

Estranhas Interações: Serendipidade no Meio Digital

Uma Vida Otimizada

A computação ubíqua levou a que todas as nossas actividades possam, de alguma forma, ser mediadas por sistemas interactivos digitais: da interacção com informação à interacção com o espaço físico ou à interacção humana. Em todos os momentos do nosso quotidiano, estes sistemas têm a capacidade de condicionar o nosso comportamento e a forma como interagimos com o Mundo: desde o mais trivial, como na escolha de onde almoçar, ao mais pessoal, como na escolha de um possível parceiro amoroso.

Estes sistemas (com a possível excessão daqueles cujo fim é experimental, lúdico ou artístico) são, na sua maioria, criados perante uma lógica de funcionalidade e eficiência, fruto da sua origem como ferramentas no local de trabalho (Dunne, 2005), sendo sua intenção promover o resultado que consideram ser o mais pertinente e relevante às intenções do utilizador. Para tal, têm sido aplicados métodos de aprendizagem de computacional que permitem a estes sistemas criar perfis de utilizador, ou seja, representar os utilizadores de acordo com os seus comportamentos. Isto, associado a informação contextual recolhida por estes sistemas, permite-lhes fornecer resultados com um grau elevado de especificidade. No entanto, esta extrema relevância leva à diminuição de acidentes — eventos inesperados e imprevisíveis —, reduzindo a capacidade do Meio Digital (Murray, 2012) para o inesperado e para o surpreendente. Ademais, esta personalização pode levar a um efeito de câmara de eco (Pariser, 2011), em que a máquina apenas retorna aquilo que considera relevante para o utilizador, perpetuando um limitado espectro de interesses e levando à exclusão de tudo o resto, reduzindo o potencial do Meio para a Serendipidade.

Serendipidade e Estranhamento

Margaret Boden define a serendipidade como “a descoberta de algo valioso sem que se esteja especificamente à procura” (2004). Serendipidade é uma descoberta acidental, imprevisível mas relevante, seja por permitir encontrar determinada informação de interesse ou por levar a um momento de ideação. Na história da invenção e criatividade humana, são vários os momentos ditos serendipitosos, desde a descoberta da Penicilina à invenção do Abstracionismo (Cumming, 2006). Com a procura da optimização, da relevância e da funcionalidade nos sistemas interactivos, estamos também a reduzir o potencial para acidentes, para o inesperado e para a serendipidade. Nas palavras de Ethan Zuckerman em *Digital Cosmopolitans: Why We Think the Internet Connects Us, Why It Doesn't, and How to Rewire It*, para experienciar serendipidade, precisamos de correr riscos de fracasso, de frustração de tempo perdido” (2014). Deste modo, o método para conseguir promover experiências serendipitosas no Meio Digital é afastando-nos da funcionalidade, da optimização e da especificidade e procurar antes o acidente, o imprevisível e o estranho.

Estranhamento é um conceito criado pelo teórico literário formalista Viktor Chklovsky para descrever o efeito de distanciar a obra artística do espectador, tornado esta estranha, procurando dessa forma a uma nova observação da realidade através do olhar artístico, pois para Chklovsky a finalidade da arte é dar uma sensação do objecto como visão e não como reconhecimento; o processo da arte é o processo de singularização *ostranenie* [estranhamento] dos objectos e o processo que consiste em obscurecer a forma, em aumentar a dificuldade e a duração da percepção. O acto de percepção em arte é um fim em si e deve ser prolongado; a arte é um meio de sentir o devir do objecto, aquilo que já se 'tornou' não interessa à arte.” (Todorov, 1999, p. 82)

Desta forma, propomos que ao criar sistemas interactivos que visem este estranhamento, podemos promover experiências para além das que se enquadram no paradigma funcional e procurem o inesperado e o não-familiar. Estes sistemas serão semelhantes aos “monstros bizarros” de Anthony Dunne, que procuram “desafiar a realidade banal suportada por produtos para consumidores, enfatizando a necessidade de identificar como produtos eletrónicos podem oferecer expressões alternativas da sua própria lógica funcional” (2005, p. 45).

