

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

**PASSAGEM PARA O CIBERESPAÇO:
UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE O MÉTODO PROJETUAL UTILIZADO
NO MEIO ON-LINE POR DESIGNERS DO
RIO DE JANEIRO NO ANO 2001**

Marcelo Simão de Vasconcellos

**Escola de Belas Artes / UFRJ
Mestrado em História e Teoria da Arte
Programa de Pós-graduação em Artes Visuais**

Orientador: Professor Doutor Helio Vianna

RIO DE JANEIRO

2002

Folha de aprovação

PASSAGEM PARA O CIBERESPAÇO: uma investigação sobre o método projetual utilizado no meio on-line por designers do Rio de Janeiro no ano 2001

Marcelo Simão de Vasconcellos.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Escola de Belas Artes da Universidade do Rio de Janeiro, como requisito formal para obtenção do título de Mestre.

Banca Examinadora

- Orientador

Prof. Dr. Helio Vianna
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof^ª. Dr^ª. Ângela Âncora da Luz
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Prof^ª. Dr^ª. Rosza vel Zoladz
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Vasconcellos, Marcelo Simão de.

Passagem para o Ciberespaço: uma investigação sobre o método projetual utilizado no meio on-line por designers do Rio de Janeiro no ano 2001 / Marcelo Simão de Vasconcellos. Rio de Janeiro: UFRJ / EBA, 2002.

viii, 180p. il.

Dissertação – Universidade Federal do Rio de Janeiro, EBA.

1. Tecnologia, arte e informação — Aspectos sociais. 2. Sociedade da informação. 3. Visualidade, literacia, comunicação e cultura.

Resumo

Vasconcellos, Marcelo Simão de. *Passagem para o Ciberespaço: uma investigação sobre o método projetual utilizado no meio on-line por designers do Rio de Janeiro no ano 2001.*

Orientador: Prof. Dr. Helio Vianna. Rio de Janeiro: EBA / UFRJ, 2002. Diss.

Esta dissertação investiga as transformações no método projetual dos designers na criação para a Internet. A partir da análise de outros estágios anteriores de avanço nas comunicações, como o surgimento da escrita e a invenção da imprensa, verifica-se que a disseminação dos computadores e da rede pela sociedade pode ser vista como um novo patamar neste processo, gerando mudanças culturais e intelectuais. Por meio de entrevistas realizadas com webdesigners procura-se traçar o perfil do projeto para o meio on-line, descrevendo suas considerações técnicas e conceituais e explicitando sua responsabilidade nos processos de comunicação e seu uso da arte como ferramenta de interpretação da realidade atual.

Abstract

Vasconcellos, Marcelo Simão de. *Passagem para o Ciberespaço: uma investigação sobre o método projetual utilizado no meio on-line por designers do Rio de Janeiro no ano 2001.*

Adviser: Prof. Dr. Helio Vianna. Rio de Janeiro: EBA / UFRJ, 2002. Diss.

This dissertation examines the transformations in the designers' project method of creation for the Internet. From analysis of earlier stages of communication advancement, like the rising of writing and the invention of the press, it can be verified that the computers and Internet's dissemination throughout society can be seen as a new level on this process, generating intellectual and cultural changes. Through interviews with webdesigners we can trace a profile for the online medium project, describing its technical and conceptual issues and exposing its responsibility in the communication processes and its use of art as a tool of interpretation of present reality.

*A Deus, porque Dele, para Ele e por meio Dele são todas as coisas.
A meus pais, cujo esforço e dedicação me possibilitaram chegar até aqui.*

Agradecimentos

Ao meu orientador, professor Hélio Vianna, que foi um mestre e também um amigo.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais, em especial os professores Ângela Âncora da Luz, Rogério Medeiros e Rosza Vel Zoladz pela acolhida calorosa no curso.

Às professoras Kátia Almeida e Miriam Struchiner por suas gentis indicações para esta pesquisa.

