetem ao campo semântico da linguagem e são definidas como figuras de linguagem que determinam um ponto de similitude entre coisas diferentes. Como recurso didático, as metáforas são utilizadas para facilitar a compreensão de um novo conceito por meio de uma comparação explícita entre a incógnita do novo e a familiaridade de algo conhecido, utilizado como referente. Metáforas auxiliam na construção de novos modelos mentais baseados em conhecimentos e experiências

---

<sup>16</sup> Assim como os autores, empregamos ambos os termos como sinônimos. (PREECE; ROGERS; SHARP, 2005, p. 77).

anteriores para estruturar conceitos até então desconhecidos e abstratos. (NILTON, 2011).

As metáforas de interface, de acordo com Preece, Rogers e Sharp (2008), sob um ponto de vista da HCI, são bem sucedidas, pois oferecem aos usuários um mecanismo familiar para orientá-los e auxiliá-los a entender e aprender como utilizar um sistema. Nilton (2011) utiliza o exemplo da similaridade entre a máquina de escrever e o software de edição de texto para ilustrar uma metáfora entre a ação de se trabalhar com o texto de maneira orgânica e de forma digital. As duas ferramentas oferecem elementos em comum, como teclado, barra de espaço, tecla de retorno, além de também apresentarem execuções correlatas, como a impossibilidade de se teclar mais de um caractere por vez e a visualização da letra logo após sua tecla correspondente ser pressionada. Estas similaridades permitem que o sujeito interprete e prediga como o software editor de texto funciona, criando um novo modelo mental de como trabalhar com texto, atualizando, desta forma, suas referências anteriores.

Para Johnson (2001, p. 62),

o que torna uma metáfora poderosa é o hiato entre os dois pólos da equação. As metáforas criam relações entre coisas que não são diretamente equivalentes. Metáforas baseadas em identidade completa nada têm de metáforas. No design de interface tradicional, uma 'janela' de computador exibe uma espécie de semelhança superficial com uma janela do mundo real, mas é a diferença que assegura o sucesso da metáfora. [...] Obviamente não podemos sobrepor as janelas de nossa cozinha umas às outras, nem 'rolar' a vista que oferecem. Entre a janela real e a virtual há uma distância necessária, que torna a analogia útil para nós.

Ao pensar sobre o *hiato*, de que fala Johnson (2001), fazemos uma associação com uma questão trazida por Boechat (2004), quando realiza um percurso abrangente ao longo de diversas aplicações do termo interface: movimentos de percepção e de interação, cujo entendimento se torna mais claro nos próximos parágrafos.

Boechat (2004) inicia seu trajeto de pesquisa pelos campos da física e da biologia, e, embora não seja nosso propósito abordar a definição de interface sob estes panoramas, julgamos a menção do percurso inicial da pesquisa da autora relevante para que o leitor compreenda o nosso entendimento sobre as implicações do termo interface. A pesquisadora explica que a origem do termo interface vem da física, em que significa superfície de contato entre dois elementos diferentes que

não se misturam, sendo apenas uma fronteira impermeável oriunda do movimento de contato entre os dois lados. (BOECHAT, 2004, p. 17-18). Esta impermeabilidade deixaria de existir do ponto de vista da biologia, quando a interface é entendida não somente como um limite, mas também como uma superfície porosa de troca e de transferências de elementos de um meio para o outro. A partir do momento em que é considerado o contágio entre suas partes, a interface passaria a ser vislumbrada por meio de movimentos de percepção e de interação, apropriações perceptivas que determinam reações.

Acreditamos que estes movimentos de percepção e de interação de que fala Boechat (2004) se manifestem na *distância necessária* trazida por Johnson (2001). O *hiato* de Johnson (2001), na nossa assimilação, representa a zona de contágio entre as partes da metáfora da interface, interpretada pelo homem, cuja percepção “[...] é o homem se fazendo interface” (BOECHAT, 2004, p. 21). Ou seja, o homem, assim como a interface, e suas metáforas, também é contagiado por trocas e transferências entre os meios, que através de um processo incessante e permanente, se retroalimentam e, conseqüentemente, se atualizam. Com isto queremos dizer que, a partir do nosso pressuposto, a compreensão de metáforas de interfaces pelo homem se dá por meio de contágios.

Pensando sobre o nosso empírico, podemos dizer que o Pinterest, considerado aqui como interface cultural, que, para ser compreendido também faz uso de metáforas, através de usos e apropriações, resultantes de contágios, do homem (usuário), atualiza o conceito de interface cultural e, por conseguinte, a ele próprio. É este ciclo contínuo e permanente, contaminado por percepções oriundas de referências e concepções prévias e presentes, de atualizações, uma das motivações para avançar nas possibilidades de reflexão sobre as interfaces web, neste caso, pensadas culturalmente.

Vale lembrar que estas atualizações não acontecem de maneira suave, previsível e inconsequente:

É sempre questão de conexões, de reinterpretações, de traduções em um mundo coagulado, misturado, cosmopolita, opaco, onde nenhum efeito, nenhuma mensagem pode propagar-se magicamente nas trajetórias lisas da inércia, mas deve, pelo contrário, passar pelas torções, transmutações e reescritas das interfaces. (LÉVY, 1993, p. 176).

Acreditamos que o pensamento de Lévy (1993), neste caso, possa ser articulado com a posição de Galloway (2008, p. 939), quando este diz que a “[...] interface é um efeito de relação”, o que pode ser interpretado como o fato de que não há contato entre elementos e meios sem que não haja *contaminação* entre as partes; a interface não é uma tradução literal, não é uma passagem sem obstáculos de um lado para o outro. Ao entrarem em contato, as partes envolvidas vão sofrer alterações em suas estruturas, elas vão sofrer os efeitos desta relação. (GALLOWAY, 2008).

Para Galloway (2008), a interface não é uma *coisa*, não é algo que simplesmente aparece pronto, no sentido de acabado, perante o sujeito. Para o autor, a interface é o lugar onde a informação se move de uma entidade para outra, de um nó para outro dentro de um sistema; a interface é sempre um efeito, um processo, uma tradução, o estado de *estar no limite*, o momento em que elementos significativos são entendidos como distintos, entretanto igualmente relevantes. A perspectiva tecnocultural desta pesquisa compartilha do pensamento de que o conceito de interface está relacionado ao efeito dos contágios mútuos e diversos entre os elementos e os meios envolvidos em cada *relação* interfaceada.

Considerando que não é intenção deste trabalho, nem seria algo praticável, abordar o conceito de interface sob todos os aspectos possíveis, chega o momento de começarmos a trabalhar o conceito sob o panorama em torno do qual esta dissertação se propõe a explorar: a computação, que, segundo Ladeira (2013, p. 32), possuiria a “[...] capacidade de produzir representações”. Para o autor, a interface gráfica viria a ser “[...] o caso mais bem sucedido”, na conjuntura das tecnologias da computação, de produção de espaços de representação, “[...] com suas janelas possíveis de mediar as mais diversas representações, significativamente dependentes da manipulação e intervenção do usuário”. (LADEIRA, 2013, p. 34).

Na computação gráfica, no entendimento de Spagnuolo (2012), a metáfora é uma representação que se apropria de referências, valores e culturas do universo do sujeito para criar uma sensação de familiaridade e gerar compreensão sobre uma interface. Esta colocação torna-se bastante clara quando observamos os ícones dispostos em nossos computadores: lixeiras, relógios, calculadoras, pastas, câmeras, envelopes, selos, botões, livros. Para facilitar o ato comunicativo entre usuário e máquina, a história da computação gráfica optou por operar sob o análogo,

a semelhança, o familiar, por meio do uso de metáforas, em vez de agir sob o abstrato. (LIMA, 2008, p. 27). Esta escolha originou um paradigma no design de interfaces, a interface gráfica do usuário (GUI). (ZMOELNIG, 2000).

### 3.2 Interface Gráfica do Usuário (GUI)

De acordo com Zmoelnig (2000), o primeiro teorista no estudo da interface homem-computador (HCI) foi Vannevar Bush, que publicou, em 1945, um artigo intitulado *As we may think*, no qual ele descreve uma ferramenta para administrar informações chamada Memex, visionando um sistema de hipermídia onde dados seriam armazenados em microfilme e poderiam ser acessados, *hiperligados* e programados, antecipando uma das propriedades mais importantes que a web teria anos depois, o hipertexto<sup>17</sup>. Douglas Engelbart<sup>18</sup>, inspirado pelo trabalho de Bush, pesquisava sobre HCI na Universidade de Stanford, quando foi convidado pela NASA para gerenciar um centro de pesquisa chamado Augmentation Research Center (ARC) no início dos anos 1960. Durante sua gestão, diversos conceitos e aparelhos foram desenvolvidos: combinação entre computador, teclado e tela; software de edição de texto; o mouse e o princípio de apontar e clicar; janelas múltiplas; software de hipertexto; conferências entre computadores conectados baseadas em texto. Todos esses aparatos criaram a base da *manipulação direta*, a concepção de interagir por meio de gestos, um paradigma da HCI, cujos aspectos vemos hoje revisitados nas interfaces contemporâneas de aparelhos eletrônicos como vídeo games, celulares, *tablets*.

Durante a década de 1960, poucos cientistas da computação, como Ted Nelson e Alan Kay, entendiam que o computador, eventualmente, deixaria de ser apenas uma máquina de processar dados para se tornar um mecanismo de cultura, assim como poucos cientistas sociais percebiam que lidar com informação estava se tornando mais importante que a manufatura industrial. (MANOVICH, 2008a).

Zmoelnig (2000) diz que a empresa Xerox, impulsionada pela visão do escritório sem papel, passou a investir em pesquisa tecnológica e fundou o centro de

---

<sup>17</sup> “O hipertexto é um texto reticular, uma rede composta de nós que formam o seu tecido, cada um dos quais sendo a associação de palavras-chave (obras, autores, temas, conceitos) representados sob a forma de textos, imagens e sons”. (PARENTE, 1999, p. 70).

<sup>18</sup> “Doug Engelbart teve uma carreira notavelmente eclética e visionária, mas por essa única demonstração já merece sua reputação de pai da interface contemporânea”. (JOHNSON, 2001, p. 24).

pesquisa Xerox Palo Alto (PARC), onde reuniu cientistas, programadores e pioneiros da HCI com o intuito de desenvolver a arquitetura da informação do futuro e humanizar computadores. Entre seus pesquisadores estavam Bob Taylor e Alan Kay, que, nos anos 1970, desenvolveram o primeiro computador pessoal, o Xerox Alto, e a primeira interface gráfica do usuário, a Xerox Star, substituindo o sistema operacional baseado em interface por comando de linha de código. Devido ao alto custo de produção, a Xerox não avançou no desenvolvimento de máquinas para o mercado, atitude que foi tomada pela Apple e concretizada pela empresa, em 1984, com o lançamento do Apple Macintosh, o primeiro computador pessoal que priorizou todos os tipos de usuários, não somente pessoas que fossem especialistas em informática. (ZMOELNIG, 2000). A autora diz que a interface gráfica do usuário introduzida pelo Macintosh foi a revolução essencial que permitiu aos usuários compreender e utilizar o computador facilmente, por meio de suas analogias inovadoras: menus, pastas, lixeiras, janelas, formando a chamada metáfora do desktop (JOHNSON, 2001), explicada em detalhes no próximo subcapítulo, que passou a inspirar a criação de outros aplicativos e sistemas operacionais e até hoje não deixou de ser uma referência em termos de HCI.

Johnson (2001) diz que a rapidez com que essas analogias surgem em nossas mentes atesta o extraordinário sucesso da GUI, que “[...] continua sendo o padrão pelo qual todas as interfaces são julgadas” (JOHNSON, 2001, p. 54), já que todas as interfaces que surgiram desde então, não passam de variações em torno da ideia original. O autor afirma ainda que:

a adoção generalizada da GUI operou uma mudança colossal no modo como os seres humanos e os computadores interagem, e expandiu enormemente a capacidade de usar os computadores entre pessoas antes alienadas pela sintaxe misteriosa das interfaces mais arcaicas de 'linha de comando'. (JOHNSON, 2001, p. 24)

De acordo com Fuller (20--), a GUI permitiu ao poder computacional saltar de posições relativamente isoladas, por exemplo, de máquinas de gerenciamento de folha de pagamento habilmente assistidos, utilizados nos núcleos dos bancos, a novas formas de relação com as pessoas e outros processos. Ela permitiu aos usuários de computador desenvolverem um senso visual e espacial do que eles estavam fazendo; permitiu, inclusive, que a figura do usuário se tornasse parte de nossa tecnocultura contemporânea de forma mais explícita.

Falar sobre tecnocultura contemporânea nos faz convocar algumas percepções complementares em relação à sociedade da informação. Em um texto em que Manovich (2008a) apresenta o conceito de info-estética, que ele define como sendo um novo paradigma para entender a cultura contemporânea, o autor observa que a expressão *sociedade da informação* foi utilizada pela primeira vez antes mesmo do início da revolução dos computadores.

Mesmo um visionário como Marshall McLuhan, que parecia prever com precisão a maioria dos recursos da cibercultura contemporânea cerca de três décadas antes de eles existirem, ignorou os computadores. (MANOVICH, 2008a, p. 1, tradução nossa).

Segundo Manovich (2008a), “[...] o processamento de informação tem [...] se tornado a dimensão chave de nosso cotidiano” (MANOVICH, 2008a, p. 2, tradução nossa). Seja dentro ou fora do trabalho, guarda-se, busca-se e recupera-se informações e dados em buscadores on-line, bancos de dados e gestores de informação. Mesmo as pessoas que não têm acesso direto a computadores, têm suas vidas afetadas pela informatização, já que os agentes tomadores de decisão das sociedades onde estas pessoas vivem, como empresas, ONGs e instituições governamentais, são, em sua grande maioria, computadorizados.

Com a informatização da cultura, o software passou a ter uma posição dominante na rotina da sociedade da informação, visto que quase todo o conteúdo processado na sociedade passou a ser mediado por software, desde a produção até a distribuição. Assim, para Manovich (2011), vive-se atualmente uma cultura do software:

Motores de busca, sistemas de recomendação, aplicações de mapeamento, ferramentas de blog, ferramentas de leilão, clientes de mensagens instantâneas, e, claro, as plataformas que permitem que outros escrevam novos softwares - iOS, Android, Facebook, Windows, Linux, - estão no centro da economia global, a cultura, a vida social, e, cada vez mais, a política. E este ‘software cultural’ - cultural no sentido de que ele é usado diretamente por centenas de milhões de pessoas e que ele carrega ‘átomos’ da cultura (meios de comunicação e informação, bem como as interações humanas ao redor destes meios de comunicação e informação) - é apenas a parte visível de um universo de software muito maior. (MANOVICH, 2011, p. 1, tradução nossa).

Por causa da *softwareização* da cultura, a programação de computadores, em si uma atividade humana, que produz e é produzida por esta cultura do software, passaria a encapsular o mundo de acordo com a sua lógica, que poderia ser

sintetizada em dois tipos de objetos de software complementares: estruturas de dados e algoritmos.

Qualquer processo ou tarefa é reduzida a um algoritmo, a sequência final de operações simples que um computador pode executar para realizar uma determinada tarefa. E qualquer objeto no mundo - seja a população de uma cidade, ou a previsão do tempo ao longo de um século, uma cadeira, um cérebro humano - é modelado como uma estrutura de dados, ou seja, os dados organizados de uma forma particular para busca e recuperação eficientes. (MANOVICH, 20--, tradução nossa).

Boechat (2012) alerta que, a partir de um ponto de vista humano, o fluxo de dados puro é indecifrável e infinito, por isso, há a necessidade de camadas que formem superfícies de contato. Manovich (2008a) dá o exemplo de computadores que precisam estar envoltos por capas protetoras e equipados com dispositivos como telas, mouses e teclados para garantir seu uso adequado pelo homem e de textos, tanto impressos quanto eletrônicos, que precisam ser exibidos de maneiras apropriadas para serem lidos. Com estes exemplos, o autor evidencia que, embora a palavra *informação* contenha a palavra *forma*, para servir à sociedade, a informação deve estar sempre envolvida por algum tipo de forma externa. (MANOVICH, 2008a).

Sintetizando, o processamento de informações atua tanto como uma força fora de uma forma, por assim dizer, (isto é, os novos hábitos de percepção, comportamento, trabalho e divertimento), quanto como o próprio método por meio do qual as formas são projetadas. (MANOVICH, 2008a, p. 3, tradução nossa).

No caso da computação, a forma que envolve a informação seria a interface gráfica do usuário (GUI), que possibilita a mediação entre usuários e tecnologias digitais. Segundo Johnson (2001), a interface, neste caso, atuaria como uma espécie de tradutor, mediando usuário e computador, tornando um sensível ao outro.

Fuller (20--) fala sobre a relação entre software e usuário, em que o primeiro seria desenvolvido para atender às necessidades e corresponder o comportamento do segundo, mas sem esquecer que o usuário também se adapta ao software, gerando assim uma correlação mediada pela usabilidade<sup>19</sup> da interface, cuja

---

<sup>19</sup> Usabilidade é “a capacidade de um produto ser usado por usuários específicos para atingir objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto específico de uso”. (DIAS, 2003, p. 4).

potencialidade está sujeita a inovações advindas desta correlação; tratando-se de um ciclo *atualizante*.

Lialina (2012) também fala sobre o termo usuário, entretanto o foco da autora é *defender* o uso da expressão, indo contra uma suposta *vertente* que estaria substituindo a palavra usuário pelo termo pessoas. Para a autora, esta troca seria perigosa, pois deixar de usar a expressão *usuário* representaria o fim do reconhecimento de duas classes de pessoas: desenvolvedores e usuários. E isto poderia levar ao enfraquecimento daquilo que Lialina (2012) chama de *direitos dos usuários*, como exigir melhores softwares e a liberdade de *ver* o computador.

Outro ponto levantado por Lialina (2012) é que seria errado pensar que computadores e desenvolvedores vieram antes dos usuários, sendo que estes foram o centro das atenções durante o desenvolvimento do computador pessoal. Dando sustentabilidade ao seu argumento, a autora cita, entre outros exemplos, que Engelbart estava mais interessado em construir a pessoa que poderia usar o computador, o usuário, do que o próprio computador pessoal. Ou seja, para Lialina (2012), *usuários são o produto da imaginação* e eles continuam a ser re-imaginados e re-inventados.

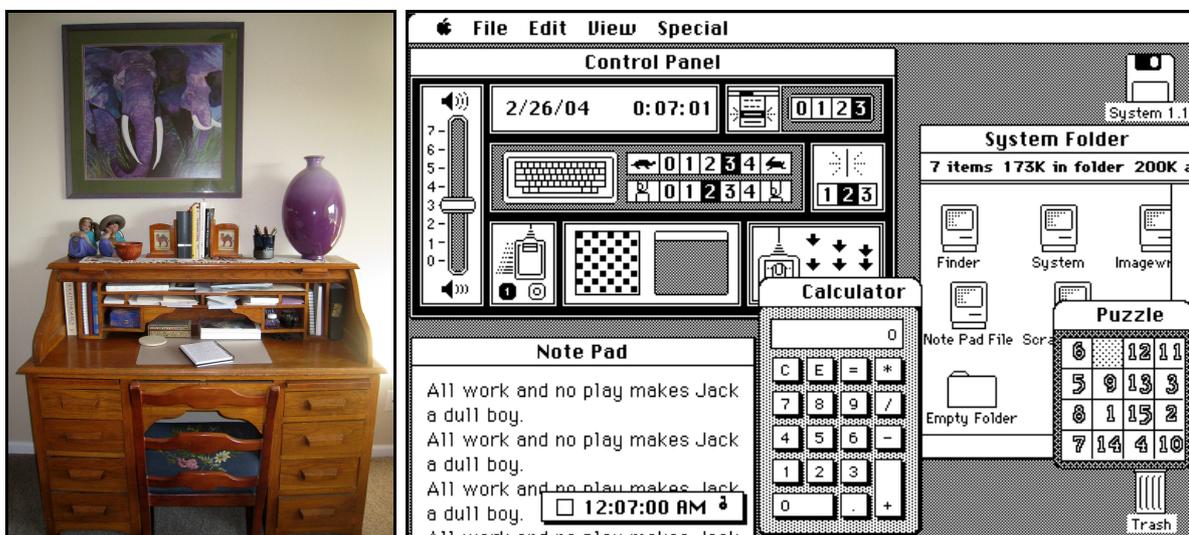
### **3.3 Da Metáfora do Desktop à Metáfora do Pinboard**

A metáfora do desktop trata a tela do computador do usuário como se fosse seu escritório físico, onde podem ser colocados pastas e documentos, que podem ser abertos em janelas, que representam cópias em papel de documentos colocados sobre a mesa. Na área de trabalho, desenvolvida em torno desta metáfora, estão disponíveis também aplicativos como calculadora, lixeira, livro de notas, chamados de acessórios de escritório.

De acordo com Johnson (2001, p. 50), a metáfora do desktop foi “[...] a decisão de design isolada mais importante da última metade do século XX”, pois alterou não somente nossa percepção do novo espaço-informação, mas também modificou a maneira como percebemos os ambientes do mundo orgânico. Segundo o autor, compreender as implicações desta metáfora, tanto de sua genialidade quanto de suas limitações, é a solução para entender a interface contemporânea, pois independentemente da forma que as interfaces do computador venham a

assumir, sempre haverá uma dívida para com aquela visão original. (JOHNSON, 2001).

Figura 9 - Escrivaninha e interface evidenciando a metáfora do desktop



Fonte: Desktop... (2010) e Melo (2010).

Assim como utilizaram a analogia do escritório físico, representado pela escrivaninha, para fazer com que os usuários entendessem a interface gráfica do usuário, também fazem uso de metáfora para explicar o Pinterest. Uma das maneiras mais recorrentes utilizadas para descrever primariamente o Pinterest é dizer que se trata de um *pinboard*. (GILBERT; BAKHSHI; CHANG; TERVEEN, 2013); (WILKINSON, 2013); (HANSEN; NOWLAN; WINTER, 2012). Gilbert, Bakhshi, Chang e Terveen (2013) descrevem o Pinterest de forma que deixa evidente a importância da expressão para o entendimento do site:

O Pinterest gira em torno da metáfora de um 'pinboard': usuários 'pinam' fotos que encontram na web e as organizam em coleções de tópicos, tais como passatempos, esportes, moda, etc. Usuários do Pinterest, chamados de pinners, podem seguir uns aos outros e também 're-pinar', 'curtir', e comentar outros pins. (GILBERT; BAKHSHI; CHANG; TERVEEN, 2013, p. 1, tradução nossa).

Os painéis são o local onde toda a dinâmica operacional do site, representada pelo vínculo entre as ações de *pinar* e de *seguir*, acontece. Logo após criar uma conta no Pinterest, o usuário é conduzido por meio da pergunta *Do que você gosta?*

a escolher cinco painéis, distribuídos em 32 categorias<sup>20</sup>, chamadas pelos estudiosos do site Zarro e Hall (2012) de categorias *top-level*, para *seguir* dentro do site. O Pinterest explica ao usuário o que são painéis e o que acontece quando estes são *seguidos*: “[...] os painéis são coleções de *pins* criados por usuários. Ao seguir um painel, você o verá sempre que visitar o Pinterest”. (PINTEREST, 2013a).

Começar a *seguir* painéis é o primeiro passo para fazer uso do site, pois é *seguindo* painéis que o conteúdo *pinado* é exposto e compartilhado pela sua plataforma. Entretanto, não há o que *seguir*, se nada for *pinado*. A importância de *pinar* é evidente para Zarro, Hall e Forte (2012) que afirmam que “[...] a ação de ‘pinar’ um item a um painel é o alicerce fundamental de construção do Pinterest. Essa ação é a forma como o conteúdo do site é criado e coleções são construídas” (ZARRO; HALL; FORTE, 2012, p. 4).

A interface do painel da página de entrada do usuário do Pinterest, representada pela metáfora do *pinboard*, possui *scroll infinito*, que, segundo Goreczky (2011), é a capacidade de manter rolando para baixo uma página de navegador de internet, enquanto novo conteúdo é acrescentado ao final da página sem precisar recarregar a página inteira. Esta característica é citada nas pesquisas de Zarro, Hall e Forte (2012, p. 4, tradução nossa) como “[...] uma das razões para a aderência ao site” e, ao longo deste trabalho, a função do *scroll infinito* volta a ser mencionada e analisada, entretanto buscando perspectivas menos descritivas.

Acreditamos que o *pinboard* seja o *cenário* em que o Pinterest pode ser percebido como interface cultural, o local em que expressões próprias do site como *pin*, *pinar*, *re-pinar*, entre outras, interagem e ganham significado para o usuário. A estética de miscelânea aleatória de imagens e vídeos, criada por conteúdos *pinados* por uma rede de usuários, com a qual o *pinner* é recebido ao se logar<sup>21</sup> na página de entrada do site, em forma de painel, é representativa de uma série de referências culturais e suas atualizações, que esperamos que se tornem mais claras a partir da leitura do próximo subcapítulo.

---

<sup>20</sup> As categorias são as seguintes: animais; arquitetura; arte; carros e motocicletas; celebridades; bricolagem e artesanato; design; educação; filmes, músicas e livros; comidas e bebidas; jardinagem; geek; cabelo e beleza; saúde e fitness; história; feriados e eventos; decoração de casa; humor; ilustrações e pôsteres; crianças; moda masculina; ao ar livre; fotografia; produtos; citações; ciência e natureza; esportes; tatuagens tecnologia; viagem; casamentos; moda feminina.

<sup>21</sup> Aportuguesamento do verbo inglês, *to login*, que significa *iniciar sessão* em um website.

### 3.4 Interface Cultural

A interface do usuário tornou possível a transição do computador de uma máquina de calcular e programar para um meio de comunicação, um ambiente de trabalho, uma forma de entretenimento, mas que continua calculando e programando *por baixo* do efeito de interface, o que acarretaria em uma série de transformações sociais, econômicas e culturais, da qual as interfaces culturais seriam uma consequência. Entretanto, as interfaces culturais não são *apenas* um resultado desse processo de transformações tecnoculturais, elas também representam um processo em si, por meio de suas próprias modalidades estruturam a experiência humana diante da informação, formando uma angulação peculiar para compreender os movimentos comunicacionais.

A definição de Manovich (2001) de interfaces culturais, o principal conceito de partida para o desenvolvimento deste trabalho, fala sobre a influência de dados culturais na interface humano-computador:

Eu introduzi o termo 'interfaces culturais' para descrever as interfaces usadas pela hipermídia autônoma (CD-ROM e DVD títulos), sites, jogos de computador e outros objetos culturais distribuídos através de um computador. Acho que precisamos de um termo, pois como o papel do computador está se deslocando de ser uma ferramenta para uma máquina de mídia universal, estamos cada vez mais 'interfaceando' com dados predominantemente culturais: textos, fotografias, filmes, músicas, documentos multimídia, ambientes virtuais. Portanto, a interface humano-computador está sendo complementada pela interface humano-computador-cultura, que eu abrevio como 'interface cultural'. (MANOVICH, 2001, p. 79, tradução nossa).

Antes de avançarmos, é importante ressaltar aquilo que Manovich (2001) diz a respeito de sua escolha pelos termos representativos da tríade para explicar as interfaces culturais: palavra impressa-cinema-HCI. O autor afirma que utiliza *palavra impressa* e *cinema* como atalhos. "Eles não representam objetos particulares, como um filme ou um romance, mas sim tradições culturais maiores (também pode-se usar palavras como formas culturais, mecanismos, linguagens ou mídia)". (Manovich, 2001, p. 81-82, tradução nossa). Já em relação à interface humano-computador (HCI), Manovich (2001) explica que se trata de um *sistema de controles* para operar uma máquina, que quando colocado próximo ao cinema e à palavra impressa, percebem-se semelhanças entre eles.

Pensando sobre a influência cultural na HCI de que fala Manovich (2001), acreditamos que ela possa ser compreendida mais profundamente a partir do conceito de Bolter e Grusin (1999, p. 45, tradução nossa) de remediação: “[...] a representação de um meio em outro”, ou seja, um processo que atravessaria todas as mídias.

De acordo com Fischer e Grebin (2012), os autores Bolter e Grusin (1999), influenciados pelas ideias de Marshall McLuhan sobre os novos meios de comunicação estarem carregados de conteúdo de meios anteriores, falam da criação de novas formas de representação construídas a partir de apropriações de técnicas, de formas e de significados sociais entre as mídias.

Nossa cultura é composta de cada mídia ou constelação de mídia, uma vez que responde a, replanta, compete com, e reforma outras mídias. Em um primeiro momento, podemos pensar em algo como uma progressão histórica, dos meios de comunicação mais recentes remediando os mais velhos e, em particular, dos meios de comunicação digitais remediando seus antecessores. Mas a nossa cultura é uma genealogia de afiliações, e não uma história linear, e nesta genealogia, mídias mais antigas também podem remediar as mais novas. Televisão pode e se remodela para se assemelhar a World Wide Web, e cinema pode e incorpora e tenta conter gráficos de computador dentro de sua própria forma linear. Nenhum meio, ao que parece, pode agora funcionar de forma independente e estabelecer o seu próprio espaço separado e purificado de significado cultural. (BOLTER E GRUSIN, 1999, p. 55, tradução nossa).

