



DIMENSÕES CULTURAIS APLICADAS AO DESIGN DA INFORMAÇÃO DE AMBIENTES DIGITAIS E-SAÚDE

MEDINFOR COLLOQUIA CULTURAL DIMENSIONS APPLIED TO THE INFORMATION DESIGN OF EHEALTH ENVIRONMENTS

Laís Alpi Landim

Doutoranda e Mestra em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI) da Universidade Estadual Paulista (Unesp). Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9879-6171>

Maria José Vicentini Jorente

Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista (Unesp). Professora do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI/Unesp). Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0492-0918>

RESUMO: O objetivo da pesquisa foi investigar os aspectos de Design da Informação que devem ser considerados no projeto e na concepção de ambientes informacionais digitais e-Saúde. A pesquisa é qualitativa, a partir de levantamentos bibliográficos em bases e periódicos da Ciência da Informação e do Design da Informação. São apresentadas as contribuições das Dimensões Culturais de Hofstede; ademais, conclui-se que é essencial considerar o contexto social das comunidades a quem os produtos de comunicação em saúde são destinados, além de realizar um amplo estudo das características socioculturais dessas comunidades nos processos de Design da Informação desses ambientes.

Palavras-Chave: Informação e Tecnologia; Design da Informação; Design Contextual; E-Saúde; Comunicação em Saúde.

ABSTRACT: The main aim of the research has been to investigate the aspects of Information Design that should be considered in the design and conception of eHealth digital information environments. The research is qualitative, that is, bibliographic in Information Science and Information Design databases. The contributions of the Hofstede Cultural Dimensions are presented; moreover, it is concluded that it is essential to consider the social context of the communities to which health communication products are destined, as well as to conduct a broad study of the sociocultural characteristics of such communities in the Information Design processes of these environments.

Keywords: Information and Technology; Information Design; Contextual Design; eHealth; Health Communication.

1 INTRODUÇÃO

As relações entre saúde e tecnologias vêm sendo crescentemente estudadas em diferentes áreas, devido ao uso crescente da Internet para disseminar informações relativas tanto a doenças quanto a sua prevenção, além de auxiliar na obtenção de serviços desse campo (FERGUSON; FRYDMAN, 2004; MACKERT et al., 2009). Para abordar esse fenômeno, emergiu o conceito de e-Saúde, que se refere aos processos de comunicação ou melhoria dos serviços e da informação em saúde por meio da Internet e demais tecnologias eletrônicas (EYSENBACH, 2001; KIM; XIE, 2017). Nesse contexto, pesquisas abordaram diferentes graus de literacia em saúde (do inglês *health literacy* - a habilidade de processar e compreender informações relacionadas à saúde) dos indivíduos e sua relação com a adequação dos serviços eletrônicos da área (SØRENSEN et al., 2012; MEPELINK, 2016).

Para que a informação em saúde seja eficaz para diferentes grupos sociais, é necessário que o Design da Informação (DI) em ambientes digitais seja adequado, de forma a facilitar a interação e o processo comunicacional para todos os grupos sociais em suas especificidades. No contexto da comunicação em saúde, processar e compreender são processos essenciais, que são passíveis de influências por parte dos elementos de Design da informação em saúde (MEPELINK, 2016).

Assim, o objetivo geral da pesquisa relatada neste trabalho foi investigar os aspectos de Design da Informação que devem ser considerados no projeto e concepção de ambientes informacionais digitais e-Saúde, levando em consideração as características sociais e culturais das comunidades a quem se destinam. Para isso, foram definidos dois objetivos específicos: Identificar as características da e-Saúde e os estudos em DI relacionados à temática; e discutir os aspectos sociais e culturais que devem ser levados em consideração nos processos de DI em ambientes digitais e-Saúde. A pesquisa, qualitativa, foi realizada a partir de levantamentos bibliográficos em bases de dados da Ciência da Informação e do Design da Informação.

2 DESENVOLVIMENTO

Os estudos em Design da Informação ocupam-se dos processos que se iniciam na concepção da ideia de um sistema e que passam pelo planejamento, pela análise e pela apresentação de sua interface. Incluem-se aí, também, a compreensão de uma mensagem, seu conteúdo, linguagem e a forma de apresentação da informação comunicada. Dessa forma, o DI subsidia o desenvolvimento de projetos informacionais que visam o

fornecimento de acesso e a socialização da informação, ocupando-se também de tornar a interação dos indivíduos com um sistema mais eficiente e satisfatório (NAKANO; JORENTE; PADUA, 2016).