A Ângela Lorentz, Hilbernon Coelho e Wanilmar Kawakami cujo incentivo e ajuda foram inestimáveis para que eu pudesse entrar no Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais.

Aos professores Fânia Fridman e José Augusto Fialho, pelo estímulo sempre presente desde a época da graduação.

A Gilberto Strunck, Irene Peixoto, Octavio Aragão, Rui de Oliveira e Suzana Fonseca, por indicações valiosas de designers a serem entrevistados.

Aos entrevistados, que me cederam seu tempo, conhecimentos e simpatia e sem cuja ajuda esta pesquisa não teria sido possível. Em especial Adriana Melo, Beatriz Pottier, Fábio Duarte, Lula Rocha, Sérgio Boiteux e Valéria London cuja disponibilidade excedeu todas as minhas expectativas.

A Dalle e Evelin pela dedicação ao transcrever as entrevistas gravadas.

Ao meu tio Antônio Tesch Simão (*in memoriam*), que contribuiu para que eu pudesse dedicar todo o meu tempo à dissertação.

A Ilmeire Rosembach pela companhia e apoio que me foram essenciais durante todo este processo.

Sumário

1. INTRODUÇÃO	
1.1. O Ciberespaço	3
1.2. Histórico	6
2. ORALIDADE, VISUALIDADE, SOCIEDADES LETRADAS	
2.1. Oralidade e Memória versus Escrita e Abstração.....	18
2.2. Nova Oralidade, Nova Literacia, Nova Visualidade	31
2.3. Os Criadores	43
3. DE ARTES E TÉCNICAS: OS DADOS DE CAMPO	
3.1. Uma Possível Definição da Arte	55
3.2. A Arte e os designers	57
3.3. Formação	66
3.4. A Profissão e o Mercado	71
3.5. Profissionais Não-Qualificados	74
3.6. A Figura do Cliente.....	80
3.7. A Visão da Internet	85
4. O USUÁRIO ENQUANTO CRIADOR: WEBDESIGN	
4.1. A Metodologia Aprendida.....	108
4.2. O Papel do Computador.....	109
4.3. A Entrada no Webdesign.....	118
4.4. As Mudanças no Processo de Trabalho	124
4.5. Atribuições do Designer no Projeto de Sites.....	139
4.6. As Diferenças entre Imagem Real e Imagem Virtual.....	142
4.7. A Formação de um Webdesigner	145
4.8. Um Olhar para o Futuro	150
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	
5.1. A Literacia Digital Influenciando as Questões Técnicas e Estéticas.....	153
5.2. Inserção do Profissional no Mercado e na Sociedade.....	162
5.3. Reflexividade: o que Mudou	166
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	168
GLOSSÁRIO	171
ÍNDICE ONOMÁSTICO DOS INFORMANTES	173
APÊNDICE 1 – ROTEIRO DAS ENTREVISTAS	179

1. INTRODUÇÃO

O objeto desta dissertação é a criação da imagem para as páginas da World Wide Web, especificamente, as mudanças no método projetual dos designers e suas percepções acerca das possibilidades e limitações do meio on-line. A Web surgiu a partir de um projeto governamental norte-americano e alcançou o mundo todo com novas maneiras de comunicar, informar e sociabilizar. Ela é hoje um novo meio de comunicação de massa, uma imensa estrutura multiforme de informação textual e imagética que recobre o planeta, interligando seus pontos mais remotos. Suas *home pages*¹ se somam aos milhões e seu potencial de informação é praticamente ilimitado. Sua crescente popularização tem afetado todos os setores da sociedade contemporânea e sua influência ganha a cada dia maior intensidade e amplitude. Segundo Pierre Lévy, a Web é uma reviravolta equivalente à invenção da escrita.²

A Internet tem se consagrado como uma importante ferramenta de comunicação, pesquisa e comércio em escala planetária. Começando timidamente, quase escondida, no meio acadêmico, a rede ganhou uma popularidade sem precedentes nos últimos anos, atingiu um grande número de países em todos os continentes e ainda está crescendo a uma velocidade avassaladora. Negócios entre empresas são acertados por e-mail, o comércio on-line já movimenta somas consideráveis de dinheiro e aqueles que por qualquer razão estavam materialmente limitados em seus meios de aquisição de cultura, agora podem adquirí-la virtualmente.