Acreditamos que Manovich (2001) aproxima-se, em parte, da ideia de remediação quando fala sobre o *princípio de transcodificação cultural*, exemplificado por ele em seu conceito de interfaces culturais, que evidencia as correlações, as interdependências, as reciprocidades entre o impresso, o audiovisual e as interfaces gráficas (MANOVICH, 2001, p. 64). Simplificando, Manovich (2001) explica que *transcodificar* algo é traduzí-lo para dentro de outro formato.

Devemos esclarecer, contudo, que, assim como foi colocado no início deste capítulo sobre os efeitos de relação entre as partes de uma interface, a ideia de *traduzir* algo de um formato para dentro de outro não se refere a um processo sintético e simplista de deslocar algo de um meio para outro sem que ocorra qualquer tipo de alteração mais substancial neste conjunto de processamentos. A perspectiva desenvolvida por McLuhan (1969), muito antes de travar contato com as interfaces computacionais estudadas por Manovich, aponta que os meios não substituem uns aos outros, de forma áspera, sem deixar vestígios; os meios se

contagiam, se adentram uns nos outros, se apropriando de resquícios e influxos e os remodelando (traduzindo) de acordo com implicações socioculturais.

Refletindo sob a luz destes conceitos, ousamos dizer que o Pinterest, entre outras coisas, é um produto de remediação, ao mesmo tempo em que também é um *produtor* de remediação, pois é resultado e provocador de movimentos tecnoculturais de outras mídias, que acontecem por meio de *transcodificações*. A nossa pesquisa se propõe a evidenciar que o Pinterest sofre influências das convenções do mundo impresso, dos paradigmas da web, dos usos das redes sociais digitais, de sistemas culturais pré-internet, ao mesmo tempo em que também influencia a atualização destes e, conseqüentemente, de outros elementos da sociedade. Assim como o Pinterest influencia também a si mesmo, ele próprio se atualiza em relação ao que é o Pinterest *virtual*, movimento que acontece permanentemente.

Partimos agora para um movimento de primeiras afetações e articulações entre objeto-teoria-objeto, de investigação do empírico, resultando em observações a respeito do Pinterest sob um ponto de vista instigado pelo conceito de interfaces culturais e afetado pelos preceitos da arqueologia da mídia, cuja conceituação foi tratada no capítulo anterior. Com o intuito de estruturar nosso raciocínio em torno das traduções culturais recíprocas que acontecem entre o Pinterest, outras práticas sociais e outros artefatos midiáticos, as categorias palavra impressa, cinema e HCI, criadas por Manovich (2001) para explicar sua problematização, são utilizadas com o propósito de articular ideias para nos auxiliar a nos aproximar da nossa apropriação do conceito de interfaces culturais e avançarmos em relação ao entendimento de Manovich (2001).

#### 3.4.1 Palavra Impressa

No mesmo período em que pesquisadores e programadores estavam focados em desenvolver maneiras de tornar a HCI mais acessível ao usuário, foi criado o paradigma do papel, que consiste, basicamente, de texto preto sobre um fundo branco, arquivos armazenados em pastas e uma escrivaninha. (DESKTOP..., 2010). Assim como a metáfora do desktop, o paradigma do papel foi uma iniciativa para tornar os computadores menos intimidadores e mais convidativos ao uso, por meio de uma metáfora que utilizasse como referência um ambiente de trabalho comum

para aquela época. O conceito foi apresentado por Douglas Engelbart, em 1968, durante uma demonstração de tecnologias de computação experimental que passou a ser conhecida como *The Mother of All Demos*<sup>22</sup>. (THE..., 2014).

Com a popularização dos computadores pessoais na década de 1980, o mundo impresso foi, naturalmente, a primeira referência a ser digitalizada e incorporada metaforicamente na construção de interfaces gráficas. (CONSTANTINO, 2008). A evidência estética mais clara desta referência, conforme descrito por Manovich (2001, p. 74, tradução nossa), é o conceito de página retangular: “[...] uma superfície retangular, que contém um determinado volume de informação, desenhada para ser acessada em determinada ordem, e tem uma relação particular com outras páginas”.

Segundo Manovich (2001), a página retangular sofreu um processo de digitalização, que pode ser observado na sobreposição de janelas na tela do computador, que empilhadas umas atrás das outras, com botões que permitem avançar e retroceder entre elas, aludem páginas de um livro. Por meio de mecanismos tornados possíveis pelo computador, a possibilidade de rolar por uma página digital individual remete a uma forma mais antiga que os livros: um pergaminho.

Percorrer o conteúdo de uma janela de computador ou uma página da World Wide Web tem mais em comum com o ato de desenrolar do que de virar as páginas de um livro moderno. No caso da Web da década de 1990, a semelhança com um rolo é ainda mais forte porque a informação não está disponível de uma só vez, mas chega em sequência, de cima para baixo, como se o rolo estivesse sendo desenrolado. (MANOVICH, 2001, p. 86-87, tradução nossa).

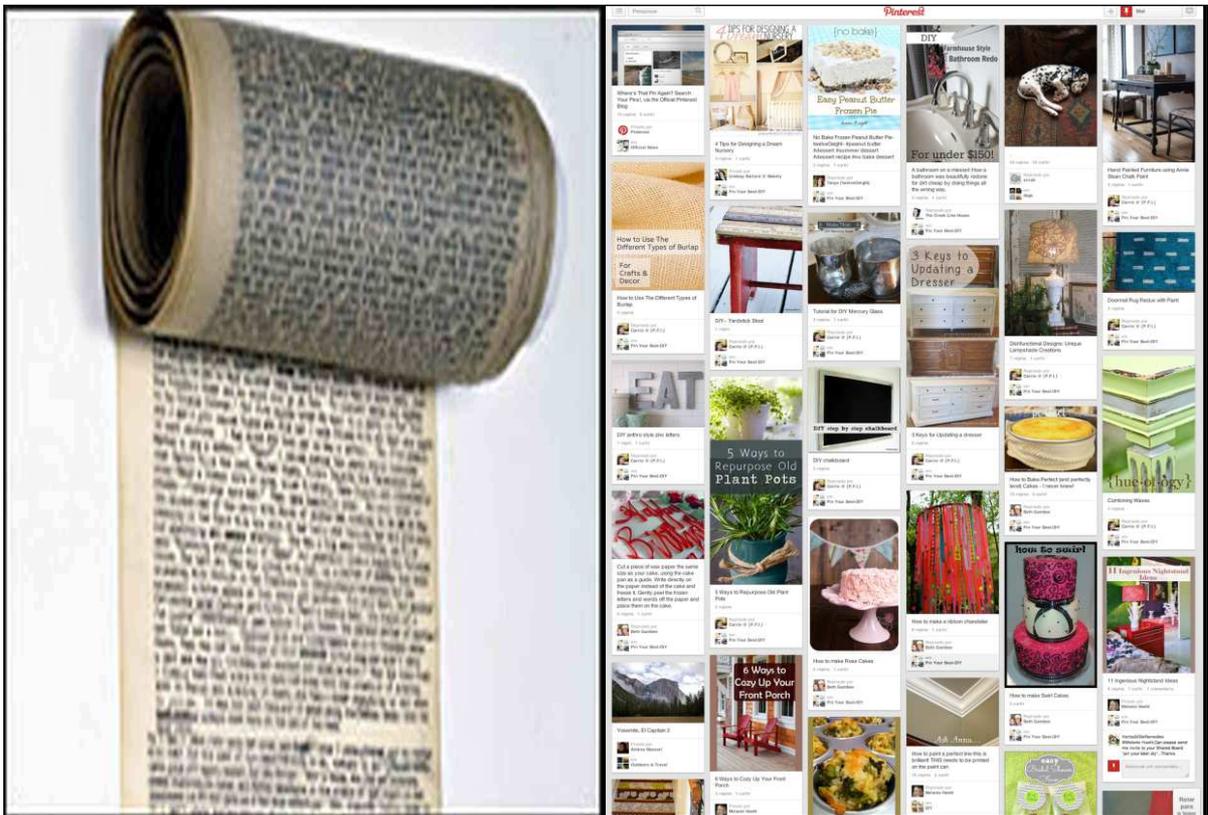
No Pinterest, o análogo digital do pergaminho pode ser observado no recurso de scroll infinito, definido anteriormente no subcapítulo em que falamos sobre a metáfora do *pinboard*. Este artifício dispensa a necessidade de o usuário atualizar a página como um todo para que novos elementos sejam exibidos na tela, basta chegar ao final de uma lista para que mais informações sejam carregadas na página. Embora o recurso também possa ser observado nas interfaces de sites como Google Maps, Google Images e das redes sociais Facebook e Twitter, cabe frisar

---

<sup>22</sup> Expressão em inglês que significa: a mãe de todas as demonstrações. Esta demonstração introduziu um sistema chamado de oN-Line System (NLS), que incluía mouse, videoconferência, teleconferência, processador de texto, hipertexto, hipermídia, entre outros elementos. (THE..., 2014).

que a presença do artifício não significa que o seu efeito seja o mesmo em todos estes sites; entendemos que cada um deles interage com o scroll infinito à sua maneira e assim retrata afetações diferentes, de acordo com suas particularidades.

Figura 10 - Imagem de um pergaminho e imagem do scroll infinito do Pinterest

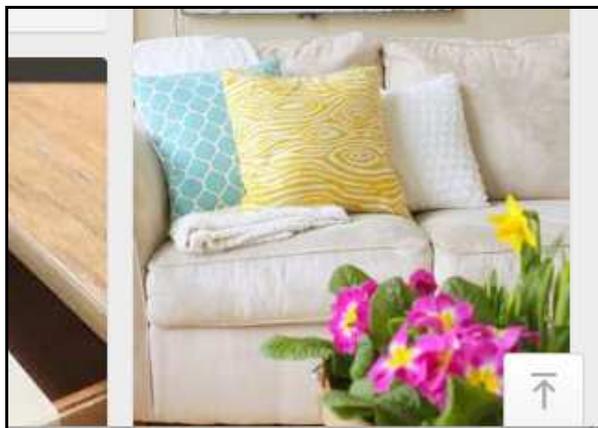


Fontes: Kerouac's (2005) e Pinterest (2013a).

De acordo com o engenheiro de software Alexandre Magno (2013), o scroll infinito otimiza a visualização de uma grande coleção de elementos, pois o usuário conseguiria ver o conteúdo subsequente mais rapidamente e de forma mais intuitiva, já que continuar a mesma ação de rolar uma página digital não exige qualquer tipo de mudança de procedimento por parte do usuário, a forma de leitura é a mesma por toda a página. Como consequência desta propriedade, o Pinterest não possui rodapé; depois de uma certa prolongação do movimento de rolar a página para baixo, o usuário do Pinterest se depara com um botão no canto inferior direito da tela do computador com uma seta apontando para cima, que tem por função facilitar a

retomada do usuário ao *começo* da página sem precisar executar todo o movimento de rolamento no sentido contrário.

Figura 11 - Botão para rolar para o topo



Fonte: Pinterest (2013a).

Como desvantagens do scroll infinito, Magno (2013) cita a irreversibilidade da ação, uma vez que não se pode voltar ao estado anterior da página, como se é possível fazer quando as páginas são indexadas e numeradas como em páginas de livros, e a condição indetectável da porção visível da página, enquadrada pelo ecrã, porque não há links para uma disposição específica da página. Estas características podem ser consideradas prejudiciais, do ponto de vista da usabilidade, à experiência do usuário no Pinterest, além de vedarem o atributo de *marcador de página* do site na web, impossibilitando o usuário de retornar a um determinado lugar na página, a não ser que ele faça uso das ferramentas do site, vistas na introdução, como *curtir* e *re-pinar*, que criam lugares fixos e rastreáveis para as imagens.

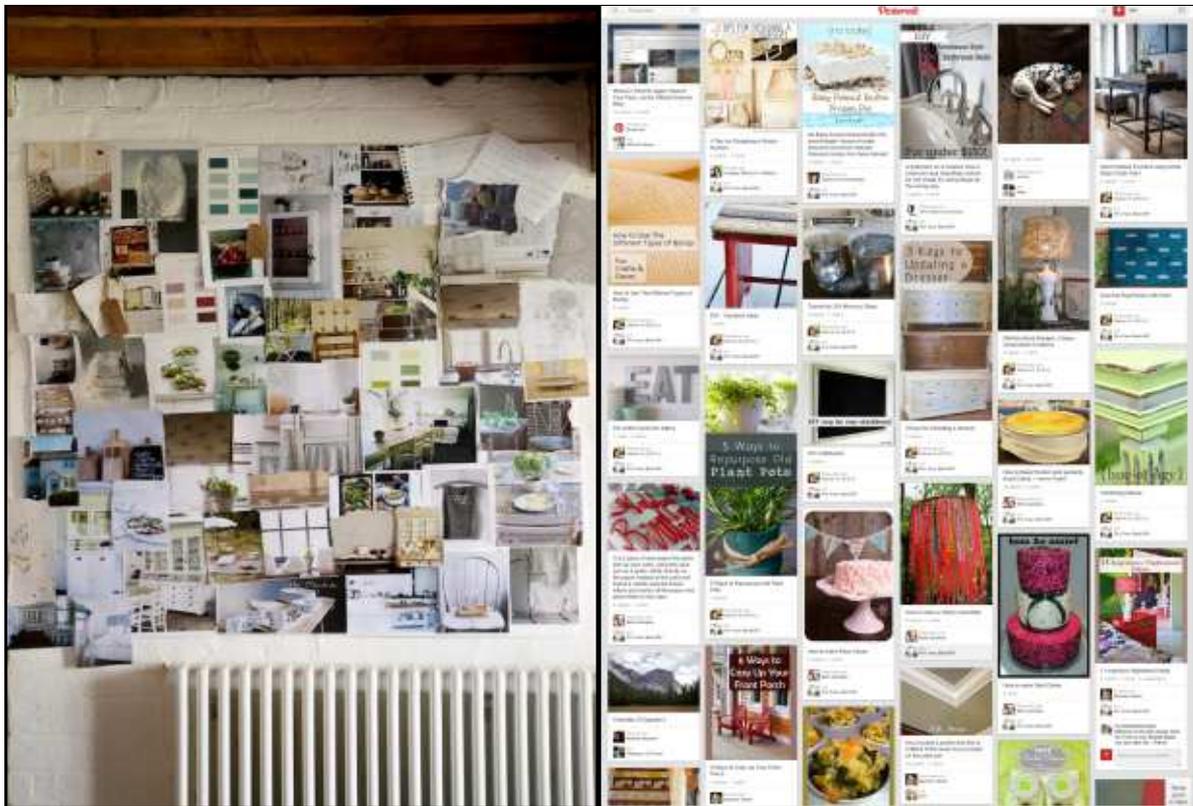
Para Manovich (2001), a página digital, além de ser potencialmente infindável em si mesma, possibilita ligações intermináveis entre hipertextos que, por meio de links, levam o usuário de um texto a outro, de forma ilimitada, sem priorização de um texto sobre o outro. Essa prática atualizada no hipertexto privilegiaria o espaço sobre o tempo, substituiria o armazenamento sequencial pelo acúmulo randômico e trocaria a organização hierárquica por uma “[...] superfície plana infinita, onde os textos individuais não são colocados em nenhuma ordem em particular”. (MANOVICH, 2001, p. 87, tradução nossa).

Um sistema de arquivos hierárquico pressupõe que o mundo pode ser organizado em uma hierarquia lógica multi-nivelada. Em contraste, um

modelo de hipertexto da World Wide Web modela o mundo como um sistema não hierárquico governado por metonímia. (MANOVICH, 2001, p. 76, tradução nossa).

No Pinterest, seu sistema de navegação acontece por meio de ligações radiculares, representadas por *pins*, que possibilitam ligações internas e externas ao Pinterest e são dispostos no site dentro de painéis, que, por sua vez, também são ligações radiculares, que estruturam a rede de conexões hipertextuais. Os painéis do Pinterest, de acordo com as predefinições do sistema, aparecem daquele mais recentemente criado pelos usuários no site ao mais antigo, entretanto os usuários têm total liberdade para alterar esta disposição, sem necessidade de obedecer a ordens hierárquicas costumeiras, como por exemplo, ordem alfabética, numerações, tamanho. Desta forma, as disposições dos painéis dependem da preferência dos usuários, e as hiperligações que acontecem a partir de, para e entre estes painéis não possuem precedentes culturais em livros tradicionais, mas podem ser correlacionadas com a estética da colagem, onde fontes diferentes são reunidas em um objeto cultural singular. (MANOVICH, 2001, p. 85).

Figura 12 - Imagem de *pinboard* físico e imagem de *pinboard* do Pinterest



Fonte: Pinterest (2013a).

A semelhança visual entre o *pinboard* físico e o *pinboard* do Pinterest, mostrados na figura 12, evidencia o princípio de *transcodificação* cultural de Manovich (2001). Entretanto, a analogia entre os painéis digitais do Pinterest e painéis de avisos, mosaicos de fotos, murais de colagens físicos, não se resume à estética visual da prática da colagem, mas se estende à atividade de colecionar, que, no Pinterest, é viabilizada pela dinâmica do hipertexto, que possibilita o rastreamento da origem e do percurso das imagens colecionadas e o compartilhamento, tanto destas imagens, quanto de suas procedências, por meio de uma rede de contatos, organizada dentro de uma estrutura de rede social. (BOYD E ELLISON, 2007).

A relação cultural do painel físico sobre o painel do Pinterest parece evidente; o mais curioso, no entanto, seria pensar sobre o movimento contrário, considerando o conceito de remediação (BOLTER E GRUSIN, 1999), para indagar sobre as formas que o painel digital atualizaria o painel físico. A figura 13 ilustra uma iniciativa do shopping Westfield UTC, localizado em São Diego, na Califórnia (EUA), que reproduziu, em tamanho real, uma réplica do *pinboard* do Pinterest, incluindo fotografias e, até mesmo, produtos de verdade como se fossem *pins*. (FASHION..., 2012). O blog *Fashion and Mash* (FASHION..., 2012) conta que a motivação para o feito foi comemorar a renovação do shopping com uma promoção, que incluía produtos *reais* das lojas do shopping como prêmios, organizada dentro da estrutura do Pinterest. Nesta ação comercial, podemos observar a apropriação, ainda que em um nível mais superficial, de características da forma cultural digital, o *pinboard* do Pinterest, como maneiras mais abrangentes de exposição e de compartilhamento, pela forma cultural anterior a ele, o *pinboard* físico; gerando assim um *círculo de transcodificações retroalimentado*, que atualiza, de maneira constante, ambas formas culturais.

Figura 13 - *Pinboard* físico reproduzindo *pinboard* do Pinterest



Fonte: Fashion... (2012).

### 3.4.2 Cinema

Quando Manovich (2001) utiliza a palavra cinema, ele está se referindo a diferentes elementos da percepção, linguagem e recepção cinematográficos, e não exclusivamente ao objeto filme. O autor leva em consideração a presença de itens como “[...] câmera móvel, representação do espaço, técnicas de edição, convenções narrativas, atividade de um espectador”, para pensar sobre a influência do audiovisual nas interfaces culturais (MANOVICH, 2001, p. 82, tradução nossa). Nem todas as unidades mencionadas por ele são vistas aqui, somente aquelas que estabelecem vínculos mais significativos com o empírico do trabalho.

Uma das características da percepção cinematográfica que, de acordo com as considerações de Manovich (2001), persiste nas interfaces culturais, e pode ser observada no Pinterest, é o enquadramento retangular da realidade representada.

O próprio cinema herdou esse enquadramento da pintura ocidental. Desde o Renascimento, o quadro atuou como uma janela para um espaço maior,

que foi assumido como extensivo deste quadro. Este espaço foi cortado pelo retângulo do quadro em duas partes: 'espaço na tela', a parte que está dentro do quadro, e a parte que está fora. (MANOVICH, 2001, p. 88, tradução nossa).

Pensando sobre a parte que está fora do quadro, chega-se à obra de Aumont (2004), que faz um movimento de pensar o cinema por meio de seus tensionamentos com a pintura. Na composição de Aumont (2004), o fora-de-campo, espaço que está fora da tela, é estabelecido por um quadro:

[...] o quadro é o que institui um fora-de-campo, outra reserva ficcional onde o filme vai buscar, se for o caso, determinados efeitos necessários a um novo impulso. Se o campo é a dimensão e a medida espaciais do enquadramento, o fora-de-campo é sua medida temporal, e não apenas de maneira figurada: é no tempo que se manifestam os efeitos do fora-de-campo. O fora-de-campo como lugar do potencial, do digital, mas também do desaparecimento e do esvaecimento: lugar do futuro e do passado, bem antes de ser o presente. (Aumont, 2004, p. 40).

Segundo o autor, o quadro possui três aspectos funcionais:

- a) o quadro-objeto, que seria o mais tangível de todos, representando o enquadramento material, "o objeto que se chama de moldura", que dá limite, mobiliza e valoriza a imagem. (AUMONT, 2004, p. 112);
- b) o quadro-limite, que configura o limite físico da imagem e sua composição, regulando proporções e dimensões da imagem;
- c) e o quadro-janela, que constitui a abertura sobre o visível e o imaginário, constituindo o que há "atrás" dela.

Propomos adaptar as considerações de Aumont, brevemente, para afirmar que, anteriormente ao lançamento do novo design de interface do Pinterest, em março de 2013, comentado na introdução deste trabalho, a maneira visual como os *pins* eram dispostos, dentro dos painéis do Pinterest, deixava evidente a presença do quadro-objeto e do quadro-limite nas imagens.

Figura 14 - *Pin* anterior à nova interface do Pinterest e *pin* da nova interface



Fontes: Web... (2013) e Pinterest (2013a)

Na primeira imagem da figura 14, podemos observar a representação do quadro-objeto pelo *frame*<sup>23</sup> branco em torno da imagem, que, esteticamente, poderíamos até mesmo fazer uma associação com as fotografias Polaroid; já o quadro-limite é representado pelas extremidades da imagem que *tocam* o quadro-objeto, são os limites da gravura. Esta diferenciação clara entre o quadro-objeto e o quadro-limite não acontece mais no novo design do Pinterest, como se pode observar na imagem à direita da figura 14.

O antigo *frame* branco agora se resume a uma linha extremamente fina, quase imperceptível, em torno da imagem, o que torna necessário evocar a percepção de moldura de Kilpp (2010). O que estaria acontecendo na imagem do *pin* de novo design é um tensionamento entre o quadro-objeto e o quadro-limite, originando *molduras discretizadas* (KILPP, 2010, p. 25), de grande opacidade entre seus recortes limítrofes, que demarcariam territórios de significação.

Compreendemos, contudo, que o quadro-janela dos *pins*, tanto na versão do Pinterest anterior ao primeiro trimestre de 2013, quanto na mais recente, seja o mesmo; em ambos designs, defendemos que o quadro-janela seja a experiência de selecionar do usuário, o ato de destacar e de expor seus interesses por meio de imagens digitalizadas.

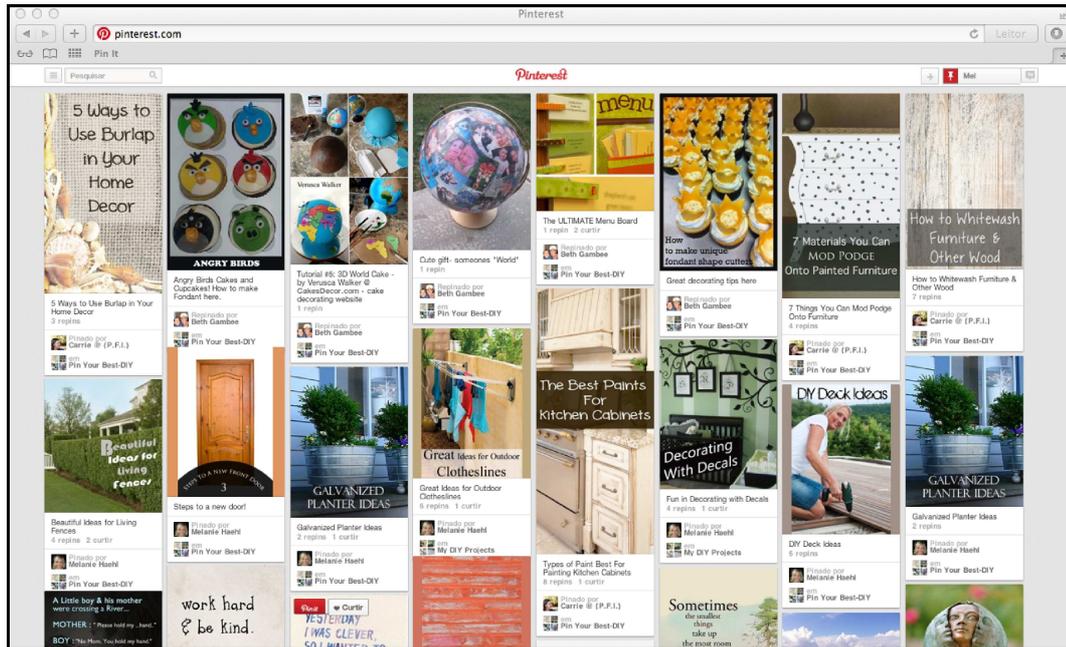
Acreditamos que exista no Pinterest, dois momentos distintos de diálogo entre campo e fora-de-campo: o primeiro, seria aquele que acabou de ser descrito, percebendo-se cada *pin* como um quadro em si, o que tornaria o *fundo* da interface do Pinterest o mesmo fora-de-campo para todos os *pins*; o segundo, que pode ser visualizado na figura 15, aconteceria caso se considerasse a *colagem* de todos os *pins*, representada pelos painéis, um único quadro, o que englobaria o *fundo* da interface do site também como campo e transformaria em fora-de-campo tudo aquilo que está fora dos limites visíveis do painel.

Nesta última hipótese, o quadro-objeto poderia ser considerado o navegador de internet utilizado pelo usuário para acessar o site, que *enquadraria* o painel como um todo; o quadro-limite seria o *fundo* da interface do Pinterest, que circundaria a composição da *colagem de pins*; e o quadro-janela seria a experiência de colecionar do usuário, a ação de compilar, digitalmente, interesses, representados por imagens, em um único grande quadro on-line.

---

<sup>23</sup> Utilizamos as palavras *frame*, e suas derivações como *framing*, em inglês, para evitar confusões com os conceitos usados por Kilpp (2010) em sua metodologia das molduras, trazida no capítulo anterior.

Figura 15 - Imagem da interface do Pinterest enquadrada pelo navegador web



Fonte: Pinterest (2013a).

Manovich (2001) diz que, de elemento em elemento, o cinema está sendo vertido para dentro do computador e se transformando em uma caixa de ferramentas para todas as interfaces culturais, ultrapassando a palavra impressa em significância. A mobilidade do *frame* é um dos componentes cinematográficos que foi incorporado pela interface do computador, transferindo o poder de *framing*, que em formas culturais prévias como pinturas e fotografias eram propriedades exclusivas do artista, para o usuário, que pode navegar pelos conteúdos de uma página digital, assim como o olhar do espectador percorre pela tela cinematográfica. (MANOVICH, 2001, p. 89).

O scroll infinito do Pinterest, que já foi abordado neste capítulo, retorna ao foco, neste momento, devido à semelhança com o caráter móvel da câmera de cinema. A janela do Pinterest, “[...] a parte que está dentro do quadro” (MANOVICH, 2001, p. 88, tradução nossa), assim como a tela do cinema, são recortes retangulares de visões parciais, pertencentes a um todo que só poderia ser visualizado em pedaços retangulares. Entretanto, por meio do recurso do scroll infinito, a visão do usuário do Pinterest não é prejudicada por recortes, ele pode explorar a transição do fora-de-campo, aquilo que não está visível na tela, em campo, porção visível do site, por meio de um movimento infinitamente *atualizante*

de rolar a página digital para baixo. Este movimento poderia ser comparado à movimentação da câmera de filmagem presa à ponta de uma grua, chamada *travelling vertical*<sup>24</sup>, que se trata do deslocamento suave da câmera por um eixo nos sentidos de cima para baixo ou de baixo para cima<sup>25</sup>.

### 3.4.3 Interface Humano Computador (HCI)

Manovich (2001) associa a história e o desenvolvimento da HCI com o conceito de remediação de Bolter e Grusin (1999), dizendo que este processo envolve empréstimos e reformulações, ou reformatações, de outras mídias, tanto do passado quanto do presente. O autor expressa ainda que “[...] a HCI é como um camaleão, que muda constantemente sua aparência, respondendo à forma como os computadores são usados em determinados períodos”. (MANOVICH, 2001, p. 95, tradução nossa). Entretanto, o autor cita alguns princípios da interface homem-computador: “[...] a manipulação direta de objetos na tela do computador, janelas sobrepostas, representação icônica e menus dinâmicos”. (MANOVICH, 2001, p. 82, tradução nossa). De acordo com Manovich (2001, p. 95), estes princípios, de um modo geral, concedem controle ao usuário e são, fundamentalmente, uma abordagem não-compatível com aquela proporcionada por objetos culturais tradicionais, como livros e filmes, que proporcionam uma experiência *imersiva*.