Questões socioculturais vêm sendo pesquisadas há um longo tempo por diferentes áreas acadêmicas (YOU; KIM; LIM, 2016). No âmbito do Design, encontram-se discussões que encampam diferentes abordagens, chamadas local, ou contextual, e global. Ruedi Baur (2008) questiona-se se é possível escapar a um estilo global de design e desenvolver designs particulares, aceitos como tais apesar de suas diferenças. Frascara (2004) aponta a importância de que o designer esteja ciente da linguagem visual desenvolvida por uma cultura e, de outro lado, assume que também é responsável pela criação de modelos de aparência e comportamento, quando promove também escolhas, estilos e valores culturais.

Tais questões relacionam-se diretamente à comunicação em saúde. Para Miranda (2017, p.28) a comunicação é um processo “relacional, transacional e multidimensional, no qual o emissor da mensagem também é receptor e mediador”, e que se realiza de maneira dinâmica e influenciada por diversos fatores.

Nesse contexto, Schiavo (2007) estabelece uma série de diretrizes que os processos de comunicação em saúde devem seguir. Incluem-se aí conhecer as características da comunidade de interesse; envolver seus membros nos processos de elaboração e implementação das estratégias e atividades, aumentando sua sensação de representação; a transdisciplinaridade, essencial no reconhecimento da complexidade envolvida no alcance de mudanças comportamentais e sociais, e que devem incluir abordagens diversas quanto a métodos e teorias; escolha adequada de mensagens e canais para veiculação correspondente a cada comunidade de interesse; estabelecimento e preservação de um relacionamento apropriado com instituições de saúde, governos e formadores de opinião; contar com estratégias e planos de ação adequados para a execução dos processos comunicacionais de acordo com as necessidades da comunidade de interesse (MIRANDA, 2017).

No artigo *Cultural Dimensions and Global Web Design: What? So What? Now What?*, Marcus e Gould (2001) discutem o trabalho do antropólogo Geert Hofstede sobre dimensões culturais. Os autores propõem sua aplicação ao Design de Interfaces de Interação. Embora o texto date de mais de 15 anos atrás, as reflexões que relacionam as dimensões culturais ao

Design de Interfaces de Interação continuam sendo base para cursos, workshops e estudos sobre o tema (MARCUS, 2015; 2017). O trabalho de Hofstede consistiu na investigação de características culturais fundamentais que culminaram em cinco dimensões que caracterizam as culturas ao redor do mundo: Índice de Distância do Poder; Individualismo versus Coletivismo; Aversão à Incerteza; Masculinidade versus Feminilidade; e Orientação em Longo Prazo. Cada uma dessas dimensões indica diferentes características que devem ser levadas em consideração nos processos de Design de Interfaces de Interação (MARCUS; GOULD, 2001; AFS, 2011).

Para Marcus e Gould (2001), cada uma dessas dimensões indica diferentes características que devem ser levadas em consideração nos processos de Design de Interfaces de Interação. A partir das obras dos autores, aliadas às dimensões culturais de Hofstede (2001), podem ser estabelecidas implicações dessas dimensões ao Design da Informação e Interação.

1. Índice de Distância do Poder (IDP) e sua Influência nos Aspectos de Design de Interfaces de Interação:

- Acesso à informação: Alto nível de estruturação (IDP Alto) ou Baixo nível de estruturação (IDP baixo);
- Hierarquias nos modelos mentais: alto ou superficial;
- Ênfase na ordem social e moral (por exemplo, nacionalismo ou religião) e seus símbolos: emprego significativo e frequente ou menor e pouco frequente;
- Maior ou menor foco na expertise, autoridade, certificações, selos oficiais ou logos;
- Proeminência dada a líderes versus cidadãos, consumidores ou empregados;
- Importância da segurança e restrições de acesso: restrições explícitas, reforçadas e frequentes vs. transparentes, integradas, com implícita liberdade para navegar;
- Papéis sociais usados para organizar a informação: frequente ou menos frequente.