Apesar de serem normalmente confundidas, a Internet é mais antiga que sua interface multimídia, a Web. A Web mudou a tela preta com letras brancas que era a apresentação da Internet originalmente, substituindo-a pela idéia de páginas multimídia, onde o usuário poderia buscar informação por caminhos de hipertexto usando o mouse ao invés do teclado. Pode-se considerar que um dos grandes atrativos da rede é

¹ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

² LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. p.118.

justamente a sua face visual e esta facilidade de uso, que tornou a busca pelo conhecimento uma atividade muito menos dependente de conhecimentos técnicos de operação da máquina e, de certa forma, até mesmo lúdica.

Como meio visual que é, a Internet precisa de pessoas que desenhem (ou diagramem) seu número sempre crescente de páginas. Além disso, desde a implantação do comércio na rede, com a migração de muitas empresas para o meio on-line, uma página de Internet interessante e bonita se transformou em uma verdadeira necessidade mercadológica. Para tanto, foi cunhado o termo webdesigner, profissional responsável pelo desenvolvimento destas páginas. De caráter híbrido, misto de técnico e artista, a classe foi inicialmente integrada por programadores e engenheiros, até por sua proximidade do meio. Mais tarde, aos poucos, designers foram migrando do meio impresso, em suas primeiras aventuras on-line, dispostos a marcar seu território na Web.

Esta mudança de meio, entretanto, exige também o domínio de novas técnicas de execução, peculiares à mídia on-line. A programação HTML³, por meio da qual se diagrama as páginas, é apenas uma dentre as várias técnicas que precisaram ser aprendidas. Mais difícil ainda, talvez seja o desenvolvimento de uma compreensão formal do meio, que ainda é muito recente para ter gerado um corpo de reflexão substancial e conceituações teóricas e visuais mais aprofundadas. Esta situação faz com que cada designer desenvolva seus próprios métodos para adaptar o conhecimento da mídia impressa a fim de lidar com a mídia on-line. O avanço atordoante dos recursos da Web agrava ainda mais a questão. Na verdade, a reflexão que existe está se configurando hoje, tanto teoricamente nos meios acadêmicos quanto na prática, pelos próprios webdesigners, traduzindo-se nos projetos realizados por eles em todo o mundo. Este contexto visual on-line e global está sendo forjado diante de nossos olhos e seus efeitos atingem todos os recônditos do planeta.

Daí, portanto, a necessidade de uma cuidadosa análise buscando descobrir as formas pelas quais está se dando a transição do meio impresso para o meio on-line na prática e no pensamento destes webdesigners. É o que será feito nesta pesquisa.

O objetivo do presente trabalho, portanto, é investigar o método de produção de páginas para Internet que vem sendo usado pelos designers em seu trabalho, visando descobrir como esses profissionais estão fazendo a passagem de todo o treinamento

³ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

visual de meio impresso que receberam para o meio digital, a fim de entender as mudanças por que passaram tanto no exercício prático da profissão quanto nas suas compreensões do meio. Este tem sido um momento de transição e de transformações radicais, e é também o momento de se pensar a respeito dessas inovações, justamente para garantir que esses avanços não se tornem meros exemplos de virtuosismo técnico-científico, mas sejam utilizados em todo seu potencial, como instrumento de melhoria da qualidade de vida da sociedade. Conforme declara João de Souza Leite, vice-diretor da Escola Superior de Desenho Industrial, referindo-se ao ensino de design em geral: “*O problema crucial nosso [não é] ensinar a fazer, é ensinar a pensar como fazer.*”⁴