Além da tela de computador, que é vista por Manovich (2001, p. 95-96, tradução nossa) como um “[...] campo de batalha para uma série de definições incompatíveis: profundidade e superfície, opacidade e transparência, a imagem como um espaço ilusório e imagem como um instrumento para a ação”, devido à dupla convenção da tela: uma janela para ser olhada, mas não manipulada, ao mesmo tempo em que é um painel de conjunto de controles virtual; o autor dá outro exemplo de como as interfaces culturais tentam encontrar um meio termo entre as convenções de propósito geral da HCI e as convenções de formas culturais tradicionais:

As interfaces culturais tentam acomodar tanto a demanda por consistência quanto a demanda por originalidade. A maioria delas contém o mesmo

---

<sup>24</sup> O movimento pode ser observado, acessando o link: <http://www.youtube.com/watch?v=k9VT6p3yMJY>.

<sup>25</sup> Para saber mais sobre movimentos de câmera, acessar: [http://www.fazendovideo.com.br/vtart\\_154.asp](http://www.fazendovideo.com.br/vtart_154.asp).

conjunto de elementos de interface com uma semântica padrão, como 'casa', ícones de 'avançar' e 'retornar'. Mas porque cada site e CD-ROM está se esforçando para ter o seu próprio design distinto, esses elementos são sempre concebidos de forma diferente de um produto para o outro. (MANOVICH, 2001, p. 96, tradução nossa).

Levando em consideração que o Pinterest é uma interface cultural e que, portanto, conseqüentemente, padeceria da *luta* que, segundo Manovich (2001), existe entre a normalização e a originalidade, decidimos *escavar* elementos que representassem as evidências de consistência e de singularidade para entender a dimensão desta dualidade e de que forma ela se dá no empírico desta pesquisa.

Para evidenciar a inclusão do princípio de standardização na elaboração do Pinterest, por parte de seus desenvolvedores, recorreremos às 10 heurísticas de usabilidade para design de interface do usuário, criadas por Jakob Nielsen (1995), especialista em HCI. Nielsen (1995) justifica o uso da palavra *heurística* dizendo que se trata mais de regras práticas do que diretrizes de usabilidade específicas. Vamos a elas com nossa articulação:

- a) visibilidade do estado do sistema: o Pinterest atende à primeira regra, que diz respeito a *feedback* apropriado em tempo razoável, de várias maneiras: o cursor muda de formato (seta, mão, lupa) de acordo com as operações possíveis na tela; o elemento (figura e texto) sob o qual o cursor fica pairando altera sua coloração e alguns apresentam botões sobrepostos; após realizar funções como *pinar* ou *curtir* uma imagem, aparece um *contador* ao lado dos respectivos botões que mostra quantas vezes aquela imagem foi *pinada* e *curtida*;
- b) correspondência entre o sistema e o mundo real: como já foi explicado na introdução, a linguagem utilizada pelo Pinterest é própria de sua constituição, em um primeiro momento, as frases e os conceitos utilizados pelo site podem não fazer sentido com o mundo exterior, entretanto eles são explicados aos usuários em seu primeiro contato com o site e são utilizados de forma lógica, natural e consistente;
- c) controle do usuário e liberdade: esta regra diz respeito a possibilidade do usuário de desfazer uma ação que ele tenha executado por engano. No caso do Pinterest, a opção *curtir* pode ser imediatamente desfeita, já que logo após clicar no botão ele se transforma na sua opção antagônica

*descurtir*, que, por sua vez, ao ser clicado, volta a ser intitulado *curtir*. Já com a opção *pinar*, o processo para desfazer a ação é bem mais complicado e pouco intuitivo, o usuário deve ir até o painel onde a imagem foi *pinada* por engano, selecioná-la e editá-la, transferindo-a para outro painel de sua preferência ou excluindo-a definitivamente;

- d) consistência e padrões: a plataforma desenvolvida pela equipe do Pinterest é bastante consistente, mesmo oferecendo mais de um caminho para *pinar* uma imagem, por exemplo, todas funcionam da mesma forma, o usuário só precisa aprender como fazer uma única vez e depois seguir o mesmo modelo de raciocínio;
- e) prevenção de erros: além de mensagens de erro, o Pinterest oferece aos seus usuários mensagens de alerta e de confirmação para ações que não são possíveis de serem desfeitas após efetuadas, como por exemplo, o ato de excluir *pins* e painéis;
- f) identificar em vez de recordar: as instruções para uso do sistema do Pinterest são bem claras e visíveis, os botões são grandes, as legendas são bem posicionadas e ambos possuem padrão estético, o que auxilia na percepção daquilo que está destinado a esclarecer o usuário sobre o funcionamento estrutural do site;
- g) flexibilidade e eficiência de uso: a regra de número sete diz respeito a *aceleradores*, mecanismos que podem acelerar o uso do site para usuários mais experientes, de tal forma que o sistema possa atender usuários com níveis diferentes de experiência de uso. O Pinterest falha nesse sentido como site, pois não oferece a possibilidade de diferentes experiências de uso para seus usuários, independentemente do nível de familiaridade do usuário, as ferramentas disponíveis são as mesmas para todos;
- h) estética e design minimalista: já foi abordado na introdução que o site passou por uma reformulação em seu design em março de 2013, e um dos resultados desta inovação foi um design ainda mais simples e discreto. Cada *pin* está envolto por um *frame* quase invisível, harmoniosamente dispostos lado a lado, permitindo que a atenção do usuário vá diretamente ao conteúdo postado e não às estruturas do site;
- i) ajudar os usuários a reconhecer, diagnosticar e restaurar erros: quando se tenta descrever um *pin*, no Pinterest, com caracteres além do permitido, o

texto digitado é destacado em vermelho, assim como a legenda *Descrição*, e uma mensagem indicando *Por favor, não insira mais de 500 caracteres* surge abaixo do campo destinado para descrever a imagem. Este é só um exemplo de como o site auxilia o usuário a corrigir erros eventuais de uso;

- j) ajuda e documentação: embora o site seja de fácil utilização, o Pinterest possui uma central de ajuda ao usuário, dividida por tópicos e dúvidas mais comuns, além de um blog, em que diversos assuntos são tratados, inclusive esclarecimentos de dificuldades e dicas de melhores usos.

Algo importante de ser ressaltado aqui é que as regras de Nielsen (1995) não estariam baseadas somente em aspectos estéticos, o foco das regras estaria em facilitar a comunicabilidade entre usuário e aparato, no caso desta pesquisa, o Pinterest. Conforme o breve exame de verificação de existência dos elementos apontados por Nielsen (1995), o Pinterest parece atender positivamente a 9 das 10 heurísticas.

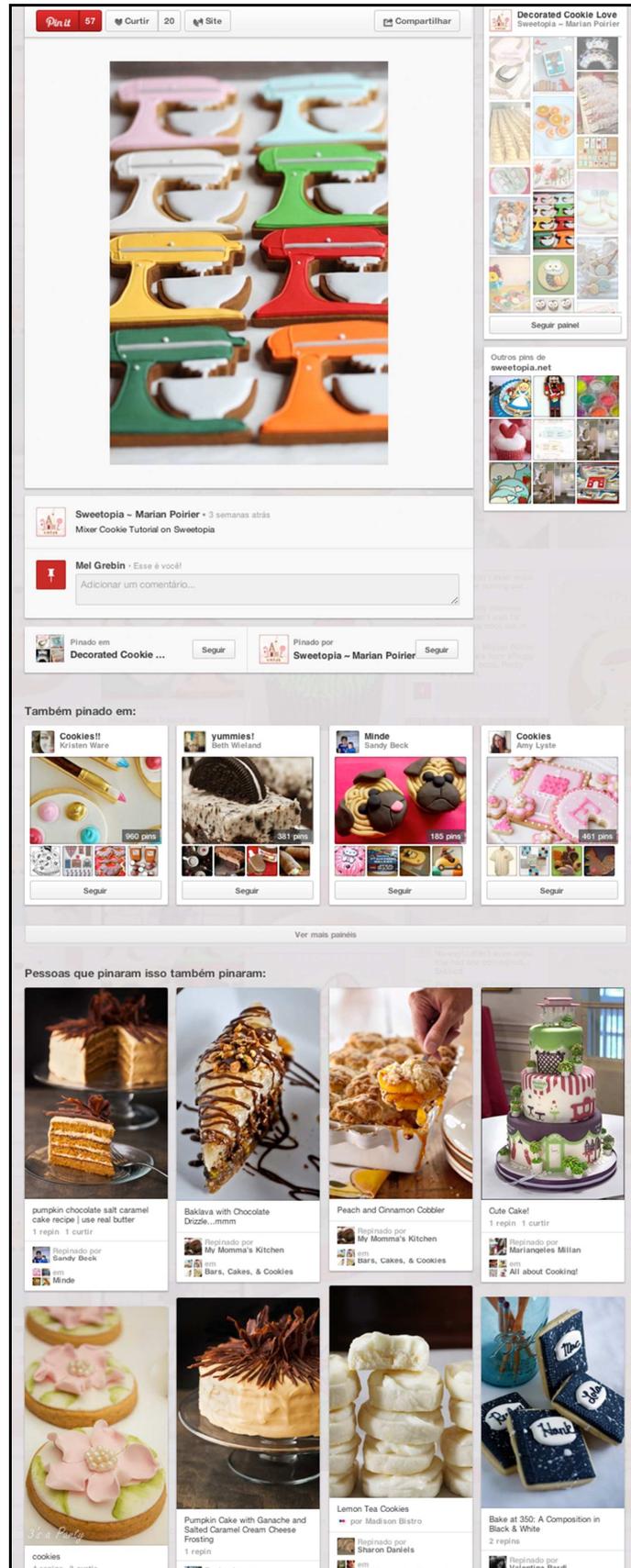
A partir desta constatação, poderíamos inferir que uma das razões para o rápido crescimento de adesão do site por parte de usuários, discutido na introdução deste trabalho, teria relação com o fato de o Pinterest ser fundamentado em regras de padronização que propiciariam a fácil compreensibilidade e a sensação de familiaridade dos usuários em relação ao sistema do site. Este fator é citado por Manovich (2001, p. 87, tradução nossa) como uma das causas da propensão de usuários em adotarem novas formas culturais: “[...] usuários são capazes de ‘adquirir’ novas linguagens culturais, seja cinema há cem anos atrás, ou as interfaces culturais hoje, porque essas línguas são baseados em formas culturais anteriores e já familiares”. Esta colocação de Manovich daria respaldo também às observações que foram detalhadas mais cedo neste capítulo e lançadas resumidamente também na introdução, mais especificamente na questão do ato de *pinar*, já que elas, da mesma forma, dizem respeito a formas culturais diversas.

Agora, para pensar sobre a representação do princípio de originalidade no Pinterest, voltamos à parte da introdução do trabalho em que o histórico, as características e as lógicas operativas do Pinterest foram relatados, para perceber seus elementos de singularidade. Os pontos que são levantados aqui já foram evidenciados ao longo do trabalho, todavia, eles são citados novamente para que se

reforce os itens de peculiaridade do Pinterest e aquilo que eles representariam pela perspectiva das interfaces culturais:

- a) assim como o Twitter e outros serviços de redes sociais na internet, o Pinterest também faz uso da função *seguir* para que seus usuários estabeleçam comunicação entre si, mas o diferencial do site está nas possibilidades das variações do ato de *seguir*. pode-se optar por *seguir* pessoas e/ou painéis. Lembrando que a ilustração destes recursos pode ser revista nas figuras 7 e 8 deste trabalho. Quando o Pinterest possibilita a seus membros escolher entre *seguir* um outro usuário e todos os painéis criados por ele ou *seguir* somente os painéis que interessarem a eles, o site está, no entendimento desta pesquisa, atualizando a funcionalidade *seguir* comum de redes sociais;
- b) ao visualizar um *pin* em seu tamanho total, situação ilustrada na próxima figura, após ter selecionado uma imagem de algum painel, o usuário do Pinterest, além de ter as informações de quantas vezes aquela imagem foi *curtida* e de quem já compartilhou aquela mesma imagem, como acontece, por exemplo, na rede social Facebook, ele tem acesso a dados complementares: imagens de outros *pins* que pertencem ao mesmo painel da imagem selecionada; imagens de outros *pins*, cujo site de origem é o mesmo da imagem selecionada; painéis onde aquela mesma imagem selecionada também está incluída; e o item *peçoas que pinaram isso também pinaram*, que mostra imagens com alguma relação de sentido com o *pin* exibido em seu tamanho total. Entendemos que, neste caso, aconteceria uma ampliação da funcionalidade que exhibe o mapeamento do trajeto percorrido pela imagem no site, assim como expõe o envolvimento dos usuários que, de alguma forma, entraram em contato com aquela imagem. Este acréscimo na atuação da funcionalidade poderia também ser considerado como uma atualização do recurso de *rastreamento* do histórico do *pin* na rede social.

Figura 16 - Pin em seu tamanho total



Fonte: Pin (201-).

Os dois exemplos levantados, que representariam o princípio de originalidade no Pinterest, a partir da nossa percepção, são atualizações de recursos utilizados por outros sites com propriedades de redes sociais. O fato de o Pinterest agregar e reformular aspectos destes outros sites, alinhado à descrição de redes sociais de Boyd e Ellison (2007), conceito trazido na introdução deste trabalho e retomado anteriormente neste mesmo capítulo, evidencia um processo de influências e fortalece a constatação de que o nosso empírico estaria fortemente contagiado por elementos característicos de redes sociais. Esta constatação incorpora mais um aspecto a ser levado em consideração quando pensamos sobre o Pinterest como interface cultural.

No próximo capítulo, que relata a análise da pesquisa, retomamos observações, considerações e reflexões que trouxemos neste capítulo de interfaces sobre atualizações de usos e apropriações do Pinterest, bem como movimentações, influências, contágios e atravessamentos entre o empírico e outras formas culturais, mídias e tecnologias.

## 4 ANÁLISE

Antes de começarmos este capítulo, consideramos importante ressaltar que não constituem o eixo desta pesquisa, aspectos conteudísticos do material postado no Pinterest na forma de *pins*, nem do que se tratam suas coleções dispostas em painéis. Nosso foco é compreender o Pinterest como interface cultural, analisando suas lógicas operativas, por meio de um agir arqueológico, cartografando interfaces, com o intuito de encontrar características das interfaces do nosso empírico tensionadas por resquícios e mutações de outras mídias.

Nosso primeiro subcapítulo traz relatos sobre a instrumentalização da pesquisa, ferramentas utilizadas e procedimentos tomados durante o processo deste estudo. O segundo subcapítulo, *constelações de molduras do Pinterest*, é dividido em três subseções, *constelação HCI*, *constelação plástica* e *constelação atravessamentos entre produtos culturais on-line*, que agrupam molduras cartografadas do empírico baseadas em nosso agir arqueológico carregando as reflexões sobre interfaces e interfaces culturais.

### 4.1 Instrumentalização da pesquisa

Nosso primeiro movimento efetivo para interpretar e analisar o Pinterest, de acordo com os conceitos e o arranjo metodológico propostos neste trabalho, foi criar uma conta de usuário no site de uso exclusivo para esta pesquisa, assim que o nosso empírico foi definido. Mantivemos o hábito, que nos acompanha desde o início do processo de pesquisa, de flamar pela web, entretanto, uma vez devidamente cadastrados como usuários no sistema do Pinterest, assumimos a postura de detetive errante e, munidos de ferramentas, partimos para os procedimentos de escavação. Mediante os quais, interfaces foram capturadas, resgatadas e coletadas, *paralisando* tecnicamente os observáveis, através de imagens instantâneas, que depois viriam a ser dissecadas e analisadas.

As tomadas das imagens para o desenvolvimento deste trabalho foram feitas por meio do uso dos softwares para captura de tela Captura<sup>26</sup> e Paparazzi!<sup>27</sup>, do site

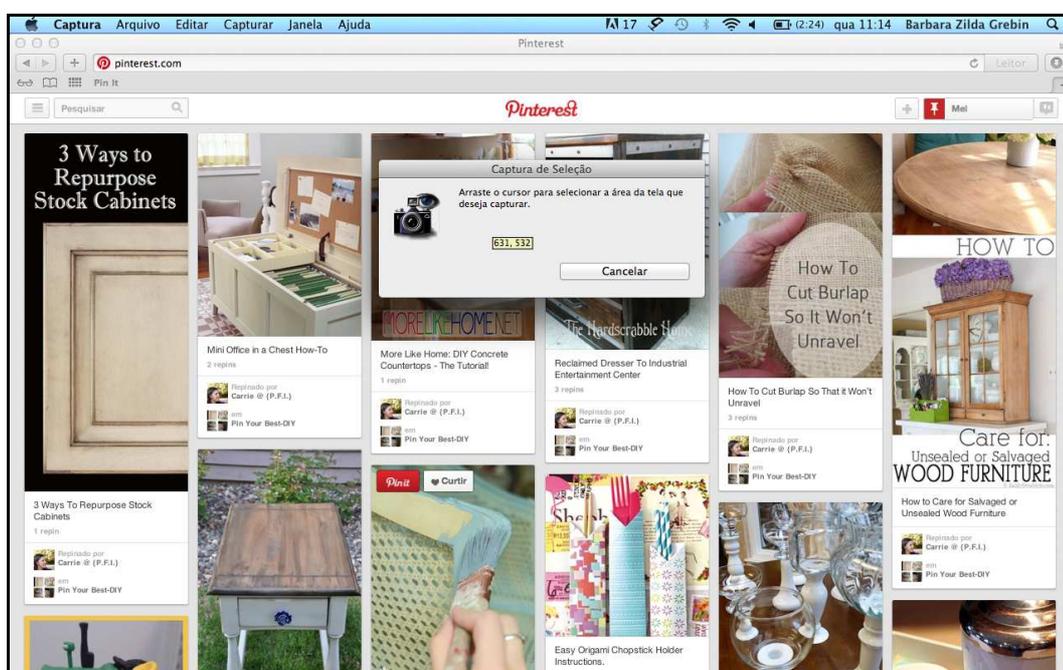
---

<sup>26</sup> O programa utilizado, de versão 1.6.1 (110.3), vem embutido ao sistema operacional Mac OS X Versão 10.7.5.

<sup>27</sup> O software utilizado é da versão 0.6.7 (445) e foi desenvolvido por Nate Weaver.

de busca Google Images<sup>28</sup> e do site Internet Archive WaybackMachine<sup>29</sup>; um serviço que permite aos usuários visitar versões arquivadas de outros sites, bastando ao visitante digitar a URL<sup>30</sup> desejada, selecionar uma data e começar a navegar na versão do site arquivada na web. (FISCHER, 2008, p. 41). O software Captura foi utilizado para registrar imagens dentro dos limites físicos da tela do computador, enquanto o software Paparazzi foi usado para capturar imagens ultrapassando as limitações do ecrã. Utilizamos o Google Images para obter imagens complementares para ilustrar exemplos que julgamos necessários para sua melhor compreensão, ao longo do trabalho, e o Internet Archive WaybackMachine para encontrar imagens do Pinterest que já não estavam mais disponíveis no site do nosso objeto de pesquisa.

Figura 17 - Captura de tela enquanto o software Captura é utilizado



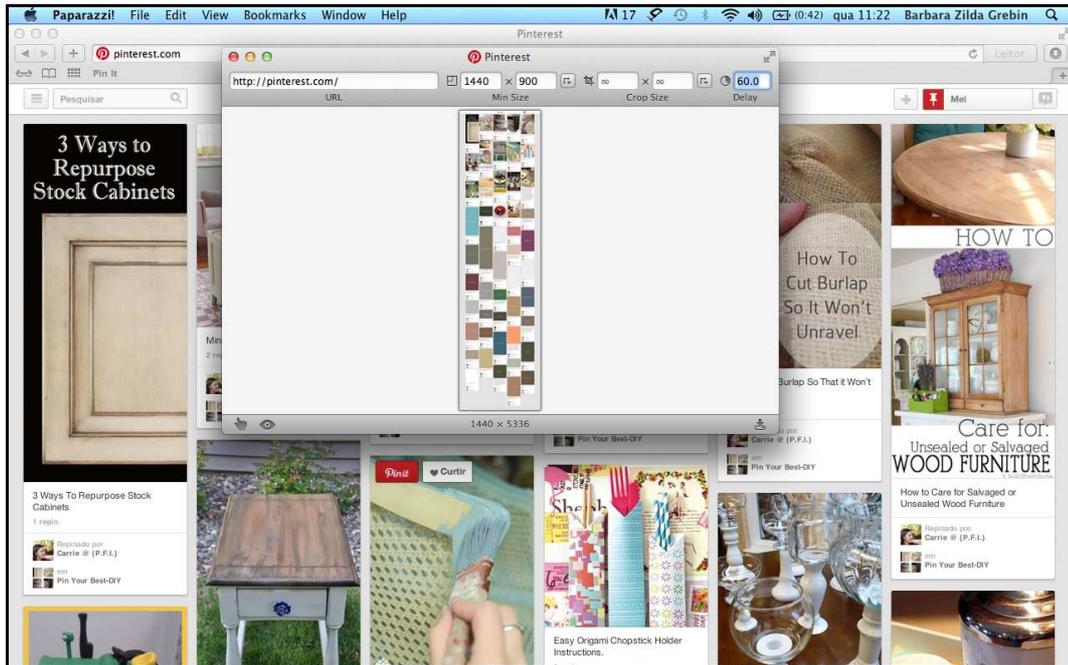
Fonte: Elaborado pela autora.

<sup>28</sup> Fonte: Images (2013)

<sup>29</sup> Fonte: Internet... (2013a)

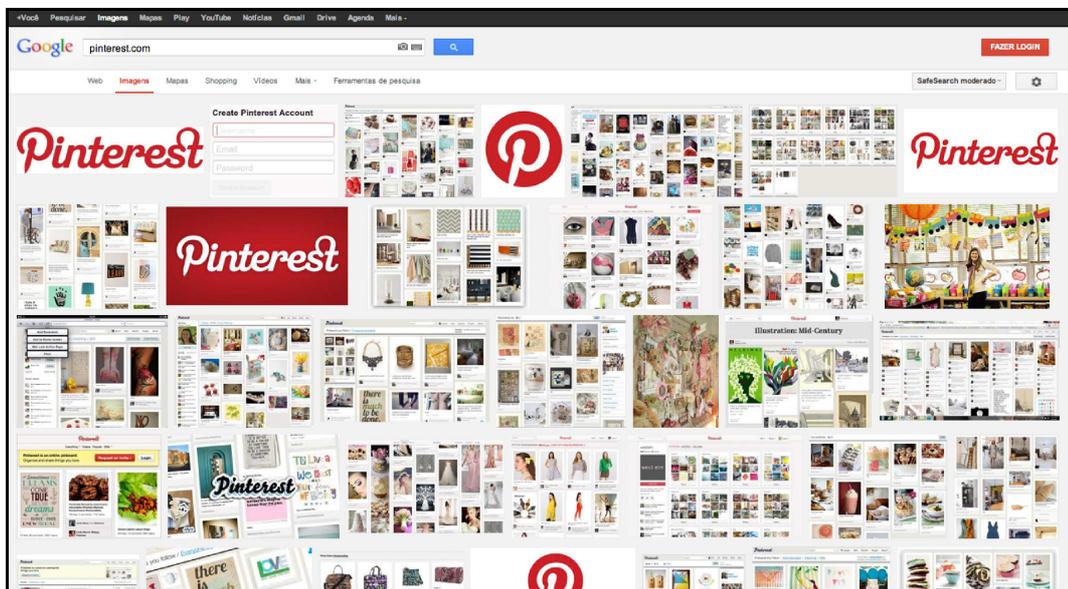
<sup>30</sup> URL significa *Uniform Resource Locator*, em português Localizador Padrão de Recursos, e se refere ao endereço eletrônico da página web.

Figura 18 - Captura de tela do software Papparazzi! em utilização



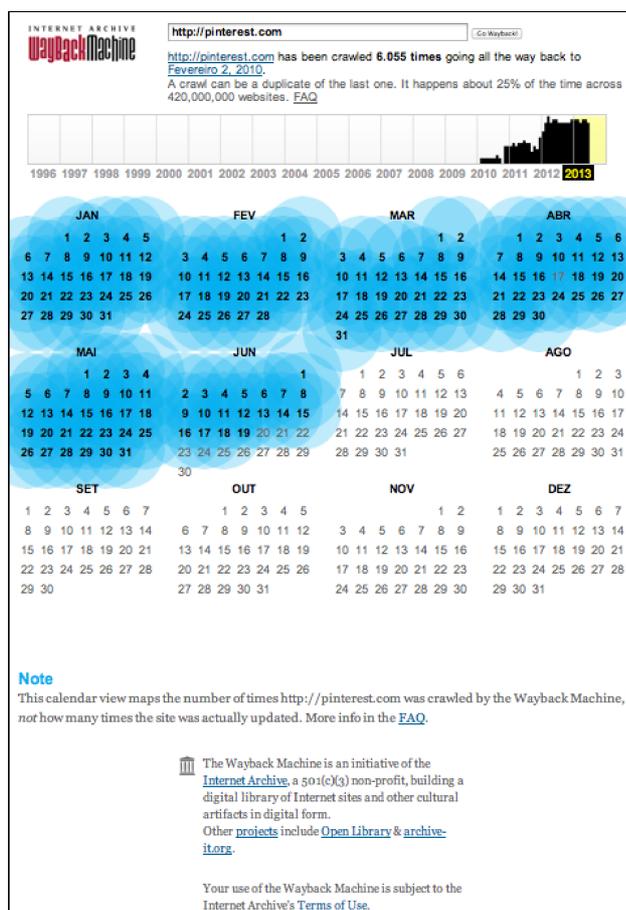
Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 19 - Captura de imagem da interface do site Google Images sendo utilizado



Fonte: Images (2013).

Figura 20 - Captura de imagem da interface do site WaybackMachine em uso



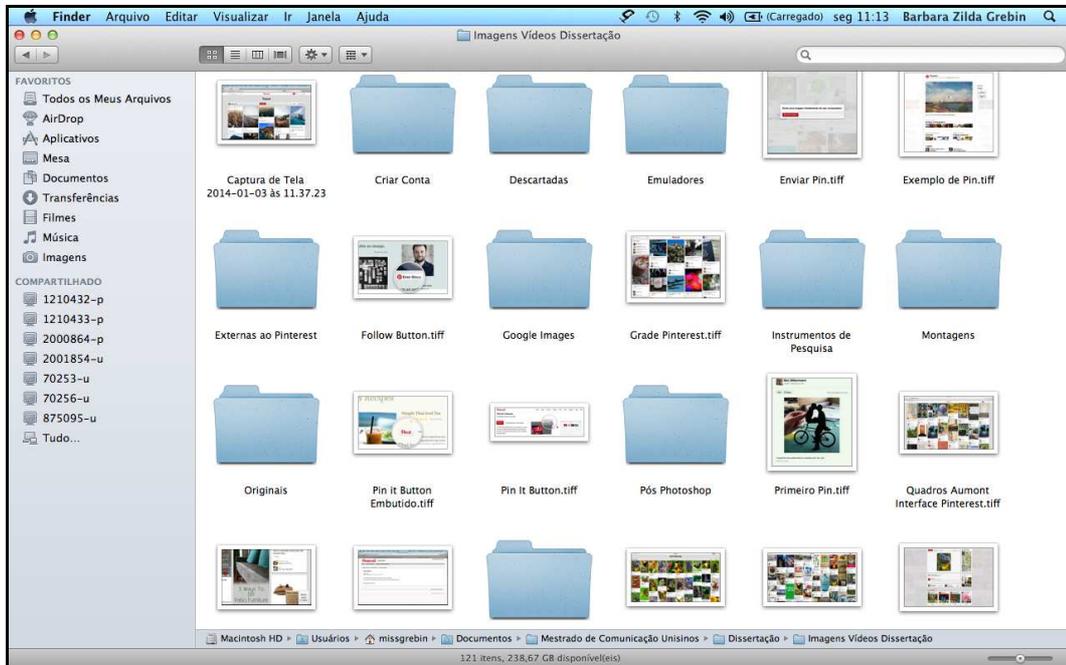
Fonte: Internet... (2013b).

As imagens foram coletadas entre os meses de abril e dezembro de 2013 e foram escolhidas por características próprias que vamos qualificar de *bioluminescência* (ZIELINSKI, 2006) ou ainda de *atrator* (CANEVACCI, 2012), definições que podem ser revistas na introdução desta dissertação. Ao todo, foram mais de 300 captações, que, depois de arquivadas no diretório do computador, foram selecionadas e agrupadas em pastas, e editadas, fazendo uso do software de edição de imagens Photoshop<sup>31</sup>. As seleções foram feitas meticulosamente, para evitar material desnecessário e também para impedir que imagens imprescindíveis fossem desperdiçadas. As edições foram realizadas com o intuito de aperfeiçoar a visualização das captações e, conseqüentemente, aprimorar o entendimento do leitor a respeito dos assuntos tratados. Por exemplo, em algumas imagens, usamos o recurso do Photoshop de desfocagem para evidenciar molduras que estão

<sup>31</sup> O software utilizado, desenvolvido pela Adobe Systems, é da versão CS6 (13.0 x64).