Um possível exemplo destes “monstros bizarros” é *Serendipitor* (2010) de Mark Sheppard, uma aplicação de navegação GPS para telemóvel que, para além de oferecer ao utilizador uma rota para o destino desejado, sugere possíveis acções para este fazer durante o percurso, tais como seguir uma nuvem, sentar-se à sombra de uma árvore ou seguir uma pessoa durante dois quarteirões.

Um outro exemplo é de estranhamento aplicado a sistemas interactivos é o de *Argeiphontes Lyre* (n.d.), um software sistematizador desenvolvido por Akira Rabelais cuja interface gráfica consiste numa forma semelhante a uma nuvem, transparente, mostrando mensagens crípticas em diferentes línguas. Os comandos e menus são igualmente crípticos e, dado que o autor não oferece qualquer documentação relativamente ao uso do software, compete ao utilizador experimentar e descobrir, por tentativa e erro, as funcionalidades do programa.

Estes dois exemplos demonstram como o estranhamento aplicado à criação de sistemas interactivos, através de experiências não-familiares, podem privilegiar a descoberta, a exploração e o confronto com o erro e o acidente, possibilitando a surpresa e a serendipidade.

Ricardo Melo

Plano Doutoral em Design da Universidade do Porto, FBAUP, UPTEC, UA, ID+.

Miguel Carvalhais

Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, ID+

Referências

Boden, M. A. (2004). *The Creative Mind: Myths and Mechanisms*. Psychology Press.

Cumming, L. (2006, June 25). *What drove Kandinsky to abstraction?* Retrieved June 24, 2016, from <https://www.theguardian.com/artanddesign/2006/jun/25/art1>

Dunne, A. (2005). *Hertzian Tales: Electronic Products, Aesthetic Experience, and Critical Design*. The MIT Press.

Murray, J. H. (2012). *Inventing the Medium: Principles of Interaction Design as a Cultural Practice*. MIT Press.

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. Penguin Group US.

Todorov, T. (1999). *Teoria da Literatura: Textos dos Formalistas Russos Apresentados*. Edições 70, Lisboa.

Zuckerman, E. (2014). *Digital Cosmopolitans: Why We Think the Internet Connects Us, Why It Doesn't, and How to Rewire It*. W. W. Norton, Incorporated.

Obras Citadas

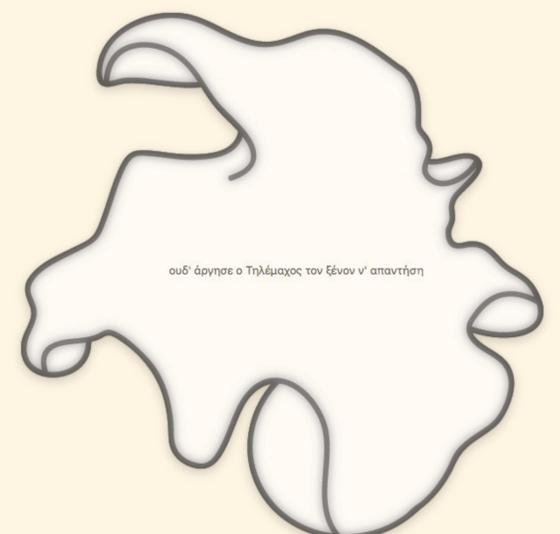
Argeiphontes Lyre, Akira Rabelais (n.d.).

Serendipitor, Mark Shepard, 2010.

Este trabalho é possível graças a uma bolsa por parte da Fundação para a Ciência e Tecnologia.



FCT Fundação para a Ciência e a Tecnologia
MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR



Interface gráfico de *Argeiphontes Lyre*