1.1. O Ciberespaço

Cyberspace foi um termo cunhado pelo novelista William Gibson em seu livro *Neuromancer*, marco inaugural do movimento *Cyberpunk* na literatura de ficção científica. Esse termo serviria para descrever a estrutura lógica invisível que permearia as múltiplas instâncias das telecomunicações no futuro, uma imensa cadeia informacional que existiria enquanto houvessem ligações eletromagnéticas ativas conectando computadores e demais sistemas.

Cyberspace (ou ciberespaço, quando da tradução para o português) não é, então, um espaço físico, mas uma realidade distinta, imaterial, guardando pouca relação com o mundo real. O ciberespaço, *a priori*, teria um potencial de crescimento infinito, uma vez que cada máquina nele conectada aumentaria drasticamente seu volume. Esse espaço tampouco é um espaço natural e nem mesmo um ambiente humanamente modificado, como uma zona urbana, mas é de fato um espaço totalmente criado pelo homem.

Hoje, a forma mais próxima que existe deste conceito de ciberespaço é a Internet, que surgiu como uma rede acadêmica de troca de informações científicas e acabou se tornando um novo e enorme contexto de comunicação, uma região ainda inexplorada, à espera de colonizadores. À semelhança do que aconteceu na época das Grandes Navegações, o mundo virtual, que parecia encerrado dentro do computador, alarga-se a cada minuto, trazendo novos problemas e soluções, fascinando a todos como as Américas parecem ter fascinado os contemporâneos de Colombo.

⁴ FONSECA, Suzana Valladares. **O impacto da informatização no Design Gráfico: novas tendências no processo projetual dos objetos gráficos a partir da introdução do computador.** Dissertação de Mestrado, Depto. de Artes, PUC/RJ, 1996. p.90.

Esta nova terra está bem próxima de nós e cada vez mais disponível. Um clique⁵ no mouse e já estamos perambulando em seus corredores, à velocidade de 56 KBPS⁶. É como se o computador pessoal, inicialmente uma ferramenta confinada a uma escrivaninha se tornasse de súbito um portal aberto para o mundo. Aliás, um novo mundo já bem amplo: as páginas da Web perfazem bilhões ou talvez ainda mais, abarcando *websites* de grandes corporações, grupos de amigos ou mesmo páginas pessoais. É impossível saber com exatidão o seu número, até porque a Web não pára de crescer a cada instante. Seja qual for seu tamanho, contudo, ela já é a principal fonte de informação de um enorme e sempre crescente número de pessoas.

Mais importante que mera informação, contudo, a Internet parece estar acarretando mudanças na nossa maneira de nos relacionarmos com o conhecimento, de ler, de enxergar, de agir, em nossa percepção do tempo e do espaço, enfim, nas mais variadas vertentes de nossa cognição. Um conhecimento completo sobre estes fenômenos está longe ainda, mas já se pode tentar deduzir algumas informações. Talvez um paralelo com outros grandes avanços do passado possa ajudar a discernir alguns contornos nesse ainda vago ciberespaço.

A invenção do alfabeto e conseqüente passagem da cultura oral para uma cultura letrada é um destes pontos de inflexão. Mais do que meramente possibilitar registro de informações, a escrita permitiu o abandono das exaustivas memorizações, liberando o intelecto para um trabalho mais investigativo, antes impossibilitado pela falta de registros físicos do conhecimento.

Outro momento importante é o advento da imprensa, que possibilitou a difusão sem precedentes do texto escrito. Mais do que meramente quantitativa, foi uma mudança de pensamento, na medida em que mudou hábitos populares e tornou praticamente uma necessidade a literacia⁷ do cidadão comum. Junto a isso, gerou uma substancial disseminação da imagem, principalmente através de mapas e diagramas.