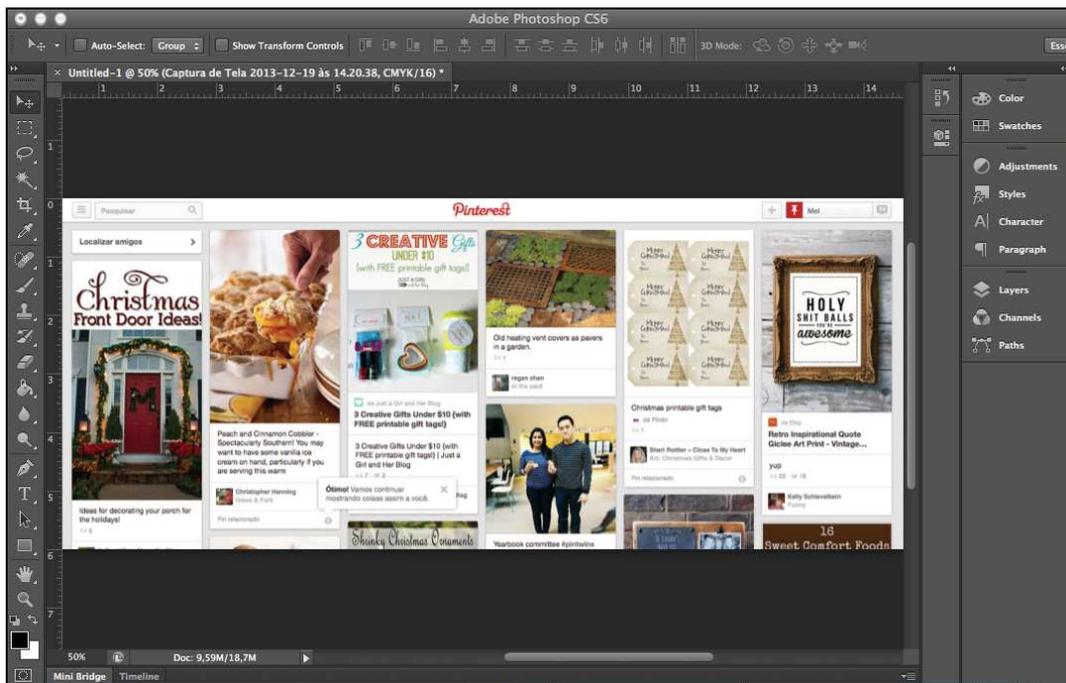
inseridas em interfaces cujo entorno ou totalidade são representativos de outra moldura.

Figura 21 - Captura de tela do diretório do computador exibindo material arquivado



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 22 - Captura de imagem da interface do software *Photoshop*



Fonte: Elaborado pela autora.

Podemos resumir a fração instrumental da pesquisa dizendo que, primeiramente, as interfaces do Pinterest foram percebidas, depois, aquelas que indicavam algum potencial para a pesquisa, foram capturadas, no instante em que foram vistas, enquanto outras foram recuperadas, por meio do serviço do site WaybackMachine, resgatando temporalidades anteriores do empírico. Este movimento de coleta, realizado por nós como detetive errante, flanando pela web, levando em consideração nosso problema de pesquisa. As interfaces coletadas foram sendo organizadas em pastas, cujo critério de organização, inicialmente, apenas separava o passo a passo para criar uma nova conta no Pinterest, das imagens internas e das imagens externas do site; já depois, as imagens internas também passaram a ser categorizadas em imagens internas operacionais e imagens internas relacionadas à estética do site, e ainda novas pastas de imagens buscadas em ferramentas específicas, como Google Images e WaybackMachine, foram criadas, e assim por diante, ao longo da pesquisa o nível de especificidade das pastas foi aumentando. Enquanto fazíamos esse movimento de organização das imagens coletadas, íamos construindo paralelamente o nosso arranjo teórico a respeito da interface cultural, o que foi nos dando pistas sobre a definição final do grupo de constelações de molduras que apresentamos na introdução deste trabalho e que desenvolvemos no próximo subcapítulo.

## **4.2 Constelações de Molduras do Pinterest**

Com o propósito de conduzir o leitor pelo processo de pesquisa que percorremos, apresentamos as lógicas operativas do Pinterest a partir do percurso que realizamos e registramos no momento em que criamos uma nova conta de usuário no site e começamos a explorar o nosso objeto de pesquisa. Inicialmente, a exploração das operacionalidades do Pinterest segue a ordem de etapas ditada pelo sistema do site estudado, o que nos impede de assumirmos uma postura itinerante como pesquisadores, já que nos encontramos detidos por regras impostas pelo empírico, as quais não podemos contornar.

Após finalização do percurso engessado pelo Pinterest, os recursos e as funcionalidades do nosso empírico passam a ser explorados com maior ênfase na nossa abordagem arqueológica *perambulante* e nossos procedimentos de cartografia passam a explorar espaços fora do Pinterest e temporalidades além do

presente. Depois de coletar e organizar as imagens, assumimos papéis de *desconstrutor* e *dissecador* do material apanhado, demarcando territórios de significação, construindo e autenticando molduras, procurando, na maioria das vezes, privilegiar, assim como orienta Fischer (2012), inspirado em Huhtamo, elementos cíclicos das interfaces, em vez de somente cronológicos.

À medida que flanamos pela web, nos movimentando dentro e fora do Pinterest, começamos a organizar as características que percebemos nas interfaces como molduras, apoiando nossas análises na descrição de Kilpp (2003), e com isso retomamos nosso problema de pesquisa, convocando questões das interfaces culturais. Observando e examinando as pastas que criamos para organizar imagens coletadas, que, depois de dissecadas, passam a ser arranjadas em pastas como molduras autenticadas, temáticas começam a se sobressair e nós acabamos por agrupá-las em três constelações *bioluminescentes* para nos ajudar a responder à nossa pergunta de pesquisa.

O termo constelação, conforme já comentamos parcialmente no começo deste trabalho, é inspirado no trabalho de Montaña (2012), em cujo glossário encontramos a seguinte definição:

Conjunto de estrelas que formam uma determinada imagem. Uma constelação é um encontro de diversas temporalidades. Vemos estrelas que já não existem no tempo. Na pesquisa, a constelação possibilita estabelecer coleções e desnaturalizar, assim, a ordem que o próprio objeto estabelece, dando a ver opacidades no modo de estabelecer essa ordem. (MONTAÑO, 2012, p. 208-209).

O critério que utilizamos para sistematizar esse arranjo de constelações diz respeito às nossas percepções quanto a comportamentos e características do Pinterest que *brilham* e que solidificamos por pertencimento.

A constelação HCI, primeira a ser analisada, aborda, majoritariamente, **molduras sólidas**, que, assim como Bittencourt (2007, p. 167), consideramos como sendo “[...] mais constantes e menos passíveis de mudanças a curto prazo”. Nós também qualificamos as molduras desta constelação como operacionais, pois são molduras em que a intervenção do usuário está condicionada a atender solicitações e a respeitar limitações do sistema e da máquina, não deixando espaço para explorar o Pinterest sem roteiro e impossibilitando a ação de flunar pelo site por alguns momentos.

A constelação plástica, segunda a ser observada, distingue-se, sobretudo, por **molduras líquidas** que, diante de determinadas variáveis, se modificam. As molduras compreendidas nesta constelação são maleáveis, provocam reações estéticas devido às suas formas e se destacam pelo aspecto da visualidade, da apresentação gráfica, do panorama da exibição. O exercício de divagar pelo Pinterest durante o período da pesquisa é acompanhado da busca por outras temporalidades do site para visualizarmos com maior precisão a maleabilidade das molduras desta constelação.

A última constelação, atravessamento entre produtos culturais on-line, caracteriza-se, principalmente, por **molduras porosas** que contagiam o Pinterest com elementos de outros artefatos culturais on-line e que também afetam outros produtos web por meio de componentes do Pinterest, abrangendo molduras externas ao Pinterest, requisitando que o nosso ato de perambular como pesquisadores ultrapassasse as fronteiras do nosso objeto de pesquisa e percorresse a web.

Além de seus respectivos tipos de molduras mais caracterizantes, propomos que as três constelações compartilham uma categoria de moldura em comum, que irrompe em todas elas de forma discreta, mas significativa, trata-se de **molduras intrínsecas**. Estas molduras se caracterizam por estarem inseridas dentro de outras molduras, chamadas por Bittencourt (2007, p. 158) de *superiores*, atrelando uma relação de hierarquia entre a moldura maior, aquela que aloja, e a moldura menor, aquela que é alojada. Entretanto, nosso pensamento sobre as molduras intrínsecas em relação às molduras que as comportam não é de submissão ou de subalternidade, mas de engrandecimento e distinção, já que as molduras intrínsecas agregam aspectos e recursos às molduras que as abrangem, de certa forma, enriquecendo-as.

Cabe colocar em evidência que nós atrelamos as molduras a constelações específicas por uma questão de interpretação, por termos julgado determinadas características de cada moldura como sendo mais significativas e relevantes, o que não quer dizer que, dependendo do ângulo da análise, as molduras não poderiam ter sido classificadas de outra forma. E além disso, independentemente da motivação da interpretação, as constelações se contagiam, elas não são absolutamente sólidas, ou líquidas, ou porosas, existe algo de cada uma das

constelações em todas as variações destas molduras que indicam condição de estado.

#### 4.2.1 Constelação HCI

##### - Molduras Introdutivas:

Como ocorre em outros sites com propriedades de redes sociais, o Pinterest também oferece a opção aos usuários de se registrarem usando suas contas prévias do Facebook, além da alternativa de usarem um endereço de e-mail independente, caso eles prefiram manter suas contas de mídia social em separado. (WILKINSON, 2013, p. 1).

Figura 23 - Captura de tela da página de acesso do Pinterest



Fonte: Pinterest (2013a).

Optamos por criar uma conta utilizando endereço de e-mail. O sistema de registro do site demanda: nome e sobrenome do usuário; endereço de e-mail; senha; país; sexo; e pergunta ao *pinner* em potencial se o Pinterest pode personalizar sua experiência baseando-se em sites visitados por ele. Todas as respostas podem ser alteradas posteriormente.

Figura 24 - Formulário de cadastro do Pinterest



Inscreva-se usando o e-mail

Nome Sobrenome

Endereço de e-mail

Senha

Brasil (Brasil)

Feminino  Masculino

Deixar o Pinterest personalizar sua experiência com base nos sites que você visita

[Mais informações](#)

Você representa uma empresa? [Clique aqui.](#)

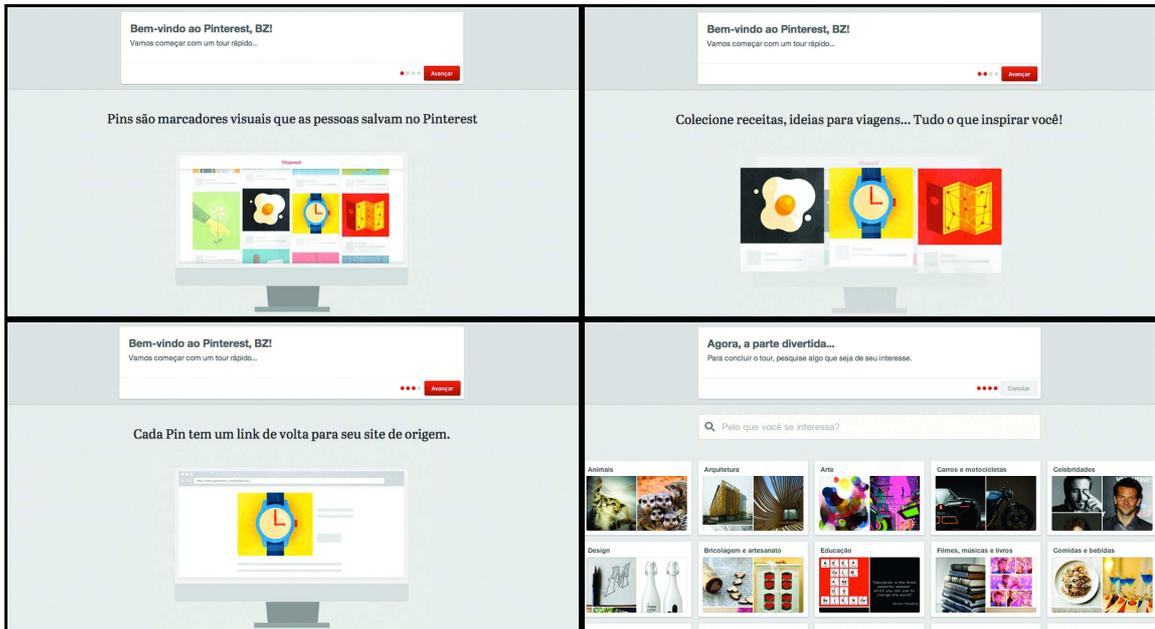
Ao criar uma conta, eu aceito os [Termos de Serviço](#) e a [Política de Privacidade](#) do Pinterest.

Cancelar Inscrever-se

Fonte: Pinterest (2013a).

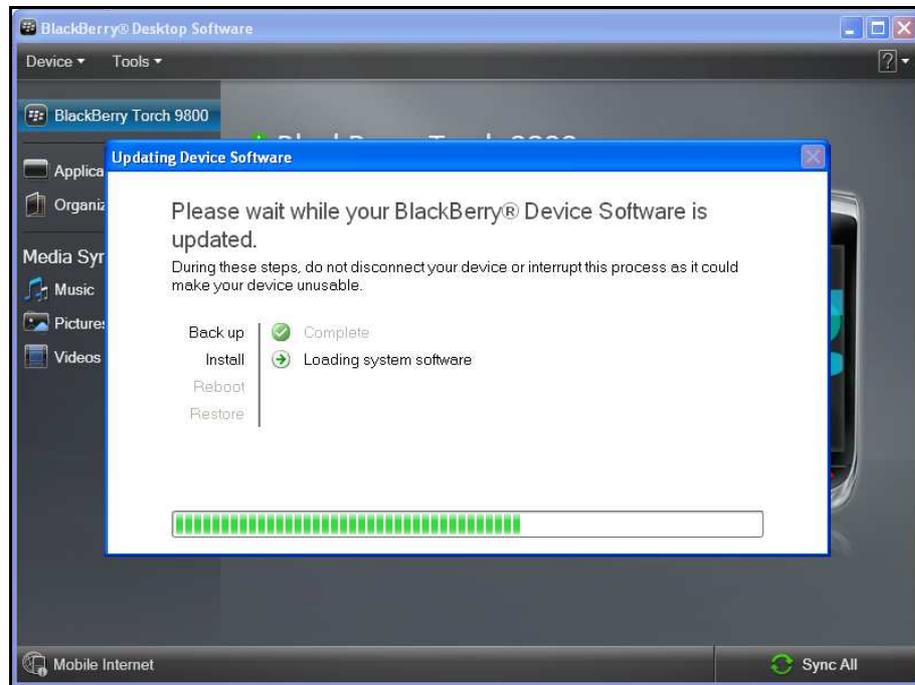
Após a inscrição, o usuário é recebido por quatro telas consecutivas de boas-vindas, chamadas pelo Pinterest de *tour*, que explicam e ilustram rapidamente o que seriam *pins*, fornecem ideias abrangentes do que poderia ser colecionado no site e estimulam o usuário a pesquisar sobre algo que seja de seu interesse para concluir o *tour*. A existência de um menu estreito horizontal, no topo de todas as telas, com indicadores circulares que vão mudando de cor conforme o usuário avança no processo ofertado pelo Pinterest, acompanhado de ilustrações e descrições, assemelha-se a procedimentos de instalação de softwares, que orientam o usuário sobre a quantidade de etapas a ser esperada e mostram a ele a progressão do percurso demandado pelo sistema para preparar o artefato em questão para que seja usado de forma apropriada. Na figura 26, apresentamos um exemplo de instalação de software para evidenciar a semelhança.

Figura 25 - Capturas de telas de boas-vindas do Pinterest



Fonte: Pinterest (2013a).

Figura 26 - Captura de tela de instalação de software



Fonte: Weng (2012).

Logo em seguida, o usuário é instruído a escolher, no mínimo, cinco painéis para *seguir* para preencher o seu feed inicial de conteúdo. Feed inicial é como o sistema do Pinterest chama a página de entrada da conta do usuário, que ele

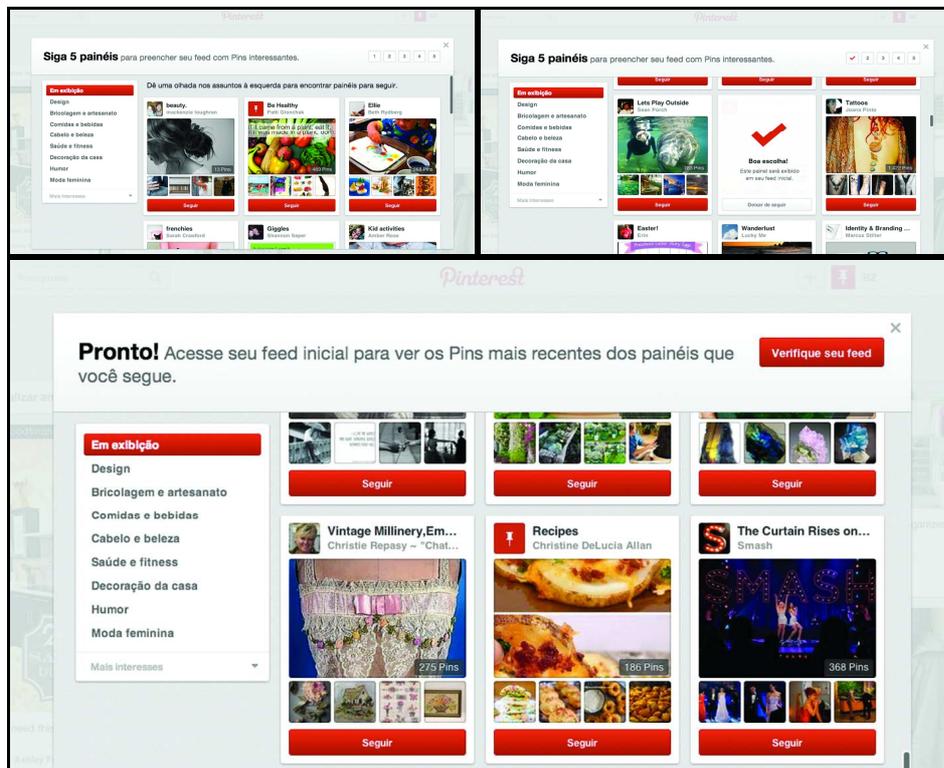
visualiza logo após iniciar sessão no site. Usualmente, esta página é chamada de home page pelos sites, enquanto a referência cultural, dentro do contexto da web, da palavra feed remete a uma lista atualizada de conteúdos aglutinados de sites, diferentes ou não, sobretudo blogs, habilitados para RSS (Rich Site Summary ou Really Simple Syndication). (MÜLLER, 2012).

O RSS nasceu em 1997, fruto da confluência da tecnologia *Really Simple Syndication* de Dave Winer – usada para enviar atualizações de blog – e o *Rich Site Summary* da Netscape que permitia aos usuários criar home pages do Netscape personalizadas, com fluxos de dados regularmente atualizados. (O'REILLY, 2005, p. 13).

Segundo a percepção de O'Reilly (2005), o RSS foi desenvolvido para dar o poder ao usuário de visualizar o conteúdo que ele deseja, quando o quiser, sem a necessidade de requisitar autorização de quem fornece a informação.

Da decisão do Pinterest em chamar a página de entrada de seus membros de feed inicial, poderíamos depreender que os desenvolvedores do site entendem que a característica de constante atualização de conteúdo, proveniente de diversas fontes escolhidas pelo usuário, é algo merecedor de destaque.

Figura 27 - Capturas da tela de instruções do Pinterest



Fonte: Pinterest (2013a).

Após a realização dos procedimentos exigidos para cadastro no site e para a utilização dos serviços do Pinterest, o usuário não tem mais a possibilidade de entrar em contato com estas interfaces, que, no nosso entendimento, são *molduras introdutivas*, nesta ordem em que estão dispostas. Chamamos esta sequência de molduras de molduras introdutivas porque elas estabelecem um contato preliminar com o usuário, guiando-o, mesmo que elementarmente, pelo fundamento de construção do Pinterest: colecionar *pins* e *seguir* painéis. (ZARRO; HALL; FORTE, 2012).

Entre as já vistas, as únicas interfaces que podem ser revistas pelo usuário, após a sua inscrição no site, são as ilustradas na figura 23 e na figura 27. Enquanto a interface visualizada na figura 23, se trata de uma outra moldura, analisada logo a seguir, a interface exposta na figura 27, que dentro do contexto de cadastro no site parece ser somente uma moldura introdutiva passageira, com o uso do serviço do Pinterest se revela um link permanente, chamado *seguir painéis*, pertencente à *moldura usuário*, explicada mais adiante ainda nesta mesma subseção, e que pode ser usado por *pinner*s sempre que quiserem pesquisar novos painéis para *seguir*.

#### **- Moldura Acesso:**

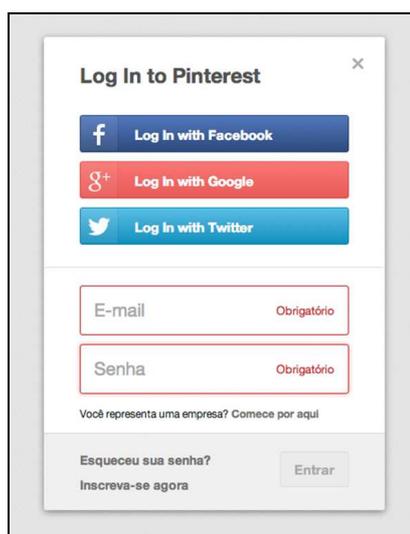
Na figura 23, além de visualizarmos uma moldura introdutiva, vemos uma *moldura acesso*; em cujo primeiro contato, temos a impressão de que se trata de uma interface direcionada exclusivamente aos internautas que ainda não são membros do Pinterest, pois o maior apelo visual (botões grandes, centralizados na tela) existe para que se faça a inscrição no site, mas, observando com mais cuidado, há uma discreta frase (*Já possui uma conta? Entre agora*) orientando os membros já cadastrados onde clicar para acessar o site, tornando a moldura acesso em canal de ingresso ao site tanto para novos, quanto para antigos usuários. A interface da moldura acesso se repetirá na tela do computador todas as vezes que digitarmos a URL do Pinterest no navegador da web.

#### **- Moldura Login:**

Ao clicar no link *Entre agora*, constituinte da interface da moldura acesso, somos levados à *moldura login*, ilustrada na figura 28, que, por meio da requisição

de dados previamente cadastrados no momento de inscrição no site pelo usuário, permite que este acesse o Pinterest efetivamente. A moldura login oferece ao usuário diferentes formas para ingressar no site, inclusive opções que não estão mais disponíveis para registro de novos membros: acessar o Pinterest com os dados pessoais das contas do Google e do Twitter. Embora não necessariamente perceptível para um usuário regular, já que não percebemos indicações visuais ou textuais de diferenciação, nosso *agir arqueológico* permite que percebamos a convivência de *duas temporalidades de usuários* nesta interface, pois estas duas alternativas, que não estão mais ativas na moldura acesso, continuam presentes na moldura login, o que na prática significa que usuários antigos podem continuar a iniciar suas sessões no Pinterest da maneira como optaram quando se cadastraram no site pela primeira vez.

Figura 28 - Moldura Login

A screenshot of the Pinterest login modal window. The window has a title bar that says "Log In to Pinterest" with a close button (X) on the right. Below the title bar, there are three social media login buttons: "Log In with Facebook" (blue), "Log In with Google" (red), and "Log In with Twitter" (light blue). Below these buttons, there are two input fields: "E-mail" and "Senha" (Password). Both fields have a red border and the word "Obrigatório" (Required) in red text to the right of the field. Below the input fields, there is a link that says "Você representa uma empresa? Comece por aqui". At the bottom of the modal, there are two links: "Esqueceu sua senha?" and "Inscreva-se agora", and a button labeled "Entrar" (Log In).

Fonte: Pinterest (2013a).

### - Moldura Comando:

Após passar pela moldura login, seja pela primeira vez ou não, o usuário entra em contato com a página de entrada, ou feed inicial, do Pinterest, ilustrada na figura 1, na introdução deste trabalho. Agora retomamos a parte superior da página de entrada do Pinterest, o menu em forma de barra horizontal, entretanto, analisado

sob as diferentes molduras que o integram, segundo a nossa perspectiva. O painel da página de entrada é tratado na próxima constelação.

A *moldura comando* está presente em todas interfaces do Pinterest, se encontra no topo de todas as páginas e compreende outras seis molduras, desempenhando papel de uma espécie de *área de gerenciamento* do Pinterest, onde o usuário encontra as opções para desempenhar praticamente todas as funcionalidades disponibilizadas pelo site na sua conta pessoal. Os elementos considerados por nós como molduras inseridas na moldura comando, o que as torna *molduras intrínsecas*, são desdobrados a partir de agora, no sentido da esquerda para a direita, conforme aparecem na figura 29.

Figura 29 - Moldura Comando



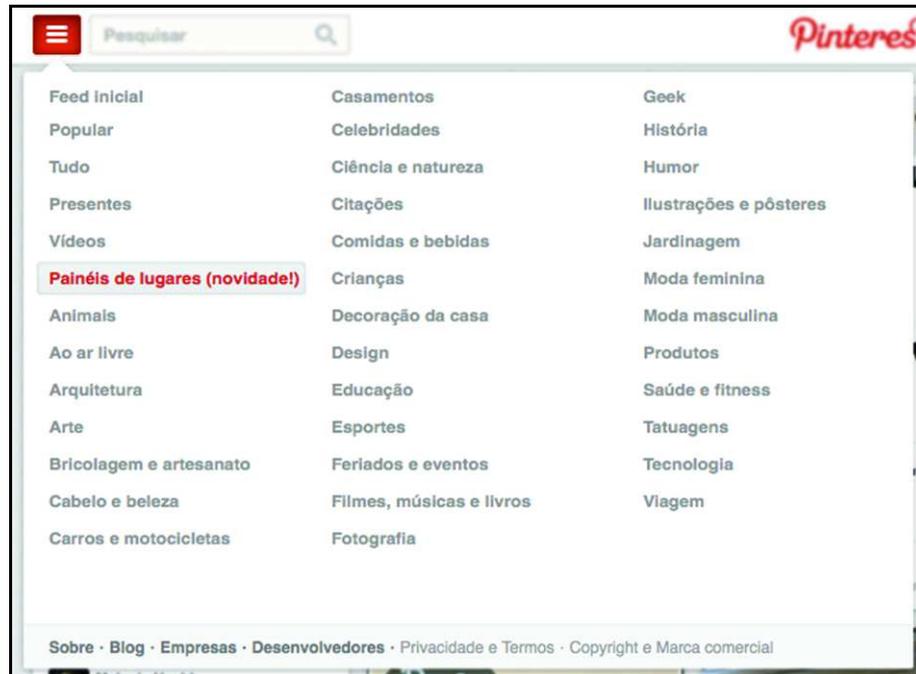
Fonte: Pinterest (2013a).

#### - Moldura Explorar:

A *moldura explorar* abriga as 32 categorias *top-level* (ZARRO; HALL, 2012), mencionadas no capítulo de interfaces, além das opções: *feed inicial*, atualização dos *pins* da página de entrada do usuário; *popular*, miscelânea de *pins* que são considerados populares pelo site; *tudo*, conteúdo de todo o Pinterest, de *pinner*s e de painéis *seguidos* ou não pelo usuário; *presentes*, coletânea de *pins* com valores monetários, cuja origem, normalmente, é um site de compras, onde se pode comprar a sugestão de presente mostrada no *pin*; *vídeos*, audiovisuais que circulam pelo site; *painéis de lugares (novidade!)*, a modalidade mais recente lançada pelo Pinterest e que se encontra, até o momento desta pesquisa, permanentemente destacada. Esta moldura contém também uma barra de rodapé com ligações externas para as seções do site: *sobre*, que explica o que é o Pinterest; *blog*, que abre o *diário de notícias* do site; *empresas*, que fala sobre a proposta do site para contas profissionais; *desenvolvedores*, que fornece informações relacionadas à programação do site; *privacidades* e *termos*, que declara aos usuários o posicionamento do Pinterest sobre condições de serviço, direitos autorais, políticas de privacidade e aquilo que o Pinterest considera uso aceitável do site; *copyright* e *marca comercial*, que esclarece os direitos da marca Pinterest. A moldura explorar

disponibiliza uma lista de opções, em forma de links, por meio dos quais o usuário pode ter acesso a uma experiência mais direcionada à sua linha de interesse no site, encontrando o que deseja mais fácil e rapidamente.

Figura 30 - Moldura Explorar (exibida com zoom)



Fonte: Pinterest (2013a).

#### - Moldura Pesquisar:

A *moldura pesquisar* é identificada pelo verbo *Pesquisar*, inserido no campo de busca onde o usuário deve digitar a palavra referente aquilo que está procurando, e pelo desenho de uma lupa, representações culturalmente associadas ao ato de buscar algo. Acreditamos que o fato de a moldura pesquisar estar localizada logo à direita da moldura explorar não seja uma casualidade, já que podemos inferir que a pessoa que não venha a encontrar aquilo que deseja por meio da lista de opções ofertada na moldura explorar, possa querer uma outra ferramenta para realizar uma busca mais específica, eis a moldura pesquisar.

Figura 31 - Moldura Pesquisar (exibida com zoom)



Fonte: Pinterest (2013a).