2. Individualismo versus Coletivismo (IC) e sua Influência nos Aspectos de Design de Interfaces de Interação:

- Motivação baseada na conquista pessoal: maximizada para culturas individualistas ou diminuídas para culturas coletivistas;

- Imagens de sucesso: demonstradas por meio de materialismo e consumismo vs. conquistas de agendas sóciopolíticas;
- Estilo retórico: discurso controverso/argumentativo e tolerância vs. slogans oficiais e menos controvérsias;
- Proeminência da juventude e da ação vs. líderes e estados de existência experientes, maduros e sábios;
- Importância dada a indivíduos vs. produtos mostrados por si ou com grupos;
- Ênfase na mudança: o que é novo e único vs. tradição e história;
- Disposição de fornecer informação pessoal vs. proteção de dados pessoais por meio da diferenciação entre indivíduo e grupo.

3. Índice de Aversão à Incerteza (IAI) e sua Influência nos Aspectos de Design de Interfaces de Interação:

Culturas de alta IAI enfatizariam os seguintes elementos:

- Simplicidade, com metáforas claras, escolhas limitadas e quantidades restritas de dados;
- Tentativas de revelação ou previsão dos resultados ou as implicações das ações antes que da ação;
- Esquemas de navegação destinados a evitar que o internauta se perca;
- Modelos mentais e sistemas de ajuda voltados a evitar erros;
- Pistas redundantes (cor, tipografia, som, etc.) para reduzir ambiguidades.

Culturas de baixo IAI enfatizariam o inverso:

- Complexidade com máximo conteúdo e escolhas;
- Aceitação (e até encorajamento) de explorar e arriscar-se, estigmatizando a "proteção excessiva";
- Menos controle de navegação: por exemplo, links podem abrir novas janelas afastando o internauta do local original.
- Sistemas de ajuda e modelos mentais podem concentrar-se na compreensão de conceitos subjacentes em vez de tarefas superficiais;
- Codificação de cor, tipografia e som para maximizar a informação (vários links sem dar dicas redundantes).

4. Masculinidade vs. Feminilidade (MAS) e sua Influência nos Aspectos de Design de Interfaces de Interação:

Culturas de alta masculinidade enfatizariam os seguintes elementos de Design de Interfaces de Interação:

- Tradicionais distinções de gênero/família/idade;
- Trabalhos, tarefas, funções e domínio, com resultados rápidos para tarefas limitadas;
- Navegação orientada à exploração e ao controle;
- Atenção adquirida por meio de jogos e competições;
- Gráficos, som e animação usada para fins utilitários;

Culturas de alta feminilidade focariam nos seguintes elementos:

- Indistinção dos papéis de gênero;
- Cooperação mútua, troca e apoio relacional (no lugar de domínio e vitória);
- Atenção adquirida por meio de poesia, estética visual e apelo a valores unificadores.

5. Orientação em Longo Prazo (OLP)

- Conteúdo focado na prática e no valor útil;
- Relacionamentos como fonte de informação e credibilidade;
- Paciência na obtenção de resultados e objetivos;

Países com OLP baixo enfatizariam o contrário:

- Conteúdo focado em verdade e na certeza das crenças;
- Regras como fonte de informação e credibilidade;
- Desejo por resultados imediatos e realização dos objetivos;

Embora algum relativismo cultural seja necessário, uma vez que é difícil estabelecer critérios absolutos para o que é importante para cada cultura, há regularidades estatísticas que possibilitam a identificação de tendências e inclinações que contribuem para o encontro de soluções mais adequadas a cada grupo social. Para Marcus e Gould (2001), “[...] em um mundo multicultural, é necessário cooperar para alcançar objetivos práticos sem a necessidade de que todos pensem, ajam e acreditem de forma idêntica”.

A aplicação das dimensões culturais de Hofstede ao Design da Informação de ambientes digitais e-Saúde fornecem elementos essenciais à obtenção de resultados em que a comunicação ocorra com eficiência e eficácia. Assim, levar em consideração os aspectos culturais das comunidades de interesse no Design de Interfaces de Interação, a fim de criar soluções mais adequadas aos objetivos de determinados ambientes digitais em relação às especificidades culturais de cada uma, é imprescindível.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No contexto da e-Saúde, é necessário que o DI seja culturalmente sensível, adequado a cada grupo a quem se destinam os artefatos informacionais, levando em consideração que há diferentes estilos e habilidades cognitivas. Nesse contexto, os fatores que afetam o sucesso das iniciativas de promoção de saúde, autocuidado e prevenção incluem idade, gênero, classe social, etnia; status social, língua, poder e relações sociais; atitudes, crenças e valores. Considerar esses fatores é essencial, uma vez que o sucesso das iniciativas de comunicação em saúde será proporcional ao cuidado de seu planejamento frente a essas peculiaridades, que ocasionam diferenças de compreensão e interpretação por grupo.