Estes paralelos, apesar de distantes no tempo, mostraram ser muito proveitosos para os trabalhos de Walter Ong e Eric Havelock⁸ em sua análise do tempo presente, cada

⁵ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

⁶ Idem.

⁷ O termo literacia, dicionarizado em Portugal mas não no Brasil, é indicativo do pendor/exercício do registro escrito.

⁸ **The presence of the word** e **A Musa Aprende a Escrever**. Ver referências completas na bibliografia.

um em seu respectivo campo. Igualmente proveitosa é a pesquisa de Aleksandr Luria⁹ no Uzbequistão dos anos 30, a partir da qual ele consegue tirar impressionantes conclusões a respeito do efeito da cultura (e particularmente da literacia) na percepção visual do ser humano. Cada uma dessas contribuições pode permitir enfoques reveladores nesse olhar sobre o tempo presente e a influência que este sofre das novas tecnologias. Se o alfabeto e a página impressa foram a princípio um enigma para o homem de suas respectivas épocas, muito mais complexo é o enigma descortinado pela multiplicidade de formas e potencialidades que o computador e a Internet geram. É na interface, nessa fronteira direta com a máquina que se desenham importantes mudanças no processo de cognição e isso por si só já justifica uma especial atenção a esta questão, que, conforme dito, parece abrir todo um novo mundo de possibilidades.

*“A ágora do século XX pode perfeitamente se deslocar para o ciberespaço, mas não irá muito longe sem arquitetos de interface que desenhem os projetos.”*¹⁰ Os webdesigners, ou os criadores das páginas da Web são os construtores por excelência do visual deste novo mundo. Entretanto, não houve tempo ainda para que se estabelecesse uma metodologia visual específica para se projetar páginas da Web. Mesmo nos cursos superiores de Programação Visual, a preocupação ainda é muito maior em dar subsídios técnicos para a criação de *home pages* do que refletir sobre as limitações, peculiaridades e potencial deste novo meio de comunicação.

Muitos programadores visuais que têm assumido o manto de webdesigners têm tido que fazer a transição da mídia impressa para a mídia digital on-line por sua conta, premidos pelas necessidades do mercado. Apesar de todo este experimentalismo ter revelado soluções estéticas soberbas, o método de tentativa e erro está longe de ser um caminho adequado para a questão. Esta dissertação objetiva compreender o método de produção de imagens usado por designers para o meio digital, visando descobrir como esses profissionais estão fazendo a transição para a mídia on-line, assim como os meios teóricos e práticos que estão utilizando na criação de sua linguagem visual para a Web. A amostra concentrou-se em profissionais da região do Rio de Janeiro, por volta do ano 2001, e as considerações finais pretendem ampliar esta perspectiva.

Para tentar compreender esse novo contexto onde transitam os webdesigners, é útil um rápido histórico dos avanços que o antecederam.

⁹ LURIA, A. R. **Cognitive Development**. Cambridge: Harvard University Press, 1976. p.23.

¹⁰ JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001. p. 20.

1.2. Histórico

1.2.1 Computador pessoal

Os primeiros computadores surgiram na Inglaterra e Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial. Inicialmente para usos militares, pouco a pouco foram sendo utilizados pelo setor civil durante a década de 60. Seu uso entretanto, era extremamente especializado: eram aparelhos enormes, extremamente caros e difíceis de manipular, o que levou o presidente da IBM na ocasião ao célebre comentário de que haveria no mundo um mercado para apenas cinco computadores.