### - Moldura Logo:

A *moldura logo*, localizada no centro da moldura comando, além de nomear o site, é um link que encaminha o usuário à sua página de entrada do Pinterest atualizada.

Figura 32 - Moldura Logo (exibida com zoom)



Fonte: Pinterest (2013a).

### - Moldura Adicionar:

A *moldura adicionar* pode ser reconhecida por um botão quadrado de cantos arredondados com um símbolo de adição centralizado nele e disponibiliza três opções de atividades para o usuário: *enviar um Pin*, utilizada para publicar alguma imagem que esteja armazenada no computador ou em algum outro tipo de dispositivo de armazenamento de dados do usuário; *adicionar Pin de um site*, aplicada para inserir imagem de qualquer site da web no Pinterest; *criar um painel*, usado para originar um novo painel. Ao final das opções, a moldura adicionar ainda propagandeia o botão Pin It, revisto na terceira subseção deste subcapítulo, como sendo *a maneira mais fácil de adicionar Pins* ao site, o que nos leva a deduzir que os desenvolvedores do site têm uma preferência por esta maneira de adicionar *pins* ao Pinterest em detrimento das outras.

Figura 33 - Moldura Adicionar (exibida com zoom)



Fonte: Pinterest (2013a).

### - Moldura Usuário:

A *moldura usuário* pode ser identificada pelo nome do *pinner* no Pinterest e por um caixilho, à sua esquerda, destinado à inserção opcional de sua foto, preenchido pela ilustração de um *pin* (alfinete) quando deixado vazio, e está dividida em seis segmentos: *seu perfil e Pins*, onde todos os painéis do usuário podem ser visualizados, lado a lado, e há a função para adicionar novos painéis, além de ter acesso a todos os *pins* do usuário, todas suas *curtidas*, seguidores, membros seguidos por ele e opções de edição dos elementos mencionados; *configurações*, a opção abre uma página onde o usuário controla sua conta, podendo, entre outras coisas, alterar senha, idioma, sistemas de notificação, conectar sua conta com as redes sociais Facebook e Twitter, além de poder desativar sua conta; *localizar amigos*, para utilizar o recurso é preciso que o usuário sincronize sua conta com os serviços do Facebook e do Twitter para encontrar contatos destas redes sociais que já são membros do Pinterest e para convidar aqueles que ainda não o são a fazer parte; *seguir painéis*, aqui o usuário volta a entrar em contato com a interface por meio da qual selecionou os cinco painéis necessários para começar a utilizar o Pinterest, logo após sua inscrição no site; *visitar a central de ajuda*, esta opção abre a página de central de ajuda do Pinterest no navegador do usuário; *sair*, encerra a sessão do usuário no site.

Figura 34 - Moldura Usuário (exibida com zoom)



Fonte: Pinterest (2013a).

### - Moldura Avisos:

A *moldura avisos* apresenta uma lista de notificações de situações que foram previamente requisitadas pelo usuário para que o sistema o informasse quando ocorressem, por exemplo: outro membro do Pinterest começar a *seguir* o usuário ou algum de seus painéis; algum *pin* do usuário ser *curtido* ou adicionado a algum painel; alguma atividade acontecer em algum painel compartilhado, tipo de painel explicado na subseção painéis. A preferência em relação às notificações pode ser alterada a qualquer momento pelo usuário na opção *configurações* da moldura usuário.

Figura 35 - Moldura Avisos (exibida com zoom)



Fonte: Pinterest (2013a).

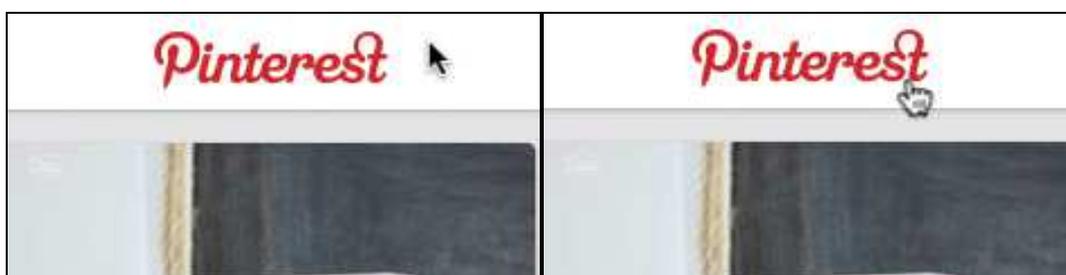
### - Moldura cursor:

A *moldura cursor* é ativada por meio do uso de dispositivos de entrada (*mouse, touchpad, teclado*), quando estes se encontram em contato com elementos passíveis de manipulação localizados nas interfaces do Pinterest. Esta manipulação, consequência da ação da moldura cursor, mesmo que tenha sido previamente *autorizada* pela programação de desenvolvedores do site, é representativa da promessa de empoderamento do usuário do Pinterest. Na linguagem de programação, o nome do efeito que a moldura cursor provoca quando entra em contato com elementos que são links, como vemos nas imagens a seguir, é seletor *hover* e ele pode se manifestar de formas variadas para alertar o usuário sobre funcionalidades diferentes disponíveis nas interfaces. (CSS..., 2014). Associada à

vontade do usuário, a moldura cursor se desloca pelos elementos da tela mudando sua forma conforme o posicionamento ou o tipo de tarefa que pode ser ou está sendo executada pelo *pinner*, indicando níveis diferentes de tensionamento.

Quando a moldura cursor está sobre algum elemento que não é um link, seu formato é de uma seta, já quando a moldura é sobreposta a uma hiperligação, sua aparência, na maioria das vezes, se transforma em uma mão com o dedo indicador apontando para cima, como podemos visualizar na figura 36. Esta reação evidencia a função mais elementar da moldura cursor, assinalar para os usuários do site quais partes da interface são links que podem dar acesso a novos elementos.

Figura 36 - Moldura cursor em forma de seta e em forma de mão indicando



Fonte: Pinterest (2013a).

Esta mudança de formato da moldura cursor pode vir acompanhada de alguma alteração visual no elemento sobre o qual a moldura cursor estiver agindo. Nas imagens da figura anterior, o efeito do tensionamento do encontro da moldura cursor com o link, no caso a moldura logo, é visível somente na moldura cursor.

No entanto, na próxima figura, podemos observar imagens do tensionamento da moldura cursor com a já analisada anteriormente moldura adicionar: na primeira imagem, mostrada aqui a título de comparação, a moldura adicionar aparece em seu estado inato, tal qual é sua aparência quando não está em contato com nenhum outro elemento; na imagem central, podemos observar a moldura cursor, em formato de mão, pairando sobre a moldura adicionar que agora, reagindo ao encontro com a moldura cursor, aparece em vermelho; na última imagem, visualizamos um segundo momento de tensionamento entre as duas molduras, que acontece quando a moldura cursor não é simplesmente sobreposta à moldura adicionar, mas quando o usuário aciona a moldura adicionar clicando sobre ela com a moldura cursor, fazendo com que a moldura adicionar se expanda e se mostre em sua totalidade. Estes três *estados* visuais, inato, pré-selecionado e expandido, que neste parágrafo

exemplificamos com a moldura adicionar, acontecem com todas as *molduras intrínsecas* à moldura comando, com exceção da moldura logo.

Figura 37 - Moldura adicionar inata, pré-selecionada e expandida



Fonte: Pinterest (2013a).

Existem outros formatos e outros efeitos que a moldura cursor pode adotar quando em contato com outros elementos. Na figura a seguir, vemos três imagens em que a moldura cursor interage com a moldura pin, abordada na subseção deste capítulo que versa sobre a constelação plástica. Nas duas primeiras imagens, a moldura pin está em seu estado reduzido, como é vista dentro da moldura painel, também tratada na constelação plástica, e podemos vê-la tensionada pela moldura cursor de duas maneiras: quando a moldura cursor está sobre a moldura pin, botões com opções de ação aparecerem dentro da moldura pin, caso a moldura cursor seja posicionada sobre estes botões, situação da primeira imagem da figura 38, o seu formato é de mão apontando; caso a moldura cursor seja afastada dos botões, como vemos na segunda imagem da mesma figura, sua aparência muda para a de uma lupa com um símbolo de aumento em seu interior e uma versão extremamente sutil da *moldura semi-transparente*, analisada na próxima subseção, se sobrepõe à moldura pin, clareando-a e destacando os botões. A terceira imagem da figura 38, que exhibe uma moldura pin em seu estado expandido, mostra a moldura cursor na forma de uma lupa com um sinal de redução. Enquanto a lupa com símbolo de aumento indica que aquele elemento sobre o qual ela está posicionada tem potencial para ser ampliado, a lupa com sinal de redução aponta o contrário, que o elemento pode ser visto novamente em seu tamanho reduzido.

Figura 38 - Moldura cursor e efeito hover



Fonte: Pinterest (2013a).

O último formato possível da moldura cursor é o I-beam, símbolo que indica que aquele campo sobre o qual a moldura está sobreposta é destinado a texto. Na primeira imagem da figura abaixo, a moldura cursor assume o formato de I-beam para indicar que naquela superfície é permitido ao usuário escrever, enquanto a segunda imagem mostra uma situação em que a moldura cursor pode ser utilizada para selecionar texto.

Figura 39 - Moldura cursor em forma de I-beam



Fonte: Pinterest (2013a).

### - Complementando:

As molduras abordadas na constelação HCI evidenciam com maior ênfase práticas que, além de operacionais, podem ser consideradas costumeiras e características de sites da web, por exemplo: organizar as principais funcionalidades do site em um único grande menu, como é o caso da moldura comando no Pinterest; disponibilizar ferramenta de pesquisa de conteúdo interno do site ao usuário, representada pela moldura pesquisar do empírico; fazer com que ao clicar no logo do site, em qualquer página do mesmo, o usuário seja encaminhado para a sua página inicial, que é o que acontece ao acionar a moldura logo do Pinterest; ter o

símbolo do cursor mudar de formato dependendo do elemento com o qual ele faz contato, assim como ocorre com a moldura cursor do nosso objeto de pesquisa.

As dinâmicas de performance destas molduras vão ao encontro do que Manovich (2001) afirma sobre as interfaces culturais tentarem acomodar uma demanda por consistência em seus aparatos. Retomamos aqui algo sobre o qual já falamos no capítulo de interfaces desta dissertação, que é a declaração de Manovich (2001) sobre usuários terem facilidade em aderir a novas formas culturais por estas serem embasadas em formas culturais anteriores, o que geraria sentimentos de familiaridade e clareza aos usuários diante de novos artefatos.

No mesmo capítulo sobre interfaces, utilizamos as 10 heurísticas de usabilidade do Jakob Nielsen (1995) para averiguar se o Pinterest fazia uso de convenções de HCI e chegamos a uma inferência de forte presença destas sobre o site. As regras de Nielsen (1995) condizem com o fundamento das molduras agrupadas nesta constelação HCI, que é ofertar consistência e padronização nas operacionalidades do site ao usuário.

Os sentidos produzidos por estas molduras remetem aos propósitos da interface gráfica do usuário (GUI), desenvolver procedimentos que representem atitudes naturais para guiar e amparar o usuário para que ele faça uso de um sistema. (PREECE; ROGERS; SHARP, 2008). O paradigma criado na área de concepção de interfaces pelo desenvolvimento da GUI afeta a web como um todo e, conseqüentemente, exerce influência sobre o Pinterest e suas interfaces.

As molduras da constelação HCI refletem a característica de auxílio ao usuário, primeiramente, a compreender as lógicas de comportamento do Pinterest e, após um momento inicial introdutório, a utilizar as ferramentas do site para desfrutar de seu serviço. Estas molduras, assim dissecadas, apontam para aspectos de comunicabilidade entre o site e o usuário, às vezes impondo uma atitude imediatista do usuário em relação a uma questão operacional, às vezes dando ao usuário liberdade para atuar da forma que desejar, dentro das limitações da programação do site.

Quando Manovich (2001) justifica o motivo pelo qual escolheu HCI como um dos elementos para compor a tríade constituinte de sua definição de interfaces culturais, o autor explica que, para ele, HCI diz respeito a um sistema de controles para operar uma máquina. Acreditamos que as molduras reunidas nesta constelação só reforçam o conceito de HCI trazido por Manovich (2001), pois consideramos que

elas representem este sistema de controles, de que fala o autor, para operar a *máquina* Pinterest. A questão que se impõe, no entanto, é que esta operação da máquina convive com outras características que as demais constelações nos revelam, na medida em que, acima de tudo, nosso movimento é perceber as interfaces como artefatos culturais.

#### 4.2.2 Constelação Plástica

##### **- Moldura Painel:**

A *moldura painel* é composta pela distribuição e arranjo de *pins*, que também são analisados como molduras nesta subseção do capítulo, em uma determinada superfície, no caso, um *pinboard*. Em um estudo sobre o Pinterest, Zarro, Hall e Forte (2012) identificaram quatro categorias de ações de usuários enquanto faziam uso, tanto pessoal, quanto profissional, do Pinterest: coleta, descoberta, colaboração e publicação de imagens. Todos estes comportamentos acontecem por meio dos painéis do Pinterest. Os mesmos autores dizem ver o Pinterest “[...] não como um repositório de imagens, mas sim, como uma infraestrutura para a construção de repositórios”. (ZARRO; HALL; FORTE, 2012, p. 6, tradução nossa). E, nós acreditamos que o embasamento desta infraestrutura a que eles se referem sejam os painéis do Pinterest.

O Pinterest disponibiliza três tipos de painéis, além de painéis comuns, para seus usuários: painéis compartilhados, onde um grupo de *pinners* pode colaborar com *pins*; painéis secretos, visíveis somente para os usuários que os criaram e seus convidados; e painéis de lugares, vinculados a um mapa e um serviço de localização. Esses três tipos de painéis podem ter suas propriedades combinadas de todas as formas possíveis, ou seja, um usuário pode criar um painel secreto compartilhado, um painel de lugar secreto, um painel de lugar compartilhado e ainda um painel secreto de lugar compartilhado. Após serem criados, cada tipo é identificado por símbolos diferentes (silhuetas de grupo de pessoas para painéis compartilhados, fechadura para painéis secretos), mas a maneira como os painéis operam e a estética de suas interfaces não diferem ao ponto de justificar a autenticação de novas molduras, com exceção dos painéis de lugares, que são abordados por meio de uma moldura específica explicada mais adiante nesta

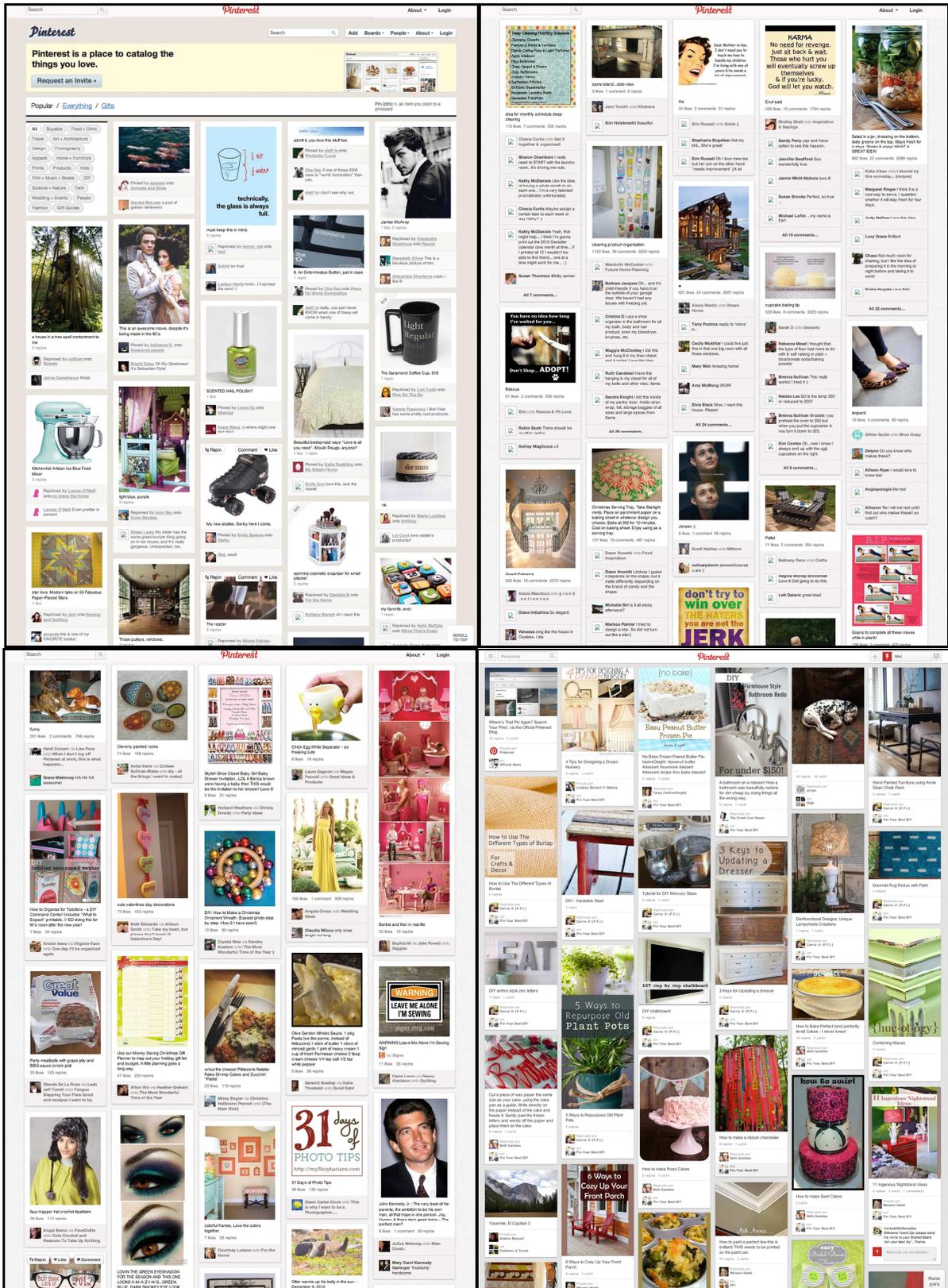
subseção. No que concerne os outros tipos de painéis, eles são abordados dentro de uma lógica do mais simples para o mais complexo, sendo considerado o mais simples aquele que apresenta menos componentes gráficos e o mais complexo aquele que exhibe mais deles.

### **- Moldura Início:**

A primeira moldura painel com a qual estabelecemos contato ao acessar o site é a *moldura início*, considerada nesta pesquisa como a moldura painel mais elementar do Pinterest e a base sobre a qual as outras molduras painel são desenvolvidas. A moldura início está localizada imediatamente abaixo da moldura comando, ilustrada e explicada na seção do texto sobre a constelação HCI, e contempla um mosaico de *pins* advindos de painéis criados e *seguidos* pelo usuário e, também, a começar de outubro de 2013, de *pins relacionados*, uma variação da moldura pin que vemos ainda nesta subseção deste subcapítulo. O usuário entra em contato com a moldura início todas as vezes que inicia sua sessão no site e cada vez que aciona a moldura logo.

Além de ser uma moldura painel em que o usuário não tem o poder de decisão para escolher todos os *pins* que aparecem nela (o usuário aponta seus interesses, mas é o sistema do site que determina quais imagens são incluídas na moldura início), a moldura início é a única moldura painel dotada do efeito scroll infinito, sobre o qual falamos no subcapítulo de interfaces culturais. Estas duas características nos levam a acreditar que é na moldura início que o usuário tem a experiência mais imersiva no site, já que é por meio desta moldura que o *pinner* entra em contato com uma miscelânea imagética *infinita*, que se renova cada vez que é acessada.

Figura 40 - Molduras Início nas suas versões de anos 2010, 2011, 2012 e 2013



Fonte: Web... (2010), Web... (2011), Web... (2012) e Pinterest (2013a).

Nota: As imagens e suas respectivas fontes estão dispostas da esquerda para a direita.

Desde 2010, ano de lançamento do Pinterest, a estrutura do site passa por reformulações que, entre outras coisas, alteram sua aparência estética. Na figura 40, trazemos quatro imagens, todas referentes à página de entrada do usuário (moldura início acompanhada da moldura comando), uma de cada ano da existência do Pinterest até 2013, para analisarmos as mudanças visuais destas molduras painel.

Observando uma moldura ao lado da outra, percebe-se que, no primeiro layout, as categorias do site faziam parte da moldura painel, ocupando o canto superior esquerdo da moldura, sabemos que hoje estas categorias foram incorporadas pela moldura comando; a coloração do fundo da moldura painel (entre os *pins*), do primeiro para o segundo ano, tornou-se cinza e, do segundo para os outros anos, mudou-se os tons de cinza; como já foi observado no capítulo de interfaces, o *frame* branco em volta dos *pins*, que aparece nos três primeiros anos e parecia fazer uma alusão às fotografias Polaroid, em 2013, é discretizado e as extremidades dos *pins* são arredondadas; o que parece mudar com mais frequência e, aparentemente, sem uma direção precisa por parte dos desenvolvedores do site é o espaço designado para texto abaixo dos *pins*, em 2010, existe tanto texto quanto imagens, enquanto em 2011, há mais texto do que imagens, o contrário de 2012, que parece ter menos texto que imagem, e, em 2013, parece ter os mesmos três campos de texto padrão de 2010, mas como não há mais o *frame* branco em torno dos *pins*, tem-se a impressão de que há mais imagens do que texto.

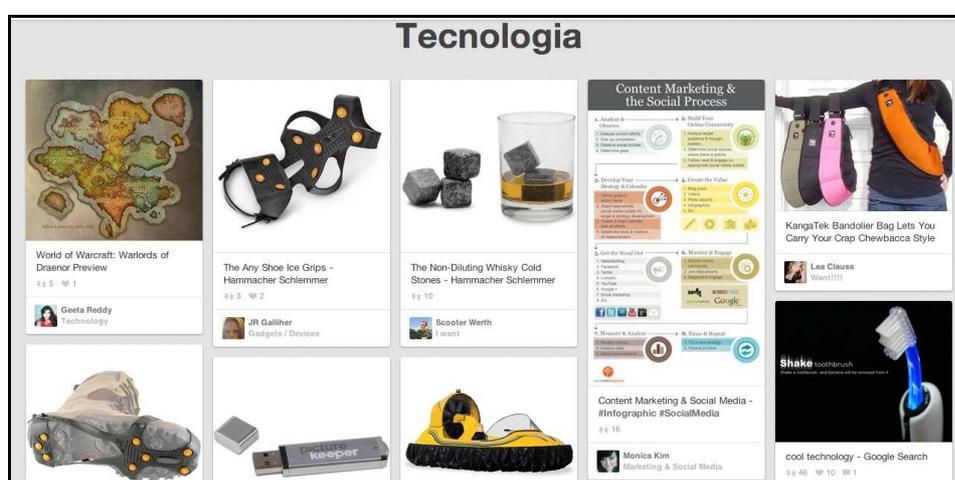
#### **- Moldura Painel Titulado:**

A *moldura painel titulado* tem inerente a ela a *moldura título*, uma *moldura intrínseca* que proporciona sentido de catalogação proposital. Este recurso é empregado pelo sistema do Pinterest ao disponibilizar painéis de categorias *top-level* (ZARRO; HALL, 2012) para os *pinners*, situação que pode ser observada na figura 41, e é utilizado pelos usuários do site para nomear painéis criados por eles, caso das figuras 42 e 43. Em se tratando de painéis criados por usuários, a moldura título pode vir ou não acompanhada de um campo tipográfico logo abaixo dela que vamos chamar de subtítulo, que pode ser observado na figura 43.

Diferentemente da moldura início, que compila diferentes *pins* da conta do usuário que advém de diversas ações executadas no sistema do site (por exemplo, marcar que permite o Pinterest personalizar a experiência do usuário baseando-se

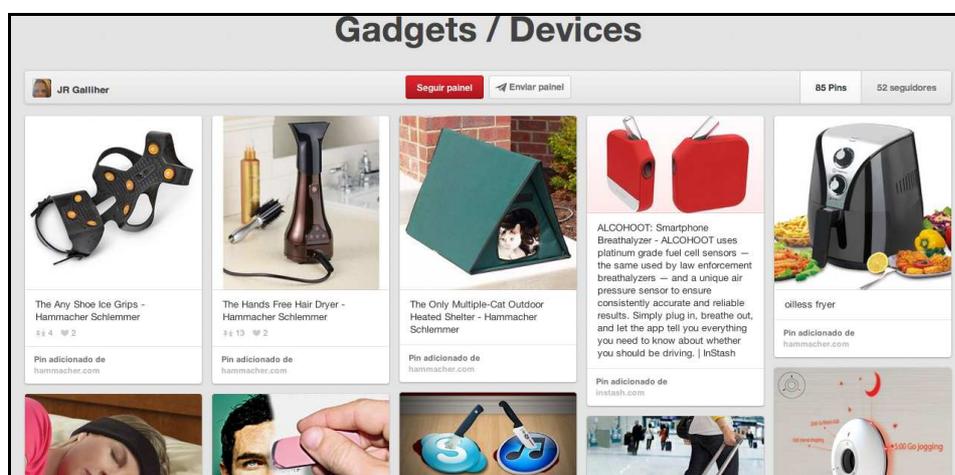
em sites visitados por ele no formulário de cadastro do site, parte das molduras introdutivas), representando o agrupamento de imagens livres de temática intencional, a moldura painel titulado é representativa de uma coleção de *pins* que não foram somente agrupados, mas foram também afetados pela moldura título, que, por meio de uma enunciação arbitrária (título), oferta sentido de categoria pré-determinada à moldura painel. Embora nossa pesquisa não tenha interesse no conteúdo das coleções afetadas pela moldura título, pensamos ser pertinente a observação desta *moldura intrínseca* e os efeitos que acarreta sobre o Pinterest, como a existência de painéis mais específicos no site.

Figura 41 - Moldura Painel Titulado (categoria *top-level*)



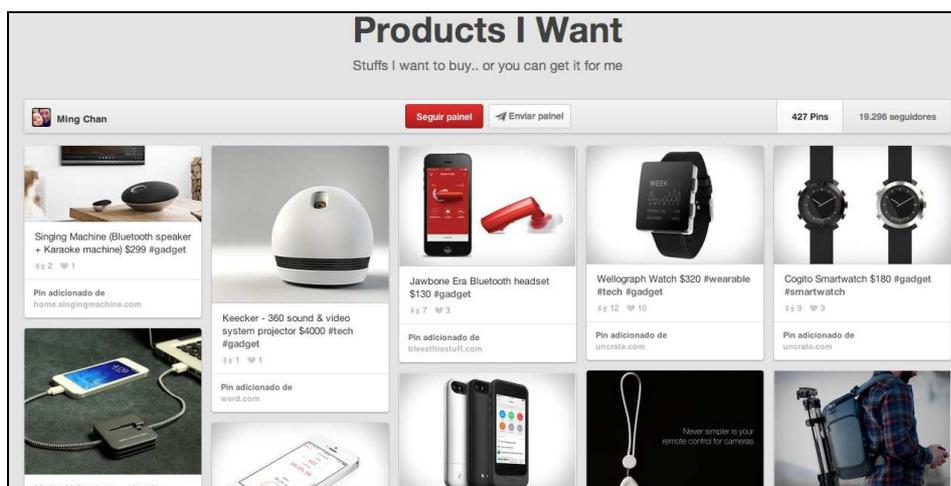
Fonte: Pinterest (2013a).

Figura 42 - Moldura Painel Titulado (criado por usuário)



Fonte: Pinterest (2013a).

Figura 43 - Moldura Painel Titulado (criado por usuário)



Fonte: Pinterest (2013a).

### - Moldura Painel Titulado Etiquetado:

Entre as molduras afetadas pela moldura título, existe um tipo que é tensionado também por outra *moldura intrínseca*, a *moldura etiqueta*, gerando assim a *moldura painel titulado etiquetado*, do qual as figuras anteriores 42 e 43 são exemplos. A moldura etiqueta, que é apresentada logo a seguir, é composta pelo nome do usuário que criou o painel em que a moldura etiqueta está inserida, a quantidade de *pins* existentes neste painel, quantos usuários cadastrados no Pinterest seguem este painel, além dos botões *seguir painel* e *enviar painel*; entretanto, a moldura etiqueta pode conter maior ou menor quantidade de elementos e ainda apresentar informações diferentes, dependendo da interface com a qual a moldura etiqueta está sendo tensionada. Independentemente do seu conteúdo, o importante é saber que a moldura etiqueta atribui sentido de *composição*, significando o fornecimento de características e possíveis ações (*seguir*, *enviar*) relacionadas à interface na qual ela está inserida. No caso da moldura painel titulado etiquetado, a *moldura intrínseca* etiqueta a torna a forma mais específica de moldura painel.

Figura 44 - Moldura Etiqueta



Fonte: Pinterest (2013a).

### - Moldura Painel Localidade:

Em 20 de novembro de 2013, o Pinterest anunciou em seu blog uma nova modalidade chamada painéis de lugares. De acordo com o anúncio, a novidade teria sido desenvolvida para combinar a bela imagem de uma revista de viagens com a utilidade de um mapa on-line para que os usuários pudessem compartilhar com os seus amigos e, ainda segundo o Pinterest, a iniciativa seria o primeiro empenho do site para se tornar mais útil para viajantes. (PINTEREST, 2013b).