Os estudos de Marcus e colaboradores, com base nas dimensões culturais de *Hofstede*, apontam para uma necessidade de intersecção entre disciplinas voltadas ao Design de ambientes digitais e disciplinas de Ciências Humanas e Sociais. Essa intersecção encontra terreno fértil na Ciência da Informação. Ficou demonstrado ser produtivo tratar dessas temáticas na área da CI, em que a diversidade de áreas de pesquisa favorece a reflexão e leva à produção de conhecimentos mais abrangentes em relação a questões relacionadas às Tecnologias da Informação e Comunicação. A convergência dos designers com profissionais e pesquisadores da CI tende a possibilitar resultados mais satisfatórios, uma vez que torna a pesquisa mais abrangentes graças à convergência de conhecimentos advindos de diferentes áreas e disciplinas.

AGRADECIMENTOS

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

REFERÊNCIAS

BAUR, R. Diseño global y diseño contextual. In: FERNÁNDEZ, S.; BONSIPE, G., **Historia del Diseño en América Latina y el Caribe**, p. 232-237, 2008.

CORCORAN, N. **Comunicação em Saúde**: estratégias para promoção de saúde. São Paulo: Roca, 2010.

EYSENBACH, G. What is e-health? **J Med Internet Res**, 3, e20, 2001.

FERGUSON, T.; FRYDMAN, G. The first generation of e-patients. **BMJ**, [s. l.], v. 328, n. 7449, p. 1148-1149, 2004.

FRASCARA, J. **Communication Design** – principles, methods and practice. New York: Allworth Press, 2004. 207 p.

HOFSTEDE, G. **Culture's Consequences**: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations 2nd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2001.

KIM, H.; XIE, B. Health literacy in the eHealth era: A systematic review of the literature. **Patient Education and Counseling**, v. 100, n. 6, p. 1073–1082, jun. 2017.

MACKERT, Michael et al. Designing e-health interventions for low-health-literate culturally diverse parents: addressing the obesity epidemic. **Telemedicine and e-Health**, v. 15, n. 7, p. 672-677, 2009.

MARCUS, A. GOULD, E.W. Cultural Dimensions and Global Web Design: What? So What? Now What? 2001. **Aaron Marcus and Associates, Inc.**

MARCUS, A. Cross-cultural user-experience design, including Asia. In: **SIGGRAPH Asia 2015 Courses**. ACM, 2015. p. 8.

MARCUS, A. Cross-cultural hci/user-experience design: what are the differences and similarities of user preferences and expectations, including china? **HCI International 2019**. Disponível em: <http://2019.hci.international/t04>. Acesso em: 20 jul. 2019.

MEPPELINK, C. S. **Designing digital health information in a health literacy context**. 2016. Tese (Doutorado)-Universidade de Amsterdam, Amsterdam, 2016. Disponível em: <http://dare.uva.nl/search?identifier=220fb9ef-1a51-4325-9019-61cfdaf8633f>. Acesso em: 15 Mar. 2019.

MIRANDA, F. S. **Curtir para Decidir**: Uma Análise sobre o Uso do Facebook por Mulheres com Câncer de Mama. 2017. 132f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva, Universidade de Brasília (UNB), Brasília, 2017.

NAKANO, N.; JORENTE, M. J. V.; PADUA, M. C. Serviço de Referência virtual via chat: uma análise comparativa de softwares para soluções de chat. **Informação & Informação**, v. 21, n. 3, p. 124–148, 14 abr. 2017.

OLIVEIRA, J. O. A. D. B. E.; AUTOR, M. J. V. Design da informação e ciência da informação: uma aproximação possível. **Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação**, v. 16, 2015.

SCHIAVO, Renata. **Health communication: From theory to practice**. John Wiley & Sons, 2013.

SØRENSEN et al., 2012

SØRENSEN, K. et al. Health literacy and public health: A systematic review and integration of definitions and models. **BMC Public Health**, [s. l.], v. 12, p. 80, 2012.

YOU, S.; KIM, M.; LIM, Y. Value of culturally oriented information design. **Universal Access in the Information Society**, [s. l.], v. 15, n. 3, p. 369–391, 2016.

<p>Recebido/ Received: 18/08/2020 Aceito/ Accepted: 09/09/2020 Publicado/ Published: 25/10/2020</p>