Nos anos 70, o surgimento do microprocessador inicia um série de mudanças econômicas e sociais que viriam a ter grande repercussão: melhoria na automação e em diversos processos no setor industrial e posteriormente aplicação no setor financeiro. A grande revolução, contudo, vem com um grupo de entusiastas da Califórnia, empenhados em criar o computador pessoal. O computador então deixava de ser prerrogativa das indústrias e dos grandes bancos para ser um instrumento valioso na criação de textos e de imagens, cálculos, pesquisa e diversão. A popularização e a melhoria técnica se retroalimentaram, fixando o computador como uma ferramenta para pessoas comuns e não apenas para cientistas e engenheiros.¹¹

“A ruptura tecnológica decisiva reside antes na idéia do computador como um sistema simbólico, uma máquina que lida com representações e sinais e não com a causa-e-efeito mecânica do descaroçador de algodão ou do automóvel. (...) Um computador, por outro lado, é um sistema simbólico sob todos os aspectos.”¹²

1.2.2 Interface gráfica

Apesar de todo o avanço, a operação do computador ainda demandava um aprendizado considerável do dialeto computacional para que fosse de fato eficiente. A quantidade de dados, comandos, regras e sintaxes era enorme. Essa situação começaria a mudar com a invenção da interface gráfica.

Lidar com a crescente quantidade de informações armazenadas era um problema já desde antes do surgimento do computador. Vannevar Bush, foi um dos que se

¹¹ LÉVY, P. *Cibercultura*. *Op.cit.* p. 31.

¹² JOHNSON, S. *Op. cit.* p. 17.

debruçaram sobre a questão do armazenamento e distribuição da informação e do uso da tecnologia como facilitadora do conhecimento.

O Dr. Vannevar Bush foi diretor do Gabinete de Pesquisa Científica e Desenvolvimento e durante a Segunda Guerra coordenou as atividades de cerca de seis mil cientistas americanos na aplicação da ciência para fins bélicos. Com o fim da guerra, ele se preocupa em reunir os cientistas em torno do propósito de tornar mais acessível a crescente quantidade de conhecimento humano armazenada, buscando um novo relacionamento entre o homem pensante e a soma do conhecimento mundial.

Bush escreve em 1945 e segundo ele, ao mesmo tempo em que há uma crescente especialização nos mais variados campos científicos, as formas de transmissão e busca dos resultados dessas pesquisas científicas estão gerações atrasadas. O excesso de dados requer novas formas de armazenagem e recuperação de informações, uma vez que as publicações se estenderam muito além de capacidade humana de fazer real uso dos registros.

Ele defende que, com a produção em massa, aparelhos complexos e baratos poderão ser construídos, que permitirão armazenar o conhecimento. Além disso, o barateamento da compressão de informações em microfilme permitiria seu uso pelo público em geral. Entre outras coisas, ele chegou a prever calculadoras eletrônicas programáveis, sistemas de controle de estoque, uma versão rudimentar de comércio eletrônico e mesmo o uso de lógica formal em aparelhos, sinalizando a noção de inteligência artificial que viria anos depois.

Com maior detalhe ele descreve o Memex, que seria um aparelho do tamanho de uma escrivaninha, dotado de teclado, alavancas e botões, telas para projeção de microfilme, um depósito de informações microfilmadas e até mesmo uma câmera de “fotografia seca” que permitiria a captura de informações. Seria possível deixar um ou mais livros “abertos” por exemplo, e lê-los passando suas páginas por meio de alavanca ao lado do teclado. Além de armazenar, o Memex permitiria a consulta e recuperação de informações. Da mesma forma que a mente humana, o Memex faria suas seleções por processos associativos exibindo seu resultado em uma de suas várias telas.

Mais ainda, o grande trunfo do Memex era juntar dois ou mais itens, permitindo que assuntos distintos passassem a ser correlacionados dentro do sistema. Esta ação geraria uma “trilha” (nas palavras de Bush) que registraria o caminho do usuário pelos vários assuntos, permitindo inclusive que ele inserisse seus comentários sobre o assunto ou mesmo “trilhas laterais” que permitiriam um desvio para melhor compreensão de

outros assuntos. Esta trilha passaria a constar do “índice” de assuntos do Memex, poderia ser recuperada anos mais tarde e mesmo compartilhada com outras pessoas.