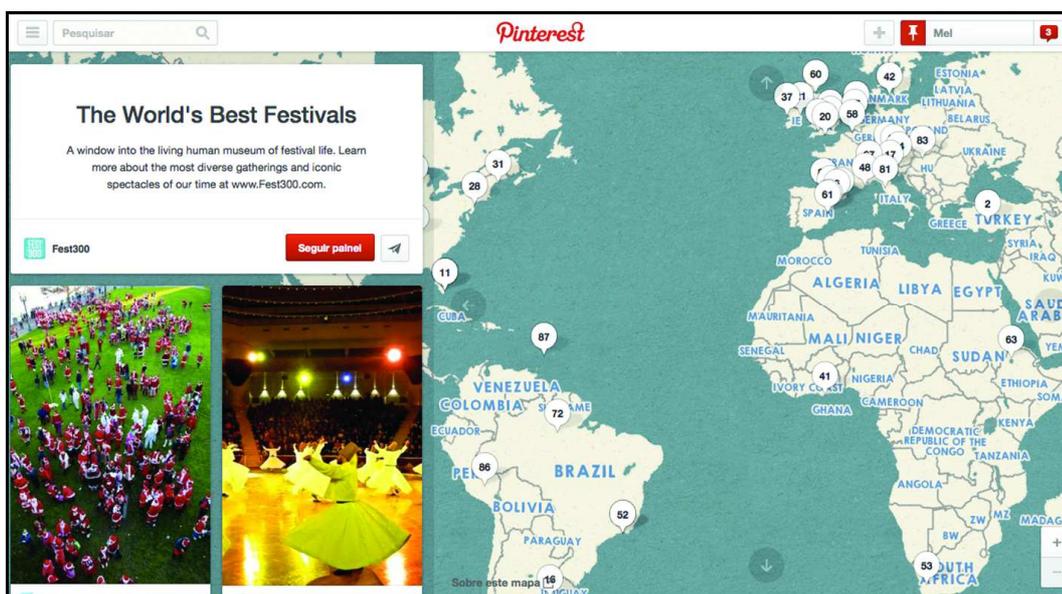
Os painéis de lugares destacam todos os *pins* pertencentes a eles em localizações dentro um mapa<sup>32</sup>, cujas coordenadas são fornecidas pelo Foursquare, “[...] uma rede social [...] que permite ao utilizador indicar onde se encontra, e procurar por contatos seus que estejam próximos desse local”. (FOURSQUARE, 2013). Entretanto, a função de *check-in* do Foursquare não está associada ao novo recurso dentro do Pinterest. (PINTEREST, 2013b).

Logo evidenciamos a *moldura painel localidade* pelo seu fundo, que se trata de um mapa interativo, e pelo agrupamento de *pins*, característico das molduras painel, reservado ao lado esquerdo da interface e sobreposto ao mapa. As molduras título e etiqueta são componentes inertes da moldura painel localidade e também se encontram limitadas ao lado esquerdo da interface, mas, enquanto a moldura título não sofreu nenhum tipo de alteração em comparação às suas aparições em outras molduras, a moldura etiqueta teve seus elementos número de *pins* e número de seguidores retirados de sua composição, decisão que presumimos que seja por uma questão estética, já que a moldura etiqueta é reduzida a quase um terço do seu tamanho *original*.

---

<sup>32</sup> “Nossos mapas são projetados por Stamen Design, alojados por MapBox, criados usando dados de colaboradores do OpenStreetMap© e licenciados sob a licença *Open Data Commons Open Database*”. (PINTEREST, 2013e, tradução nossa).

Figura 45 - Moldura Painel Localidade



Fonte: Pinterest (2013a)

### - Moldura Pin:

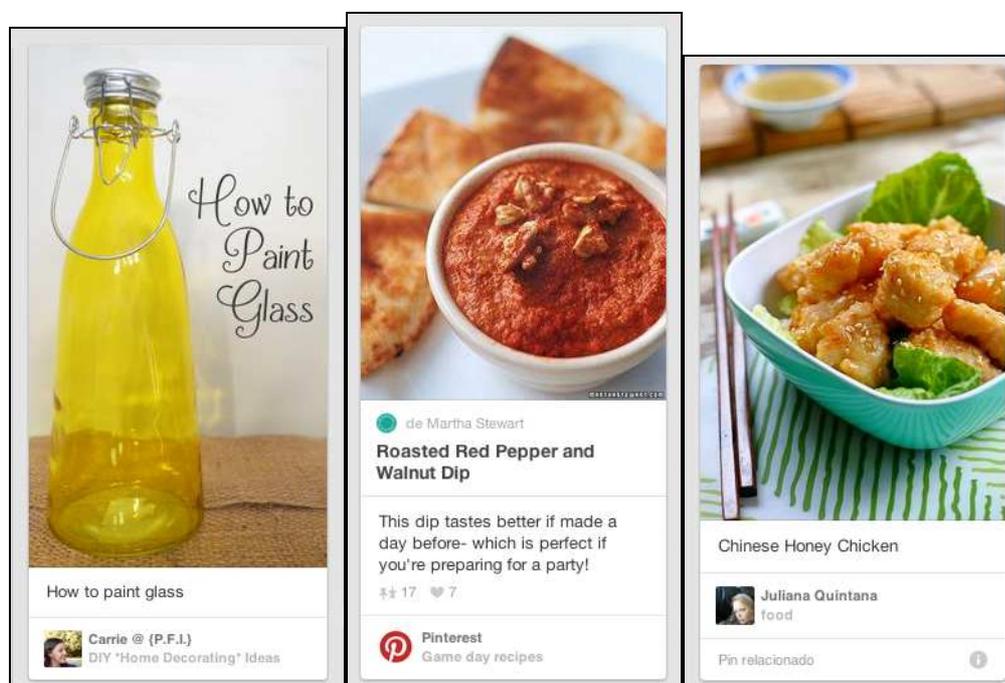
Explorando os elementos da moldura painel, passamos a observar a estrutura de um *pin*, no tempo atual desta pesquisa, em seu tamanho reduzido: consiste de uma imagem, disposta na maioria das vezes no sentido vertical, com bordas quase imperceptíveis e cantos arredondados, em cuja parte inferior se encontram campos, de fundo branco, destinados a texto. Uma vez selecionado pela moldura cursor, o *pin* aparece em seu tamanho total e a imagem do *pin* fica em destaque, inserida em um *frame* branco, de bordas grossas, no centro do ecrã do computador, cercada de dois módulos verticais retangulares com imagens menores, do lado direito, dois módulos horizontais retangulares com informações textuais e mais dois conjuntos de imagens, agrupados como em painéis, abaixo. Estas são as constituições básicas de uma *moldura pin* em seus tamanhos reduzido e expandido. Assim, quando está em seu tamanho reduzido, por se encontrar inserida na moldura painel, a moldura pin pode também ser considerada como uma *moldura intrínseca*.

A partir de maio de 2013, o Pinterest começou a liberar em sua interface *pins enriquecidos*, que são *pins* concernentes a receitas culinárias, cinema, mercadorias, artigos jornalísticos e localização geográfica que contém mais informação textual vinculada à estrutura deles. (Pinterest, 2013b). Pelo fato desta iniciativa ter alterado o aspecto visual da moldura pin, tanto em seu tamanho reduzido quanto no

ampliado, estamos a considerando na análise. Outra ação dos desenvolvedores do Pinterest que alterou a moldura pin foi a, já mencionada, inserção de *pins relacionados* na moldura painel; entretanto, isto só modificou a moldura pin em sua versão minimizada. *Pins relacionados* são *pins* sugeridos pelo sistema do Pinterest ao usuário, baseados em referências de outros *pins* que o usuário *curtiu* ou *pinou* e de sites que o usuário visitou na web, e seu propósito seria, de acordo com declarações do Pinterest, “[...] revigorar a página de entrada do usuário”. (PINTEREST, 2013b).

Na figura 46, logo abaixo, podemos visualizar os três tipos de molduras pin, em seu tamanho reduzido, que podem ser, atualmente, encontradas na moldura painel: moldura pin comum, com dois campos para texto abaixo da imagem; moldura pin enriquecido, com três áreas destinadas para texto, sendo a primeira área diferenciada das outras por meio do uso de fonte em negrito e por um pequeno gráfico que lembra um logo, causando a impressão de que se trata de um pin *autenticado*; moldura pin relacionado, também com três espaços textuais, no último consta a identificação de que se trata de um *pin* sugerido pelo Pinterest.

Figura 46 - Molduras Pin Minimizadas Comum, Enriquecido e Relacionado



Fonte: Pinterest (2013a).

A próxima figura ilustra a diferença entre uma moldura pin comum, descrita no início da explicação sobre esta moldura, e uma moldura pin enriquecido, que contém todos os elementos da moldura pin comum, além do acréscimo de um grande bloco de informações textuais muito próximo à imagem do pin, formando praticamente um elemento único.

Figura 47 - Molduras Pin Maximizadas Comum e Enriquecido

The figure displays two examples of Pinterest pin layouts. The left example is a 'How to Paint Glass' pin, featuring a yellow glass bottle and a recipe for 'Roasted Red Pepper and Walnut Dip'. The right example is a 'Roasted Red Pepper and Walnut Dip' pin, featuring a detailed recipe and a list of ingredients.

**Left Pin (Common):** The main image shows a yellow glass bottle with the text 'How to Paint Glass'. Below the image is a link to 'paintedfurnitureideas.com'. The pin includes a user profile 'Carrie @ (P.F.I.)', a comment section, and a 'Seguir' button. Below the pin are several related pins, including 'DIY + Craft Ideas', 'DIY & Crafts', 'Easy crafts', and 'painting ideas'. At the bottom, there are 'Pins relacionados:' showing more 'How to Paint Glass' pins.

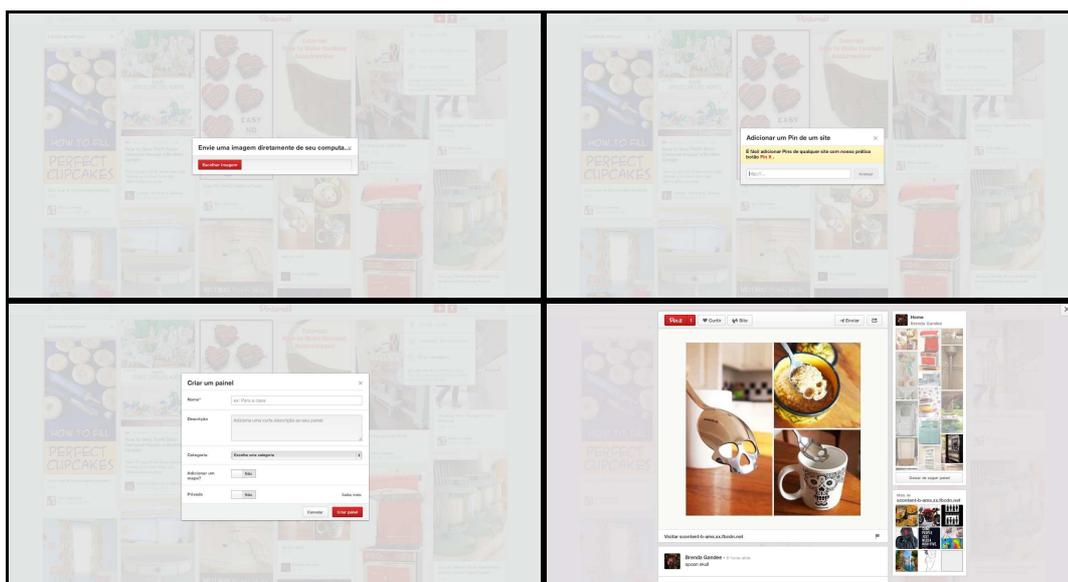
**Right Pin (Enriched):** The main image shows a bowl of red pepper dip. Below the image is a link to 'marthastewart.com'. The pin includes a user profile 'Martha Stewart', a detailed recipe for 'Roasted Red Pepper and Walnut Dip', and a list of ingredients. The recipe is organized into sections: 'Produce', 'Condiments', 'Baking & Spices', 'Oils & Vinegars', 'Nuts & Seeds', 'Bread & Baked Goods', and 'Liquids'. Below the recipe is a 'Pinterest' note and a comment section. At the bottom, there are several related pins, including 'Roasted-Red-Pepper Dip', 'Tomato and Roasted Red Pepper Salad', 'Mushroom-and-Bacon Dip', and 'Herbed Shrimp Dip'.

Fonte: Pinterest (2013a).

### - Moldura Semi-transparente:

A *moldura semi-transparente* é a única cuja interface impossibilita a utilização dos elementos da moldura comando, abordada na constelação anterior. Existem algumas funções do Pinterest que, quando são requisitadas pelo usuário, acionam uma *camada* semi-transparente acinzentada que se sobrepõe à interface que antes era dominante na tela, tornando-a discretizada ao encobri-la totalmente. Uma característica única desta moldura em relação às outras é que ela precisa da existência de outro elemento gráfico na tela para existir. Não há como acionar esta moldura isoladamente, ela responde a estímulos realizados em outros elementos e surge na tela, se interpondo entre outras interfaces visíveis, simultaneamente, no ecrã. O elemento mais na superfície da tela acaba sendo destacado pela ação da moldura semi-transparente, enquanto o elemento mais ao fundo é encoberto por ela, entretanto de uma maneira sutil, que não o torna irreconhecível e não o deixa ser esquecido pelo usuário. O aparecimento da moldura semi-transparente é uma surpresa, não se sabe ao certo quando ela irá surgir, e da mesma maneira inesperada que ela se alastra na tela, ela some juntamente com o desaparecimento do elemento que originou sua eclosão.

Figura 48 - Capturas de telas mostrando a moldura semi-transparente



Fonte: Pinterest (2013a).

### - Complementando:

A constelação plástica aborda molduras que enfatizam aspectos que Manovich (2001, p. 81) agrupou na sua definição de interfaces culturais sob as denominações de *palavra impressa* e *cinema*, pois se atêm a influências estéticas sofridas pelo Pinterest por estas *tradições culturais maiores* e suas formas culturais.

Quando pensamos sobre a moldura painel, a moldura pin e a relação de ligação entre elas, sendo a moldura pin, em seu estado reduzido, *intrínseca* à moldura painel, conjecturamos uma associação com as caracterizações universais de Bazin sobre quadro fílmico e quadro pictórico, explicadas na obra de Aumont (2004):

O quadro fílmico, por si só, é *centrífugo*: ele leva o olhar para longe do centro, para além de suas bordas; ele pede, inelutavelmente, o fora-de-campo, a ficcionalização do não-visto. Ao contrário, o quadro pictórico é *centrípeto*: ele fecha a tela pintada sobre o espaço de sua própria matéria e de sua própria composição; obriga o olhar do espectador a voltar sem parar para o interior, a ver menos uma cena ficcional do que uma pintura, uma tela pintada, *pintura*. (AUMONT, 2004, p. 111, grifo do autor).

Assim como o quadro fílmico leva o olhar do espectador para longe do centro, a moldura painel, por meio de um mosaico de imagens, também realiza um movimento centrífugo, conduzindo a atenção visual do usuário para fora do centro do ecrã. Ao contrário da moldura painel, a moldura *pin*, faz com que o olhar do usuário se volte ao centro da tela em um movimento centrípeto, como descrito por Bazin em sua definição de quadro pictórico.

Existem duas situações, entretanto, em que as caracterizações de Bazin se invertem em relação à associação feita no parágrafo anterior e podemos observar o quadro pictórico na moldura painel, assim como perceber o quadro fílmico na moldura pin. Primeiramente, flanando pela moldura painel, nosso olhar divaga centrifugamente pela miscelânea de imagens, até encontrar um elemento *atrator* (CANEVACCI, 2012), que faz com que nosso olhar se fixe sobre ele como sobre um quadro pictórico, tornando nosso olhar centrípeto; este é o momento em que selecionamos uma moldura pin em seu tamanho reduzido para vê-la em seu tamanho total. Assim que visualizamos a moldura pin expandida, nosso olhar permanece centrípeto, até que passamos a divagar pela moldura e a perceber todos os elementos que a compõe; neste momento, nossa visão se torna centrífuga

novamente e temos uma experiência fílmica dentro de um quadro, inicialmente, pictórico.

A moldura início, especificamente, além de levar o olhar do usuário a realizar um movimento centrífugo pela tela, devido a um mosaico de imagens, por ser igualmente uma moldura painel, também o faz em razão do seu efeito exclusivo de scroll infinito. O efeito scroll infinito, alinhado à percepção cinematográfica de Manovich (2001) e aos conceitos de campo e fora-de-campo de Aumont (2004), proporcionaria um encontro de diferentes temporalidades que ocorre na moldura início. Para Manovich (2001), o espaço na tela e o espaço fora da tela são separados por um quadro (que seria, aplicando-se ao Pinterest, o ecrã do computador que evidencia a porção visível da moldura início), que é interpretado por Aumont (2004) como campo, que representaria o espaço, e o fora-de-campo (o espaço fora da tela de Manovich), que denotaria o tempo. Nós interpretamos que o efeito scroll infinito movimentaria o quadro de Manovich (2001), transformando campo em fora-de-campo, assim como fora-de-campo em campo (AUMONT, 2004), fazendo com que a moldura início se tornasse *lócus* de diferentes temporalidades e suas significações: a parte da moldura início que era campo e passou a fora-de-campo representaria o passado, o que implicaria nostalgia ao usuário; a parte da moldura início que é fora-de-campo e está prestes a ser tornar campo representaria expectativa, o que incitaria o imaginário do usuário; e a parte da moldura início que é campo representaria o presente, o que combinaria os significados de nostalgia e imaginário do usuário, já que um se transforma no outro ao longo do efeito scroll infinito.

Cabe ainda convocarmos aqui, na subseção da constelação que trata sobre a plasticidade do Pinterest, o debate de Manovich (2001) sobre *montagem espacial*:

Montagem espacial representa uma alternativa à montagem cinematográfica temporal tradicional, substituindo o seu modo sequencial tradicional por um modo espacial. A linha de montagem da Ford se baseava na separação do processo de produção em um conjunto de atividades repetitivas, sequenciais e simples. O mesmo princípio tornou a programação de computadores possível: um programa de computador divide uma tarefa em uma série de operações elementares para serem executadas uma de cada vez. O cinema também seguiu esta lógica da produção industrial. Ele substituiu todos os outros modos de narração com uma narrativa sequencial, uma linha de montagem de fotos que aparecem na tela uma de cada vez. A narrativa sequencial acabou se tornando particularmente incompatível com uma narrativa espacial, que desempenhou um papel de destaque na cultura visual europeia durante séculos. (MANOVICH, 2001, p. 270, tradução nossa).

Manovich (2001), explica que a tecnologia utilizada em filmes e vídeo *tradicionais* foi desenvolvida para cobrir completamente a tela com uma única imagem; então, para trabalhar fora deste padrão, tinha que se trabalhar *contra* a tecnologia. Isto aconteceu até 1970, quando a tela se tornou um monitor de computador mapeado por bits, com pixels individuais, podendo ser atualizados dinamicamente por um programa de computador, foi aí que a lógica de uma imagem para uma tela foi quebrada. A GUI, com suas múltiplas janelas, é um exemplo da quebra do padrão da dimensão de montagem sequencial. (MANOVICH, 2001).

Para Manovich (2001), a montagem espacial compreende imagens de tamanhos e proporções diferentes ocupando a mesma tela ao mesmo tempo, ou seja, uma multitude de eventos distintos, entendidos como micronarrativas, em um mesmo lugar, coexistindo simultaneamente. “A lógica da substituição, característica do cinema, dá espaço à lógica da adição e da coexistência. O tempo se torna espacializado, distribuído pela superfície da tela”. (MANOVICH, 2001, p. 272).

Seguindo o pensamento de Manovich (2001), podemos afirmar que existe uma dinâmica de montagem espacial na estética dos painéis do Pinterest, que segue a lógica da concomitância da GUI moderna, já que podemos observar, simultaneamente, botões e *pins* presentes e potencialmente ativos por meio de hiperligações, que quando acionados podem encaminhar o pinador a diferentes telas ou adicionar novos elementos ao ecrã atual, de qualquer forma, afetando o estado da tela e a experiência do usuário. Esta dinâmica proporciona ao *pinner* uma dimensão em que a simultaneidade é privilegiada sobre a sequência, assim como o espaço é privilegiado sobre o tempo.

#### 4.2.3 Constelação Atravessamentos entre Produtos Culturais On-line

##### **- Moldura Pin It:**

A *moldura pin it* é uma extensão disponível para download no site do Pinterest, em uma seção chamada *goodies*<sup>33</sup>, acompanhado de instruções para a sua instalação, que diferem de acordo com a plataforma de cada navegador, e de uma pequena descrição sobre a sua funcionalidade: “O Bookmarklet Pin It permite que você apanhe imagens e vídeos de toda a web e os adicione em seus painéis do

Pinterest. Apenas clique no botão quando você ver algo que queira pinar!”. (PINTEREST, 2013d, tradução nossa).

No caso desta pesquisa, o navegador utilizado é o Google Chrome<sup>34</sup> e acreditamos que ele esteja sendo moldurado pela moldura pin it. Mesmo não se tratando de uma característica exclusiva nem pioneira do Pinterest, em relação a navegadores da web, afinal, outros sites também possuem extensões que podem ser instaladas em diferentes navegadores, o usuário está exposto a criação de novos sentidos a partir da utilização de uma das funcionalidades do Pinterest diretamente a partir do seu navegador de escolha. A moldura pin it se acopla à interface do navegador, se tornando uma *moldura intrínseca* a ele, que também poderia ser examinado como uma moldura, altera sua aparência e também a concepção do usuário quanto ao uso daquele navegador e do próprio Pinterest.

Figura 49 - Moldura Pin It



Fonte: Pinterest (2013a).

#### - Moldura Widget:

Em seu site, o Pinterest disponibiliza aos seus usuários uma série de widgets, que são aplicativos de internet que podem ser encontrados em páginas web, em desktop de computadores ou em seus sistemas operacionais. (PEÑA-BICKLEY, 2009). No caso do Pinterest, os widgets disponibilizados são direcionados para páginas web de seus usuários. Peña-Bickley (2009) enfatiza que este tipo de widget, que é executado dentro de uma página web, permite que qualquer usuário crie sua própria *mistura* de sites, de conteúdo embutido de um site dentro da página de outro site, enquanto Sousa (2010) aponta, como potencializador do efeito viral dos

---

<sup>33</sup> Esta expressão, em inglês, faz referência a brindes, coisas que são gratuitas.

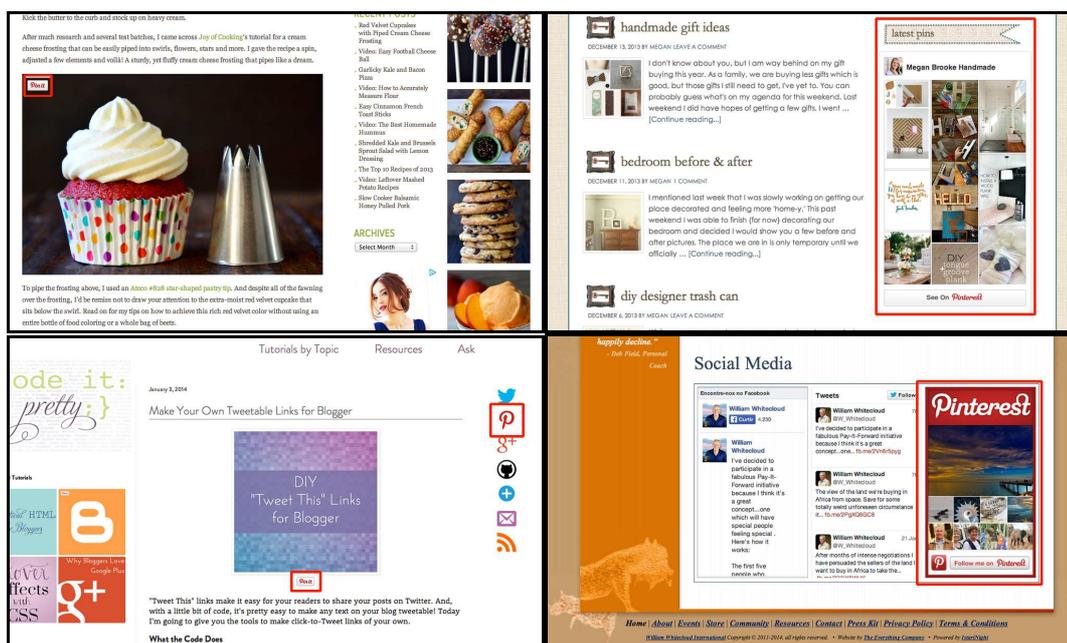
<sup>34</sup> Navegador desenvolvido pelo Google e compilado com base em componentes de código aberto. A versão utilizada neste trabalho é 31.0.1650.57.

widgets, a possibilidade de customização do conteúdo de acordo com preferências pessoais dos usuários.

Na figura 50, trazemos imagens de sites aleatórios que têm suas interfaces tensionadas pela *moldura widget* (destacadas em vermelho nas imagens) do Pinterest: na primeira imagem, podemos vê-la em forma de botão pin it sobreposta à uma gravura do site; na segunda imagem, a moldura widget assume a forma de um minipainel acompanhado de um botão para visualizá-lo no Pinterest; na terceira imagem, além do botão pin it, abaixo da ilustração do site, a moldura widget aparece em forma de ícone representativo do nosso empírico, juntamente com símbolos de outros artefatos culturais on-line, que encaminha o usuário para a conta oficial do site dentro do Pinterest; e, por fim, na última imagem da figura 50, observamos uma versão da moldura widget bem destacada com o logo do Pinterest, um minipainel com pins em diferentes tamanhos e um botão convidando o usuário a *seguir* o site no Pinterest.

Esta moldura, além de, a partir da nossa análise, ser majoritariamente porosa, é também bastante líquida, por ser versátil, assumindo formas, cores e tamanhos diferentes, personalizáveis, mesmo que dentro de possibilidades programadas pelos desenvolvedores do Pinterest, pelo usuário do site. Ademais de evidenciar a recepção de outros sites em relação ao Pinterest, o que poderia ser interpretado como um sinal de notoriedade do site dentro do cenário web e também justificar o rápido crescimento de adeptos do site, visto na introdução deste trabalho, a moldura widget representa o ato de apropriação do Pinterest por seu usuário que tem o poder de incluir o Pinterest dentro do seu site pessoal.

Figura 50 - Molduras widget



Fonte: Images (2014).

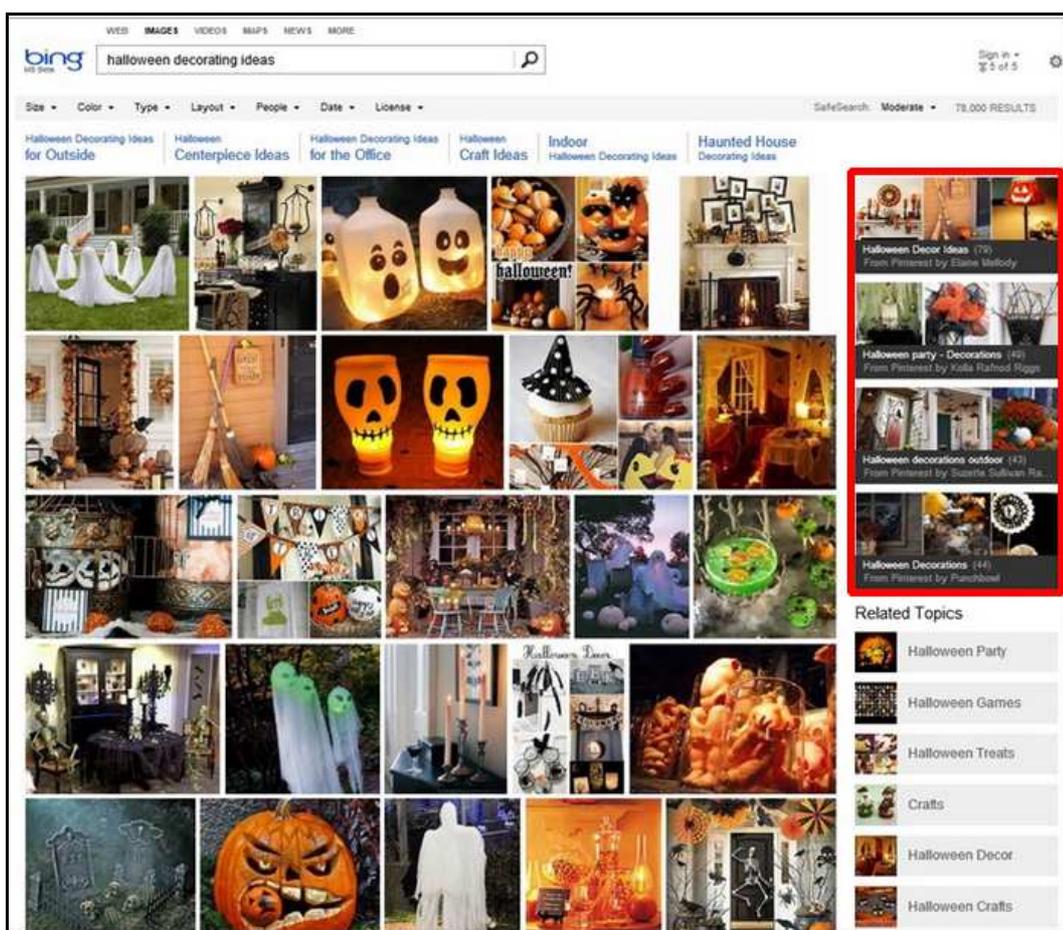
### - Moldura Resultado de Busca:

O Bing, site de buscas da Microsoft, anunciou em seu blog, em outubro de 2013, uma parceria com o Pinterest: “[...] agora, quando você buscar por uma imagem no Bing, você notará painéis relacionados do Pinterest ao lado direito dos resultados habituais de busca”. (NORONHA; YANG; SANTHANAM, 2013, tradução nossa). Na figura 51, podemos observar uma imagem que representa a busca por *ideias de decoração de Halloween* na ferramenta Bing, que além de disponibilizar uma série de imagens captadas genericamente da web, fornece sugestões de painéis criados no Pinterest em torno do mesmo tema, destacados em vermelho na imagem. O Bing ainda justificou a união dos dois serviços ressaltando o bom gosto e o julgamento da curadoria realizada por pessoas *reais* como uma adição importante aos resultados advindos das ferramentas de filtragem de algoritmos do buscador da Microsoft. (NORONHA; YANG; SANTHANAM, 2013). Esta ação de contágio voluntário do Bing pelo Pinterest é abordada por Lévy (2002, p. 101) quando o autor diz que:

[...] uma rede de pessoas interessadas pelos mesmos temas é não só mais eficiente do que qualquer mecanismo de busca, mas, sobretudo, do que a intermediação cultural tradicional, que sempre filtra demais, sem conhecer no detalhe as situações e necessidades de cada um”. (Lévy, 2002).

A  *moldura resultado de busca*, além de estar alterando a experiência do usuário com uma ferramenta do Pinterest fora dele, está moldurando o buscador Bing e, assim como a moldura widget, é representativa da expressão e da posição de destaque do Pinterest no atual cenário da web.

Figura 51 - Moldura Resultado de Busca (destacada em vermelho)



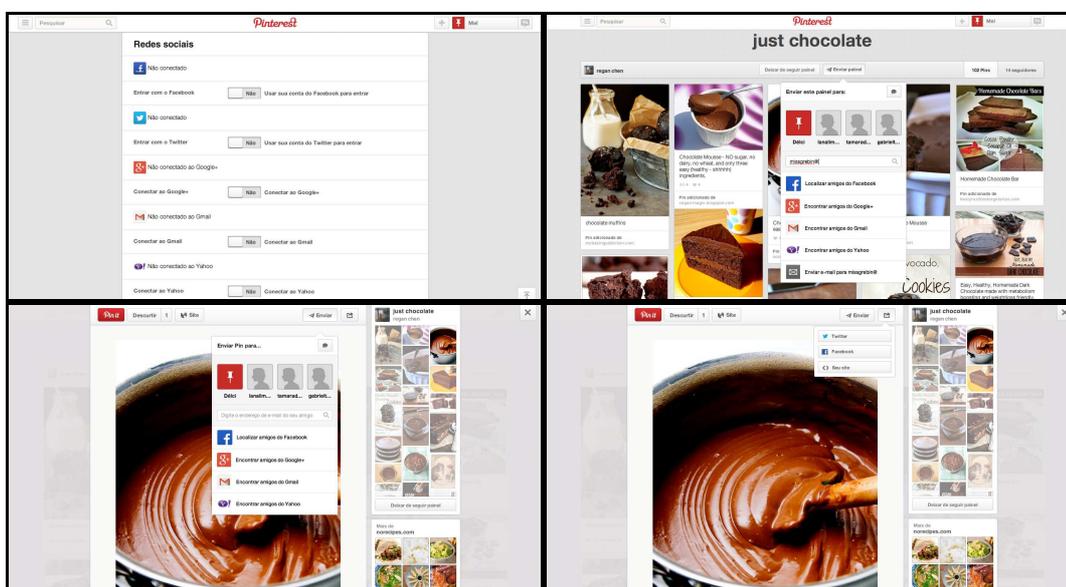
Fonte: Noronha; Yang; Santhanam (2013).

#### - Moldura Intra-Pinterest:

A  *moldura intra-Pinterest* abrange a presença de outros artefatos culturais online, Facebook, Twitter, Google+, GMail e Yahoo, dentro da estrutura do Pinterest e é representada, graficamente, pelos logos de cada um destes serviços disponíveis na web. Além de aparecer como  *moldura intrínseca* à moldura acesso (figura 23) e à moldura login (figura 28), abordadas na constelação HCI, a moldura intra-Pinterest pode ser encontrada na página de configurações da conta do usuário do Pinterest (representada na primeira imagem da figura 52) e inserida nas opções expandidas

*enviar painel*, *enviar* e *compartilhar* (ilustradas, respectivamente, nas imagens seguintes à primeira da figura 52) encontradas na moldura etiqueta (figura 44), também explicada na constelação HCI. A moldura intra-Pinterest pode ou não ser acionada pelo usuário, ela possibilita o uso dos artefatos culturais on-line mencionados, mas a escolha é do usuário, caso ele não acione as funcionalidades que permitem o contato com a moldura, ela permanecerá discretizada. Entretanto, para fazer uso dessa moldura, o usuário tem de possuir conta de adesão de cada um dos serviços dos artefatos referidos com o qual deseje conectar sua conta do Pinterest, já que o que ocorre é uma interligação entre as contas.

Figura 52 - Molduras Intra-Pinterest



Fonte: Pinterest (2013a).

### - Moldura Procedência:

A *moldura procedência*, assim como a moldura intra-Pinterest, é representada por logos de outros artefatos culturais on-line, entretanto existem diferenças entre as duas molduras. Enquanto a moldura intra-Pinterest é apresentada como uma opção para o usuário do Pinterest, a moldura procedência é uma *moldura intrínseca* à moldura pin, em seus tamanhos reduzido e expandido, e, independentemente da vontade do usuário, pode aparecer ou não na sua página de entrada do Pinterest.

Outra distinção entre as duas molduras é o fato de que para visualizar os logos dos artefatos culturais on-line pertencentes à moldura procedência dentro do

Pinterest, ao contrário do que acontece com a moldura intra-Pinterest, o *pinner* não precisa ser usuário desses serviços correspondentes; ou seja, o *pinador* pode ter acesso a conteúdo postado originalmente em outros sites<sup>35</sup> dentro do Pinterest sem ser um usuário cadastrado nos sistemas destes outros artefatos on-line.

Em maio de 2012, quando o Pinterest passou a disponibilizar um serviço que seus desenvolvedores chamam de *atribuição* aos seus usuários, a moldura procedência passou a fazer parte da interface do Pinterest. (PINTEREST, 2013b). A diferença entre o link de referência de conteúdo atribuído a cada *pin* postado no site, disponibilizado aos usuários desde o início do site, enfatizado por Boechat (2012, p.1) em sua descrição do Pinterest ao caracterizar uma das funcionalidades do site como *agrupamento de referências*, e a modalidade de atribuição de conteúdo é que

Um link aponta para onde o conteúdo foi descoberto, enquanto uma atribuição aponta para onde o autor hospeda o conteúdo. O link e a atribuição podem ser o mesmo (por exemplo, Flickr), ou podem ser diferentes (por exemplo, um link para um blog, e a atribuição para o Flickr). Usuários do Pinterest podem editar links, mas eles não podem editar atribuição. (Fonte: PINTEREST, 2013e, tradução nossa).

A moldura procedência aparece abaixo da descrição do *pin* e fornece uma hiperligação permanente para o conteúdo, o local na web onde ele está hospedado e seu autor, que pode permanecer tranquilo em obter crédito por sua postagem, já que a moldura não é editável por usuários que *re-pinarem* o *pin*.

Embora o site Foursquare, responsável pelo fornecimento dos lugares possíveis de serem marcados no mapa da moldura painel localidade, explicada na constelação anterior, não tenha sido anunciado explicitamente pelo Pinterest como um dos sites possíveis de ser fonte de atribuição<sup>36</sup>, julgamos mais significativa a *junção* dos sites a partir de uma perspectiva que enfatiza o contágio recíproco entre os serviços, do que desde um ponto de vista que realça o Foursquare simplesmente como um *fornecedor terceirizado* para o Pinterest.

O site CanalTech (REDAÇÃO, 2013) informa que quando Silbermann anunciou o novo produto, painéis de lugares, o co-fundador do Pinterest disse que existiam 750 milhões de *pins* de viagem no site, enquanto o About Foursquare (2013), um blog não oficial que se dedica a postar novidades sobre o Foursquare,

---

<sup>35</sup> Foram anunciados oficialmente no blog do Pinterest, parcerias com os sites: Flickr, Behance, Vimeo, YouTube, 500px, Etsy, Kickstarter, SlideShare e SoundCloud. (PINTEREST, 2013b).

declara que o Pinterest é a última grande empresa de redes sociais que passa a utilizar dados de localização do Foursquare e a se juntar a empresas como Instagram, Flickr, Path, Vine.

A adoção de parte das funcionalidades do Foursquare pelo Pinterest, assim como a decisão do Pinterest de fornecer a procedência e a autoria de materiais postados em seu sistema, é reflexo de uma atualização considerada natural do Pinterest em resposta a uma tendência de influências e atravessamentos de artefatos culturais inseridos no meio web.

Figura 53 - Molduras Procedência



Fonte: Pinterest (2013a).

### - Complementando:

As molduras que abordamos na constelação atravessamentos entre produtos culturais on-line evidenciam a influência que existe entre sites, sejam de qualquer categoria, pelo menos ao que podemos observar, rede social, blog, loja virtual, portal de notícia, entre outros, dentro da web. Esta constelação é a validação de um processo de contágio de apropriações, de usos e de recursos que se encontra em andamento dentro e fora do Pinterest.

Na obra em que define interfaces culturais, Manovich (2001) trata sobre a influência de dados culturais na HCI, focando-se, principalmente, na estética da

<sup>36</sup> A maior ênfase dada ao Foursquare, por parte do Pinterest, foi em relação aos *pins enriquecidos*,

forma retangular, da pintura, do livro, do cinema, e como isso influenciou no formato de páginas web. O autor discorre sobre as apropriações de formas culturais off-line pelo computador (telas de cinema, telas de televisão, paredes de museus substituídas pelo ecrã do computador), da introdução de novas formas culturais pelo computador (web sites, CD-ROMs, as *novas mídias*) e da filtragem de toda a cultura (passado e presente) pelo computador por meio da HCI. (MANOVICH, 2001, p. 76). Entretanto, Manovich (2001) não fala, pelo menos não em sua obra *The language of new media*, sobre os contágios e as apropriações que ocorrem entre artefatos culturais on-line.

Já na sua obra, *Software takes command*, disponibilizada ao público em 2008, Manovich (2008b) discorre sobre *híbridos de mídia*, trazendo exemplos de ofertas de serviços oriundas da mescla de diferentes mídias, como, por exemplo, a combinação entre a fotografia panorâmica e o Google Maps, originando o Google Street Views. (MANOVICH, 2008b). Contudo, quando se refere a híbridos de mídia, Manovich (2008b) não está tratando, exclusivamente, de mesclas que acontecem entre artefatos on-line, para fazer menção a estes tipos de combinações, o autor utiliza a expressão *web mashups*, que ele explica por meio de definição trazida pelo site Wikipedia: “[...] ‘combinam elementos de dados de múltiplas fontes, escondendo esta combinação atrás de uma simples interface gráfica unificada’”. (MANOVICH, 2008b, p. 89).

O termo *mashup* já foi utilizado por O’Reilly (2005), quando ele estava explicando princípios e práticas de sites cujas plataformas poderiam ser identificadas como pertencentes à web 2.0. Estamos retomando estas informações, que foram, primeiramente, abordadas na subseção web 2.0, na introdução desta dissertação, para dar sustentação ao nosso raciocínio de que as molduras agrupadas nesta constelação, atravessamentos entre produtos culturais on-line, pertenceriam a uma moldura mais abrangente, de características ainda mais amplas, que diriam respeito a todas estas molduras, salvo suas diferenças específicas há pouco levantadas, que seria a moldura web 2.0.

A moldura web 2.0 que nós identificamos sofre uma grande influência de um termo utilizado tanto por O’Reilly (2005), quanto por Manovich (2008b), *remixabilidade*, com alguma diferença entre as abordagens dos autores. O’Reilly (2005) o utiliza no sentido de uma qualidade que sites da web 2.0 possuiriam,

fornecer serviços aos seus usuários que poderiam ser facilmente alterados por eles, criando novos serviços de valor agregado nunca imaginados pelos criadores do serviço original; Manovich (2008b), por sua vez, cunhou o conceito *remixibilidade profunda*, em que, como o próprio nome já evidencia, aprofunda a ideia de mistura de serviços para além de seus conteúdos, considerando também a mescla de “[...] técnicas fundamentais, métodos de trabalho e formas de representação e expressão” (MANOVICH, 2008b, p. 25) parte do processo para a criação de um *mashup*.

Nesta constelação, podemos observar molduras que representam tipos e intensidades diferentes de misturas entre elementos e recursos diversos do Pinterest e de outros produtos culturais on-line. Para a nossa pesquisa, não julgamos primordial entrar em detalhes em relação a diferenciações destas molduras, acreditamos que o mais importante seja destacar que o ponto em comum que marca o princípio do surgimento destas misturas é a web 2.0, que também foi caracterizada por Montañó (2012, p. 71) em seu estudo como uma moldura: “[...] após a interface gráfica do usuário, a chamada web 2.0 seria uma das mais importantes molduras que dá novos sentidos ao usuário”.

A moldura web 2.0, neste trabalho, além de evidenciar que o Pinterest se trata de um produto on-line ativo inserido em um movimento de contágios e atravessamentos de recursos e de propriedades entre sites da web, que proporciona novas experiências de usos e de apropriações aos usuários, esta moldura também representa o fundamento (a raiz) do *deslocamento* da nossa análise em relação ao conceito de interfaces culturais de Manovich (2001), empregado como embasamento para o nosso desenvolvimento teórico e como parâmetro na composição de nossas análises ao longo de toda esta dissertação. Ressaltamos este *deslocamento* como um dos fatores mais significativos para chegarmos ao esclarecimento do nosso problema de pesquisa, assunto sobre o qual refletimos no nosso próximo e último capítulo deste trabalho.

Contudo, antes de avançarmos para o capítulo conclusivo desta dissertação, queremos esclarecer o conteúdo que trazemos na figura 54, com o intuito de convergirmos as observações, as reflexões e os apontamentos realizados ao longo deste capítulo de análise. Nesta figura, em que expomos um círculo concêntrico, representativo de todo o nosso trabalho de investigação do Pinterest, apresentamos três elementos principais: as constelações, que agrupam as molduras explicadas

nesta seção da dissertação; as molduras, características percebidas nas interfaces do Pinterest; e camadas, um termo sobre o qual ainda não falamos, mas que vem a convocar, mais uma vez, a inspiração arqueológica presente neste trabalho.

Ao longo do desenvolvimento da análise, assim como as constelações foram surgindo por entre as molduras identificadas, a partir da exploração destas constelações, arranjos mais abrangentes também começaram a surgir. Isto aconteceu por necessidade de entender o *fenômeno* por trás das constelações, o que estaria além do empírico e, desta forma, chegamos às camadas propostas: HCI, plasticidade e web 2.0. Ao mesmo tempo em que estas camadas são inerentes ao Pinterest, por meio de seus efeitos e reflexos, representados pelas molduras, estas camadas são maiores que o Pinterest, pois também representam movimentos que ultrapassam o nosso objeto de pesquisa.

Chegando às camadas, conseguimos entender melhor a movimentação das molduras entre as constelações. Agora, percebemos que molduras da constelação HCI podem ser restritas à camada HCI, como a moldura explorar, assim como podem se expandir até a camada plasticidade, como as molduras logo e pesquisar, ou ainda até a camada web 2.0, como a moldura login. O mais relevante é perceber que nenhuma moldura da constelação plástica existe sem uma porção da camada HCI, assim como nenhuma moldura da constelação atravessamentos entre produtos culturais on-line existe sem possuir elementos das camadas HCI e plasticidade.

As camadas surgiram como estratos influenciadores e constituintes do Pinterest e acabaram estabelecendo uma relação de gradação entre os elementos que compõem o nosso empírico: a HCI eclode como um esqueleto, uma armação, uma sustentação, enquanto a plasticidade aparece para dar a carga imagética que caracteriza o Pinterest e a web 2.0 disponibiliza o ambiente em que os elementos das duas primeiras camadas interagem com o produto do encontro dessas mesmas camadas em outro artefato cultural on-line.

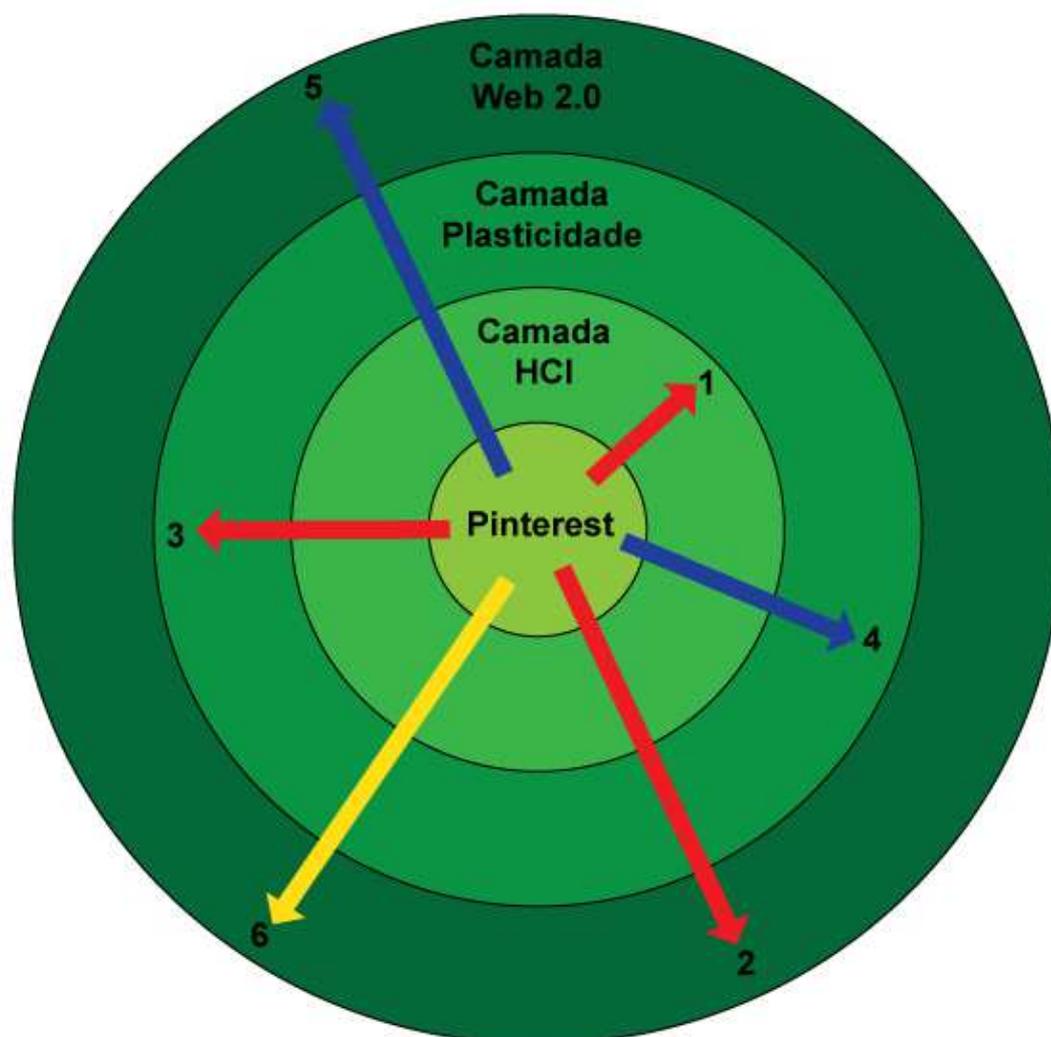
Figura 54 - Círculo concêntrico de constelações, camadas e molduras

Constelações:

■ HCI;

■ Plástica;

■ Atravessamentos entre produtos culturais on-line.



Molduras:

- 1) da constelação HCI que pertencem à camada HCI;
- 2) da constelação HCI que se expandem à camada plasticidade;
- 3) da constelação HCI que se expandem à camada web 2.0;
- 4) da constelação plástica que pertencem à camada plasticidade;
- 5) da constelação plástica que se expandem à camada web 2.0;
- 6) da constelação atravessamentos que pertencem à camada web 2.0;

Fonte: Elaborado pela autora.

## 5 EM ÚLTIMA ANÁLISE

Concluimos esta dissertação com a satisfação de estarmos encerrando um ciclo de esforço de trabalho que durou efetivamente dois anos, mas que só foi possível também devido a *bagagens* intelectuais e vivenciais adquiridas em temporalidades anteriores, cursos, ocupações profissionais, contatos, viagens, leituras, atividades aleatórias e despreziosas, experiências vividas muito antes de pensarmos em realizar o mestrado, vinculadas às competências e aos conhecimentos adquiridos no programa de pós-graduação das ciências da comunicação.

A maior dificuldade, durante o desenvolvimento deste trabalho, foi suplantar as limitações advindas de uma visão predominantemente pragmática e tecnicista, que tornaram o processo de desnaturalização do olhar do pesquisador, fator fundamental para a pesquisa, um movimento complicado e, por vezes, doloroso. Os efeitos dessas limitações são sentidos ao longo da dissertação, principalmente, em suas porções de análise, em que a habilidade de estender o pensamento para além das características mais explícitas do objeto, marcante nos trabalhos da área da comunicação, sempre foi mais exigida durante os encontros de orientação. A própria convocação da arqueologia da mídia enquanto abordagem metodológica inspiradora deste trabalho nos auxiliou a repensar nossa forma de *ver* a nossa dissertação, buscando novas configurações perceptivas para superar nosso *olhar* inicial.

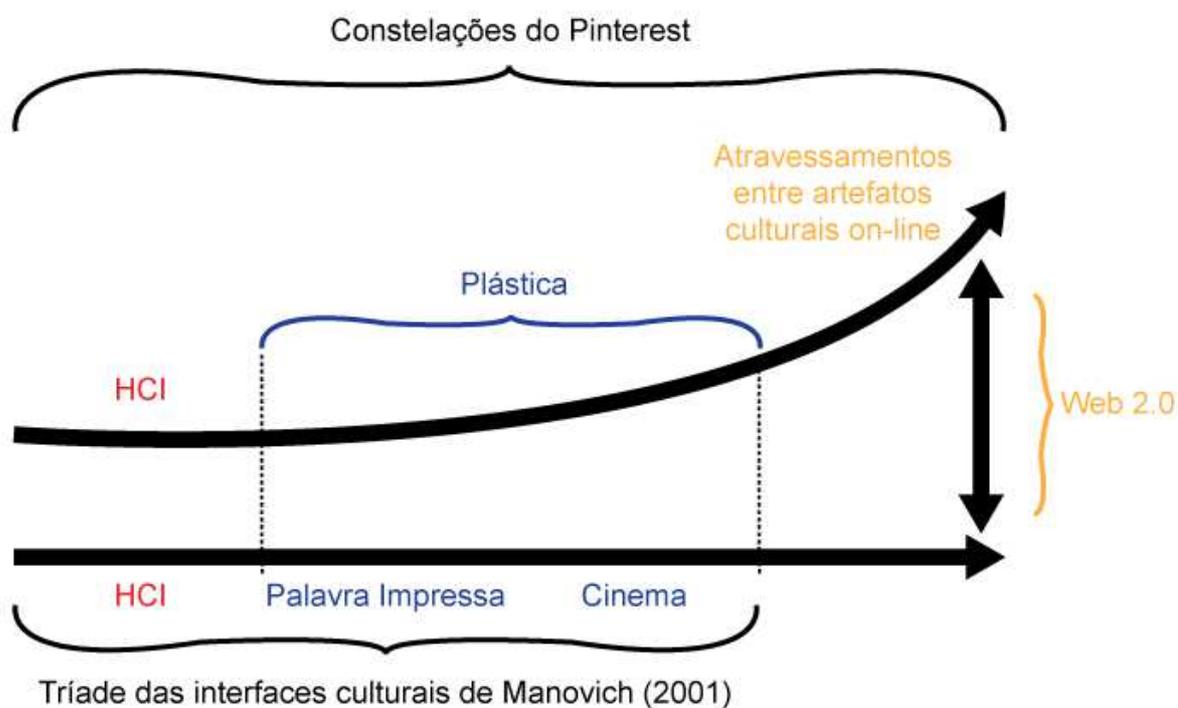
Eis que, ao final de tal processo, no nosso entender, o trabalho acabou gerando, por assim dizer, dois resultados: uma conclusão direta e objetivo principal de nossa pesquisa, o desdobramento de respostas para o nosso problema de pesquisa; e uma consequência indireta e produto *fortuito*, mas, na nossa percepção, digno de comparecer em nossas considerações finais, a elaboração de uma estrutura de análise de artefatos culturais on-line; ambos resultados tendo por inspiração conceitual as interfaces culturais e por inspiração metodológica o agir arqueológico.

Começamos pelo objetivo principal de nossa pesquisa: *contribuir com a interpretação do nosso empírico Pinterest, percebido como interface cultural (MANOVICH, 2001), e, conseqüentemente, compor o nosso entendimento do conceito de Manovich (2001) e formular algumas considerações que possam, potencialmente, contribuir para uma atualização ou um avanço no debate em torno*

do conceito de interface cultural.

Ao longo do trabalho, enxergamos o Pinterest de formas diferentes. Primeiramente, como um empírico diferente e atraente, percebido a partir de um ponto de vista praticamente somente de usuário. Com o início da pesquisa, passamos a ver com os olhos de outros pesquisadores, que já haviam entrado em contato com o objeto de pesquisa. Durante a produção do capítulo de interfaces, nosso olhar constatava influências de outras formas culturais e via o Pinterest, predominantemente, como um produto da junção de características destas outras linguagens culturais. Até que iniciamos o percurso de análise do material empírico coletado para a pesquisa e percebemos que a tríade palavra impressa-cinema-HCI, elaborada por Manovich (2001) para definir interfaces culturais, não era mais suficiente para comportar o Pinterest. E é este *extrapolamento* do empírico em relação ao conceito-chave desta dissertação que a próxima figura tenta ilustrar.

Figura 55 - Relação entre tríade de Manovich (2001) e constelações do Pinterest



Fonte: Elaborado pela autora com base nas informações do orientador.

Na linha horizontal do gráfico, retratamos a tríade constituinte do conceito de interfaces culturais de Manovich (2001), que trabalhamos mais enfaticamente ao longo do terceiro capítulo da dissertação sobre interfaces. Na linha curva, também

disposta horizontalmente no gráfico, reproduzimos o percurso do Pinterest enquanto interface cultural, composto pelas três constelações, que desenvolvemos no capítulo de análise da dissertação. A linha vertical do gráfico, considerada a mais expressiva, representa a web 2.0, que, segundo a nossa perspectiva, seria o fator que faz com o Pinterest extrapole o conceito de interfaces culturais de Manovich (2001).

Os elementos de HCI de ambas as linhas aparecem paralelos no gráfico, demonstrando que existe alinhamento entre eles, enquanto a pequena distância entre as linhas indica que, embora haja correspondência entre os elementos de HCI, também existem particularidades da parte do Pinterest que não permitem que aconteça uma perfeita afluência das linhas. A partir do âmbito das esferas da palavra-impressa e do cinema de Manovich (2001), começa a acontecer um distanciamento maior entre as linhas horizontais do gráfico, pois, no que concerne o nosso empírico, ambas esferas representam um mesmo elemento que diz respeito à plasticidade do artefato. Depois disto, o conceito de Manovich (2001) já se encontra completamente incorporado pelo Pinterest, que, por meio de uma linha curva ascendente no gráfico, pede por uma ampliação do conceito original para integrar a porção do empírico descoberto na análise: a fração do Pinterest que contempla os atravessamentos entre artefatos culturais on-line, vista no último subcapítulo do capítulo anterior.

A interface cultural do Pinterest produz um tensionamento entre convenções e predefinições do HCI e a plasticidade de outras linguagens e tradições culturais, que toma lugar no ambiente da web 2.0, que também propicia tensionamentos ao Pinterest que fazem com que ele transcenda a sua própria materialidade. Ou seja, o Pinterest pode ser lido como uma interface cultural, tal qual nos *moldes* da definição do conceito cunhado por Manovich (2001), entretanto, expandido pela moldura web 2.0, representativa de um movimento que percebe a web como uma plataforma (O'REILLY, 2005), em que são viabilizadas, entre outras atividades, mas mais fundamentalmente, considerando nossa visada tecnocultural, contágios recíprocos de componentes, recursos e funcionalidades, entre artefatos culturais on-line. Com esta constatação, manifestamos nossa percepção de que um movimento em direção a uma atualização do conceito de interfaces culturais (MANOVICH, 2001) se justifica necessário, refletindo sobre o amplo impacto da web 2.0 sobre os artefatos culturais on-line.

Isto dito, partimos para o *segundo momento* das nossas considerações finais, que aborda uma revisitação à metodologia adotada para o desenvolvimento deste trabalho, assim como uma proposta metodológica elaborada por nós, que surgiu como algo *inesperado* durante o processo de análise da nossa dissertação. O nosso projeto metodológico de combinar uma abordagem de inspiração arqueológica com procedimentos de dissecações de molduras criou uma espécie de estrutura (*framework*) para analisar artefatos culturais on-line, como o Pinterest, que pode ser visualizado no quadro a seguir.

Quadro 2 - Estrutura de análise de artefatos culturais on-line

<b>Elementos do artefato</b>	<b>Características</b>	<b>Estados (modos de ser) das molduras</b>		<b>Presença no Pinterest</b>
HCI	Mais constante e menos passível de mudanças a curto prazo.	Sólidos	Intrínsecos	Moldura Comando
Plasticidade	Maleável, provoca reação visual e se destaca pela estética.	Líquidos		Moldura Início
Web 2.0	Acontece contágio entre propriedades e recursos de artefatos diferentes.	Porosos		Moldura Pin It

Fonte: Elaborado pela autora.

Neste quadro, podemos visualizar a explanação de um produto da nossa pesquisa que evidencia, por meio do estudo do Pinterest, o fato de ser possível pensar sobre as interfaces culturais além da visada mais ampla proposta por Manovich (2001), ao construir seu conceito desde a identificação de atravessamentos do impresso, do audiovisual e da HCI. Propomos, a partir do percurso realizado, pensar sobre as interfaces culturais como detentoras de estados (modos de ser) sólidos, líquidos, porosos e intrínsecos. Não colocamos a proposta desta estrutura com uma intenção de substituir ou de superar a proposta de Manovich (2001), nem como uma forma de sugerir que o trabalho do autor esteja defasado, mas meramente como uma alternativa de mais uma camada para analisar as interfaces culturais, ou melhor, uma forma de complementar a análise realizada a partir da formulação de Manovich (2001).

De outra parte, estamos enfatizando este segundo momento da pesquisa

porque acreditamos que exista espaço para discutirmos novas formas de olharmos para as interfaces culturais, assim como a nossa proposta de estrutura de análise de artefatos culturais on-line, que acreditamos que, eventualmente, possa ser tensionada para produzir outras soluções metodológicas para investigarmos outros artefatos ou até mesmo para revisar este nosso trabalho em torno do Pinterest.

Tal qual mencionamos no capítulo em que tratamos a nossa metodologia de pesquisa: “*O percurso da pesquisa arqueológica atravessaria camadas do passado e formaria coleções heterogêneas surpreendentes, já que concentraria mais atenção na potencialidade do que no acontecido, observa com mais dedicação as descobertas fortuitas e acolhe experimentos múltiplos*”. Trazemos novamente este trecho da dissertação para explicar a reflexão de que, embora tenhamos nos concentrado mais no *acontecido* do que na potencialidade, ao contrário do que *prega* a arqueologia da mídia de Zielinski (2006), durante os trajetos analíticos da nossa pesquisa, talvez por inexperiência ou insegurança enquanto pesquisadores, soubemos tomar uma decisão refletida (BRAGA, 2011) em relação à nossa descoberta fortuita, ou seja, acabamos gerando uma espécie de instrumento de análise para pensar os artefatos on-line do tipo website, quando a levamos à elaboração, abordando-a na dissertação.

Hoje, ao chegarmos à conclusão da nossa dissertação, conseguimos compreender com maior propriedade o significado das palavras de Braga (2011) quando o autor expressa que a formação do pesquisador é um propósito maior que os resultados da produção do trabalho de pesquisa e que o núcleo organizador desta formação são as competências metodológicas. A influência arqueológica não se manifestou no nosso trabalho somente no ato de achar *coisas* no Pinterest, mas também em achar coisas do *fazer pesquisa* e do *se formar* pesquisador.

Entendemos que finalizamos aqui apenas um dos vários *projetos* possíveis de pesquisa, no sentido de que os apontamentos trazidos por nós não são premissas definitivas, nem a temática da nossa dissertação se encontra esgotada, ao nosso ver, nosso trabalho de pesquisa se trata de uma proposta de aproximação de um tema que pede maior desenvolvimento. Como pesquisadores, empenhamo-nos em avançar teórica e metodologicamente no amadurecimento do estudo da interface web e, assim, deixamos o processo da pesquisa em aberto para futuras investidas acadêmicas.

## REFERÊNCIAS

ABOUT FOURSQUARE. **Pinterest launches Foursquare powered place pins**. [S.l.], Nov. 21<sup>st</sup>, 2013. Disponível em: <<http://aboutfoursquare.com/pinterest-launches-foursquare-powered-place-pins/>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

ALT. [S.l., 2014]. Disponível em: <<http://altitudesummit.com/about/>>. Acesso em: 26 jan. 2014.

ANDERSEN, D. **The evolution of Pinterest's incubator**: Cold Brew Labs. Silicon Valley, 3 abr. 2012. Disponível em: <<http://startupgrind.com/2012/04/the-evolution-of-pinterests-incubator-cold-brew-labs/>>. Acesso em: 9 maio 2013.

AUMONT, J. **O olho interminável** [cinema e pintura]. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.

BACHELARD, G. **A epistemologia**. Lisboa: Edições 70, 2001.

BEN Silbermann Keynote Address at Alt Summit. [S.l.], 2012. (1 h 5 min 44 s). Disponível em: <<https://vimeo.com/user10165343/review/35759983/820bd84fa4>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

BENNETT, S. **Facebook, Google+, LinkedIn, Twitter, Instagram, Pinterest – Social Media Active Users [STATS]**. [S.l.], Dec. 10<sup>th</sup> 2013. Disponível em: <[https://www.mediabistro.com/alltwitter/social-media-active-users\\_b52643/](https://www.mediabistro.com/alltwitter/social-media-active-users_b52643/)>. Acesso em: 20 dez. 2013.

BERGSON, H. **O pensamento e o movente**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.

BERKEL, J. **10 Pinterest-like WordPress themes**. [S.l.], March, 26<sup>th</sup> 2013. Disponível em: <<http://www.premiumwp.com/10-pinterest-like-wordpress-themes/>>. Acesso em: 10 maio 2013.

BERNERS-LEE, T. **developerWorksInterviews**: Tim Berners-Lee. 2006. Disponível em: <<http://www.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206txt.html>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

BITTENCOURT, D. A. **Quando a interface é a mensagem**: procedimentos técnico-estéticos como estratégias de diferenciação em portais de informação: uma análise dos portais uol e globo.com. 2007. 268 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2007.

BOECHAT, M. P. **A imagem como interface nas mídias digitais**. 2004. 117f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação e Cultura) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

BOECHAT, M. P. Compartilhamento de imagens na web: observações sobre o site Pinterest. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Fortaleza; ENCONTRO DOS GRUPOS DE PESQUISAS EM COMUNICAÇÃO, 12., 2012, Fortaleza. **Intercom 2012**. São Paulo: INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/sis/2012/resumos/R7-1820-1.pdf>>. Acesso em: 5 jul. 2013.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation**. Understanding new media. Cambridge, Massachussets e Londres, Inglaterra: Mit Press, 1999.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: definition, history, and scholarship. In: **Journal of Computer-Mediated Communication**, Indiana, v.13, n. 1, article 11, 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 29 abr. 2013.

BRAGA, J. L. **A prática da pesquisa em comunicação**: abordagem metodológica como tomada de decisões. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, jan./abr. 2011, v.14, n.1.

CANEVACCI, M. Carpe-codex: metrópole performática. In: MONTAÑO, S.; FISCHER, G. D., KILPP S. (Org.). **Impacto das novas mídias no estatuto da imagem**. 1 ed. Porto Alegre: Sulina, 2012, v. 1. p 159-196.

CARLSON, N. **Inside Pinterest**: an overnight success four years in the making. [S.l.], May, 1<sup>st</sup> 2012. Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/inside-pinterest-an-overnight-success-four-years-in-the-making-2012-4?op=1>>. Acesso em: 29 abr. 2013.

CHRISTINE tang. [S.l., 201-]. Disponível em: <<http://pinterest.com/springinherstep/>>. Acesso em: 10 maio 2013.

CIRIACO, D. **O que é API?** [S.l.], 24 março 2009. Disponível em:< <http://www.tecmundo.com.br/programacao/1807-o-que-e-api-.htm> >. Acesso em: 16 jan. 2014.

CONSTANTINO, J. M. **Interfaces Mobile**: metodologia de desenvolvimento de modelos de navegação e análise de inadequação de heranças da comunicação analógica. 2008. 99 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, SP, 2008.

CSS: hover selector. [S.l.], 2014. Disponível em: <[http://www.w3schools.com/css/ref/sel\\_hover.asp](http://www.w3schools.com/css/ref/sel_hover.asp)>. Acesso em: 26 jan. 2014.

DAMASCENO, A. F. **Recordações à luz da TV**: construções televisivas de memória-indivíduo-sentimento. 2011. 169f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2011.

DELEUZE, G. **Bergsonismo**. São Paulo: Editora 34, 2004.

DESIGNSPIRATION. [S.I.], 2013. Disponível em: <<http://designspiration.net/>>. Acesso em: 5 jun. 2013.

DESKTOP METAPHOR. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.I.], set. 2010. Disponível em: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Desktop\\_metaphor](http://en.wikipedia.org/wiki/Desktop_metaphor)>. Acesso em: 16 set. 2013.

DIAS, C. **Usabilidade na Web**: criando portais mais acessíveis. Rio de Janeiro: Alta Books, 2003.

DIDI-HUBERMAN, G. **O que vemos, o que nos olha**. São Paulo: Ed. 34, 1998.

DOT-COM BUBBLE. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.I.], dez. 2013. Disponível em: <[http://en.wikipedia.org/wiki/Dot-com\\_bubble](http://en.wikipedia.org/wiki/Dot-com_bubble)>. Acesso em: 16 jan. 2014.

FASHION And Mash. [S.I.], 26 Nov., 26<sup>th</sup> 2012. Disponível em: <<http://fashionandmash.wordpress.com/2012/11/26/physical-pinterest-board-pops-up-at-westfield-utc-mall/>>. Acesso em: 5 jul. 2013.

FISCHER, G. D. **As trajetórias e características do YouTube e Globo Media Center/ Globo Vídeos**: Um olhar comunicacional sobre as lógicas operativas de websites de vídeos para compreender a constituição do caráter midiático da web. 2008. 242 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2008.

FISCHER, G. D. Desencavando interfaces: reflexões sobre arqueologia da mídia e procedimentos de “resgate” de páginas web. In STEFEN, C.; BENVENUTO, Á. (Orgs.). **Tecnologia pra quê?** As reconfigurações no campo da Comunicação Social. Porto Alegre: Armazém Digital, 2012.

FISCHER, G. D. Tecnocultura: aproximações conceituais e pistas para pensar as audiovisuais. In KILPP, S.; FISCHER, G. D. (Orgs.). **Para entender as imagens**: como ver o que nos olha? São Leopoldo: Entremeios, 2013.

FISCHER, G. D.; GREBIN, B. Interfaces culturais e agir arqueológico: reflexões teórico-metodológicas para dissecar websites e softwares que operam pela Internet. In: COLÓQUIO SEMIÓTICA DAS MÍDIAS, 1., 2012, João Pessoa. Ciseco 2012. João Pessoa: **CISECO** – Centro Internacional de Semiótica e Comunicação, 2012. Disponível em: <[http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/images/csm1/CSM1\\_GustavoFischerBarbaraGrebin.pdf](http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/images/csm1/CSM1_GustavoFischerBarbaraGrebin.pdf)>. Acesso em: 1 jul. 2013.

FELINTO, E. Vampyroteuthis: a segunda natureza do cinema. A Matéria do Filme e o Corpo do Espectador. **Flusser Studies**, 2010, v. 10, p. 1-22.

FOODGAWKER. [S.I.], 2013. Disponível em: <<http://foodgawker.com/>>. Acesso em: 5 jun. 2013.

FOURSQUARE. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.], dez. 2013. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Foursquare>>. Acesso em: 28 jan. 2014.

FULLER, M. **The impossibility of interface**. [S.l.], [20--]. Disponível em: <[www.mavich.net/.../impossibility\\_of\\_interface.doc](http://www.mavich.net/.../impossibility_of_interface.doc)>. Acesso em: 16 out. 2013.

GALLOWAY, A. R. **The unworkable interface**. *New Literary History*, 2008, v. 39, n. 4, p. 931-955.

GILBERT, E.; BAKHSHI, S.; CHANG, S.; TERVEEN, L. **“I Need to Try This!”: A Statistical Overview of Pinterest**. Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI. New York, 2013. Disponível em: <<http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2481336>>. Acesso em: 29 abr. 2013.

GORECZKY, S. **Human-computer interaction concepts applied to the web interface, Pinterest**. [S.l.], Dec., 16<sup>th</sup> 2011 Disponível em: <<http://sophiagoreczky.com/papers/pinterest.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2013.

HALL, C.; ZARRO, M. **Social Curation on the Website Pinterest.com**. American Society for Information Science and Technology – ASIST. 75th Annual Meeting. Baltimore, Oct. 2012. Disponível em: <<https://www.asis.org/asist2012/proceedings/Submissions/189.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2013.

HANSEN, K.; NOWLAN, G.; WINTER, C. Pinterest as a tool: applications in academic libraries and higher education. **Partnership: the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research**, vol. 7, no. 2, 2012. Disponível em: <<https://journal.lib.uoguelph.ca/index.php/perj/article/view/2011/2630>>. Acesso em: 10 maio 2013.

HUHTAMO, E.; PARIKKA, J. **Media Archaeology: approaches, applications, and implications**. Londres: University of California Press, 2011.

IMAGES. [S.l.], 2013. Disponível em: <<http://images.google.com/>>. Acesso em: 10 maio 2013.

IMAGES. [S.l.], 2014. Disponível em: <<http://images.google.com/>>. Acesso em: 16 jan 2014.

INTERNET Archive Wayback Machine. [S.l.], 2013a. Disponível: <<http://archive.org/web/web.php>>. Acesso em: 10 maio 2013.

INTERNET Archive Wayback Machine Pinterest.com. [S.l.], 2013b. Disponível em: <[http://web.archive.org/web/\\*/http://pinterest.com](http://web.archive.org/web/*/http://pinterest.com)>. Acesso em: 10 maio 2013.

JENNINGS, N. **President Obama joins Pinterest**. Washington, March, 27<sup>th</sup> 2012. Disponível em: <[http://www.washingtonpost.com/blogs/44/post/president-obama-joins-pinterest/2012/03/27/gIQAAZHleS\\_blog.html](http://www.washingtonpost.com/blogs/44/post/president-obama-joins-pinterest/2012/03/27/gIQAAZHleS_blog.html)>. Acesso em: 9 maio 2013.

JESUS, A. **Site sex.com usa ferramenta baseada no Pinterest**. [S.l.], 5 maio 2012. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2012/05/site-sexcom-usa-ferramenta-baseada-no-pinterest.html>>. Acesso em: 10 maio 2013.

JOHNSON, S. **Cultura da interface**: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

KEROUAC'S 'On the Road' Manuscript Unfurled. [S.l.], Feb. 15<sup>th</sup>, 2005. Disponível em: <<http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=4500593>>. Acesso em: 10 maio 2013.

KILPP, S. **A traição das imagens**: espelhos, câmeras e imagens especulares em reality shows. Porto Alegre: Entremeios, 2010.

KILPP, S. **Ethícidades televisivas**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2003.

LADEIRA, J. M. Representações, dados, programações: uma visão contemporânea sobre cultura. In KILPP, S.; FISCHER, G. D. (Orgs.). **Para entender as imagens**: como ver o que nos olha? São Leopoldo: Entremeios, 2013.

LAWLER, R. **Pinterest Launches 'Place Pins' To Help Pinner Plan Their Trips**. [S.l.], Nov. 20<sup>th</sup>, 2013. Disponível em: <<http://techcrunch.com/2013/11/20/pinterest-place-pins/>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

LÉVY, P. **Cyberdemocratie**. Paris: Odile Jacob, 2002.

LIALINA, O. **Turing Complete User**. [S.l.], Oct., 2012. Disponível em: <<http://contemporary-home-computing.org/turing-complete-user/>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

LIMA, N. E. A. **Metáforas e interfaces gráficas**: contribuições para uma aprendizagem significativa da informática. 2008. 110f. Dissertação (Mestrado em Educação Tecnológica) - Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

LOGAN, R. K. **Figura/Fundo**: Decifrar o Código McLuhan. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, set./dez. 2011, v.14, n.3.

LUTZ, A. **Nordstrom Will Use Pinterest To Decide What Merchandise To Display In Stores**. NYC, 22<sup>th</sup> nov. 2013. Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/nordstroms-pinterest-in-stores-plan-2013-11#ixzz2t7Hhv6k>> Acesso em: 20 dez. 2013.

MACHADO, I. O que há de novo no século XX? Sobre o curso "Arqueologia das mídias". **Galáxia**, n. 3, p. 201-206, 2002.

MANOVICH, L. **Cultural Software**. From new introduction to Software Takes Command manuscript. [S.l.], 2011. Disponível em: <[http://manovich.net/DOCS/Manovich.Cultural\\_Software.2011.pdf](http://manovich.net/DOCS/Manovich.Cultural_Software.2011.pdf)>. Acesso em: 29 nov.2012.

MANOVICH, L. **Database as a genre of new media**. [S.l.], [20--]. Disponível em: <[http://vv.arts.ucla.edu/AI\\_Society/manovich.html](http://vv.arts.ucla.edu/AI_Society/manovich.html)>. Acesso em: 29 abr. 2013.

MANOVICH, L. **Introduction to Info-Aesthetics**. [S.l.], 2008a. Disponível em: <<http://manovich.net/Manovich.InfoAesthetics.2008.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2013.

MANOVICH, L. **Software Takes Command**. [S.l.], 2008b. Unpublished book. Disponível em: <[http://softwarestudies.com/softbook/manovich\\_softbook\\_11\\_20\\_2008.pdf](http://softwarestudies.com/softbook/manovich_softbook_11_20_2008.pdf)>. Acesso em: 29 nov. 2012.

MANOVICH, L. **The language of new media**. Londres: The MIT Press, 2001.

MANTERESTING. [S.l.], 2013. Disponível em: <<http://manteresting.com/>>. Acesso em: 5 jun. 2013.

MAGNO, A. **Quando usar o scroll infinito?** 2013. Postado em: 27 mar. 2013 no Blog WebPoint. Disponível em: <<http://blog.alexandremagno.net/2013/03/quando-usar-o-scroll-infinito/>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

McBRIDE, S. **Start-up Pinterest wins new funding, \$2.5 billion valuation**. San Francisco, Feb., 20<sup>th</sup> 2013. Disponível em: <<http://www.reuters.com/article/2013/02/21/net-us-funding-pinterest-idUSBRE91K01R20130221>>. Acesso em: 9 mai. 2013.

McCRACKEN, H. **50 websites that make the web great: Pinterest**. [S.l.], Aug. 16<sup>th</sup> 2011. Disponível em: <[http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2087815\\_2088159\\_2088155,00.html](http://www.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2087815_2088159_2088155,00.html)>. Acesso em: 15 nov. 2012.

McLUHAN, M. POWERS, Bruce. **La aldea global**. Barcelona: Gedisa, 1993.

McLUHAN, M. **Os meios são as massa-gens**. Rio de Janeiro: Record, 1969.

MELO, R. **A bela e a fera: interface gráfica ou em modo de texto?** [S.l.], 3 maio 2010. <<http://ceperjcom.unidades.blogspot.com.br/2010/05/abela-e-fera-interface-grafica-ou-em.html>>. Acesso em: 16 out. 2013.

MONTAÑO, S. **Plataformas de vídeo: Apontamentos para uma ecologia do audiovisual da web na contemporaneidade**. 2012. 220 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2012.

MÜLLER, L. **O que são feeds?** [S.l.], 5 jul. 2012. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/rss/252-o-que-sao-feeds-.htm>>. Acesso em: 14 jan. 2014.

NIELSEN, J. **10 Usability Heuristics for User Interface Design**. [S.l.], 1995. Disponível em: <<http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>>. Acesso em: 5 jun. 2013.

NILTON, P. **Metáforas no design de interfaces**. [S.l.], 22 maio 2011. Disponível em: <<http://10tiposdepeessoas.blogspot.com.br/2011/05/metaforas-no-design-de-interfaces.html>>. Acesso em: 24 set. 2013.

NORONHA, J.; YANG, N.; SANTHANAM, D. **Explore pinterest boards with bing**. [S.l.], Otc., 2<sup>nd</sup> 2013. Disponível em: <[http://www.bing.com/blogs/site\\_blogs/b/search/archive/2013/10/02/explore-pinterest-boards-with-bing.aspx/](http://www.bing.com/blogs/site_blogs/b/search/archive/2013/10/02/explore-pinterest-boards-with-bing.aspx/)>. Acesso em: 20 dez. 2013. Blog: Bing Blogs.

O'REILLY, P. O que é a web 2.0? (2005). Disponível em: <<http://www.flaudizio.com.br/files/o-que-e-web-20.pdf>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

PARENTE, A. **O Virtual e o Hipertextual**. Rio de Janeiro: Pazulin, 1999.

PEÑA-BICKLEY, J. **Widgets 101**: picture-in-picture web. New York, 2009. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/Wunderman/widget-101-1477502>>. Acesso em: 16 dez. 2013. 15 slides. Material em Power Point.

PEREIRA, L. **Conheça o novo Pinterest**. [S.l.], 19 mar. 2013. Disponível em: <<http://olhardigital.uol.com.br/noticia/conheca-o-novo-pinterest/33322>>. Acesso em: 10 maio 2013.

PIN. [S.l., 201-]. Disponível em: <<http://www.pinterest.com/pin/52706258111690188/>>. Acesso em: 5 jun. 2013.

PINTEREST. [S.l.], 2013a. Disponível em: <<http://pinterest.com/>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

PINTEREST. **Blog**. San Francisco, C.A., 2013b. Disponível em: <<http://blog.pinterest.com/>>. Acesso em: 16 dez. 2013.

PINTEREST. **Copyright**. San Francisco, C.A., 2013c. Disponível em: <<http://about.pinterest.com/copyright/>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

PINTEREST. **Goodies**. San Francisco, C.A., 2013d. Disponível em: <<http://about.pinterest.com/goodies/>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

PINTEREST. **Help Center**. San Francisco, C.A., 2013e. Disponível em: <<https://en.help.pinterest.com/home>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

PREECE, J.; ROGERS, Y.; SHARP, H., **Design de interação**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In ANTOUN, H. (Org.). **Web 2.0**: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: Mauad x, 2008.

FISCHER, G. D. Tecnocultura: aproximações conceituais e pistas para pensar as audiovisuais. In KILPP, S.; FISCHER, G. D. (Orgs.). **Para entender as imagens**: como ver o que nos olha? São Leopoldo: Entremeios, 2013.

REDAÇÃO. **Nova atualização do Pinterest permite criar mapas interativos com o Foursquare**. [S.I.], 21 nov. 2013. Disponível em: <<http://canaltech.com.br/noticia/pinterest/Nova-atualizacao-do-Pinterest-permite-criar-mapas-interativos-com-o-Foursquare/>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

ROSALES, L. **33 Pinterest knockoffs**: some will thrive, Pinspire will fail. [S.I.], April, 2<sup>nd</sup> 2012. Disponível em: <<http://agbeat.com/social-media/33-pinterest-knockoffs-some-will-thrive-pinspire-will-fail/>>. Acesso em: 10 mai. 2013.

SHONTELL, A.; THOMAS, O. **Pinterest is now a \$2.5 billion company**. [S.I.], Feb., 20<sup>th</sup> fev. 2013. Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/pinterest-200-million-valiant-partners-2013-2#ixzz2Q7fcZk9u>>. Acesso em: 9 maio 2013.

SITE pornográfico mais caro do mundo copia design do Pinterest. 4 maio 2012. Disponível em: <[http://olhardigital.uol.com.br/produtos/digital\\_news/noticias/site-pornografico-mais-carro-do-mundo-copia-design-do-pinterest](http://olhardigital.uol.com.br/produtos/digital_news/noticias/site-pornografico-mais-carro-do-mundo-copia-design-do-pinterest)>. Acesso em: 5 jul. 2013.

SLOAN, P. **Pinterest**: crazy growth lands it as top 10 social site. [S.I.], Dec., 22<sup>th</sup> 2011. Disponível em: <[http://news.cnet.com/8301-1023\\_3-57347187-93/pinterest-crazy-growth-lands-it-as-top-10-social-site/?tag=mncol;txt](http://news.cnet.com/8301-1023_3-57347187-93/pinterest-crazy-growth-lands-it-as-top-10-social-site/?tag=mncol;txt)>. Acesso em: 9 maio 2013.

SPAGNUELO, D. As metáforas e as interfaces de usuário. [S.I.], 2012. Disponível em: <<http://catarinasdesign.com.br/blog/2012/10/as-metaforas-e-as-interfaces-de-usuario/>>. Acesso em: 24 set. 2013.

SOUSA, A. **O que os widgets fazem por você?** Recriando o relacionamento entre marcas e consumidores. São Paulo, março 2010. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/artigospapers/Documents/O%20que%20os%20widgets%20fazem%20por%20voc%C3%AA%20recriando%20o%20relacionamento%20entre%20marcas%20e%20consumidores%20Adriana%20Souza%20Millward%20Brown.pdf>>. Acesso em: 20 dez. 2013.

SPITZNAGEL, E. **Pinterest clones for men vie for what may be new market**. San Francisco, May 5<sup>th</sup>, 2013. Disponível em: <<http://www.sfchronicle.com/technology/article/Pinterest-clones-for-men-vie-for-market-4488979.php>>. Acesso em: 10 maio 2013.

STYLE. [S.I.], [201-]. Disponível em: <<http://pinterest.com/springinherstep/style/>>. Acesso em: 10 maio 2013.

TRIPPY. [S.I.], 2013. Disponível em: <<http://www.trippy.com/>>. Acesso em: 5 jun. 2013.

THE MOTHER OF ALL DEMOS. In: WIKIPÉDIA: a enciclopédia livre. [S.l.], 19 fev. 2014. Disponível em: <[http://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Mother\\_of\\_All\\_Demos](http://en.wikipedia.org/wiki/The_Mother_of_All_Demos)>. Acesso em: 20 fev. 2014.

WEB Archive. [S.l.], 28 Feb. 2013. Disponível em: <<http://web.archive.org/web/20130228021536/http://pinterest.com/>>. Acesso em: 5 jun. 2013.

WEB Archive. [S.l.], 31 Dez. 2012. Disponível em: <<http://web.archive.org/web/20121231235602/http://pinterest.com/>>. Acesso em: 26 jan. 2014.

WEB Archive. [S.l.], 29 Dez. 2011. Disponível em: <<http://web.archive.org/web/20111229044645/http://pinterest.com/>>. Acesso em: 26 jan. 2014.

WEB Archive. [S.l.], 30 Nov. 2010. Disponível em: <<http://web.archive.org/web/20101130101527/http://pinterest.com/>>. Acesso em: 26 jan. 2014.

WENG, P. **Instalar o sistema operativo do Blackberry ou fazer a sua atualização**. [S.l.], março, 2012. Disponível em: <[http://www.dicasdeblackberry.com/2012/03/como-o-sistema-operativo-de-blackberry.html#UxAVX\\_RdVDR](http://www.dicasdeblackberry.com/2012/03/como-o-sistema-operativo-de-blackberry.html#UxAVX_RdVDR)>. Acesso em: 12 jan. 2014.

WILKINSON, Z. **Oh, how Pinteresting!** An introduction to Pinterest. Library Hi Tech News, v. 30 Iss: 1, p.1 – 4, 2013 Disponível em: <<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17085672>>. Acesso em: 29 abr. 2013.

ZARRO, M.; HALL, C.; **Pinterest**: Social Collecting for #linking #using #sharing. JCDL. Washington, DC, Jun. 2012. Disponível em: <[http://www.mikezarro.com/docs/Zarro\\_JCDL2012\\_Poster.pdf](http://www.mikezarro.com/docs/Zarro_JCDL2012_Poster.pdf)>. Acesso em: 29 abr. 2013.

ZARRO, M.; HALL, C.; FORTE, A. **Wedding Dresses and Wanted Criminals**: Pinterest.com as an Infrastructure for Repository Building. Association for the Advancement of Artificial Intelligence Boston, 2013. Disponível em: <<http://www.andreaforte.net/ZarroICWSM13.pdf>>. Acesso em: 29 abr. 2013.

ZIELINSKI, S. **Arqueologia da mídia**: em busca do tempo remoto das técnicas do ver e do ouvir. São Paulo: Annablume, 2006.

ZIELINSKI, S. **“Ser offline e existir online”**. [3 out. 2011]. Entrevistadores: Márcia Junges e Thamiris Magalhães. Disponível em: <[http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?id=4105&option=com\\_content&secao=375&view=article](http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?id=4105&option=com_content&secao=375&view=article)>. Acesso em: 15 jun. 2013. Entrevista concedida ao IHU On-line.

ZMOELNIG, C. **The Graphical User Interface**. London, Jan. 1<sup>st</sup>, 2000. Disponível em: <<http://www.sensomatic.com/chz/gui/index.html>>. Acesso em: 24 set. 2013.