Era um invento conceitual, mas Bush procurou imaginá-lo face às possibilidades técnicas de sua época, já prevendo que as aplicações do aparelho não seriam exclusivas do matemático ou cientista, mas se estenderiam ao cidadão comum, liberando a mente humana das tarefas repetitivas para total uso de seu pensamento criativo.¹³

O Memex seria apenas uma recordação curiosa se não fosse por Doug Engelbart, que resgatou alguns conceitos de Bush e os incorporou na tecnologia de que dispunha. Foi no centro dirigido por ele que surgiram pela primeira vez a tela com múltiplas janelas, a manipulação de ícones com o mouse e associações entre bancos de dados e documentos¹⁴. Engelbart já compreendia que o computador precisava ser humanizado e procurou dar coerência às interfaces:

“Ou seja, essas interfaces, essas camadas técnicas suplementares tornaram os complexos agenciamentos de tecnologias intelectuais e mídias de comunicação, também chamados sistemas informáticos, mais amáveis e mais imbricados ao sistema cognitivo humano.”¹⁵

Sabendo que as mídias e tecnologias intelectuais condicionavam a maneira de pensar de um grupo em sociedade, Engelbart via o computador como um capacitador do funcionamento dos grupos. Os criadores de interfaces, responsáveis pela criação desses novos “espaços cognitivos”, teriam que levar em conta a bagagem dos hábitos e códigos já adquiridos pela espécie humana em sua história.¹⁶

Em 1968, Doug Engelbart fez ao público do San Francisco Civic Auditorium uma simples demonstração do que seria a primeira interface gráfica da história. Desde o grego Simônides se sabia que nossa memória visual é mais duradoura que nossa memória textual. Foi a partir desse fato e inspirado pelo invento conceitual de Vannevar Bush, que Engelbart apresentou seu invento. A interface gráfica livrava o usuário do computador da digitação de linhas e linhas de códigos enigmáticos com dezenas de parâmetros, para colocá-lo em um ambiente onde ele via seus arquivos e clicava (um

¹³ BUSH, Vannevar. *As we may think*. The Atlantic Monthly. v. 176, No. 1; p. 101-108. Julho, 1945. Disponível na INTERNET via URL: <http://www.theatlantic.com/unbound/flashbks/computer/bushf.htm>. Arquivo consultado em 2002. *Passim*.

¹⁴ LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. São Paulo: Ed. 34, 1993. p.51.

¹⁵ *Ibid.* p.52.

¹⁶ *Ibid.* p.53.

dos novos verbos gerados pelo computador) sobre eles. O homem não precisava mais tentar pensar como um computador. A interface gráfica se punha entre máquina e ser humano como um tradutor, “*mediando entre as duas partes, tornando uma sensível para a outra.*”¹⁷

A interface rudimentar de Engelbart foi aprimorada com o passar dos anos. Trabalhando a partir dela a equipe do Xerox PARC¹⁸ criou a metáfora do *desktop*¹⁹, que justamente pelo paradoxo de ser inspirada em um objeto real e de baixa tecnologia, facilitava a apreensão do novo ambiente pelos iniciantes. A tela do computador se tornou o tampo de uma escrivaninha ao mesmo tempo em que as janelas superpostas lhe davam profundidade. Este uso de metáforas provou ser uma importante decisão de design e acabou gerando toda a nomenclatura de janelas, arquivos, pastas e semelhantes que até hoje é utilizada.

Partindo deste projeto, a interface gráfica do Macintosh da Apple, criada em 1984, introduziu pela primeira vez uma preocupação estética na interface, o que tornava o Mac um computador com personalidade e o preferido pelos artistas e novos pensadores. No mundo do design gráfico e editoração eletrônica, o Mac reinou supremo durante longos anos. É digno de nota observar como o uso de janelas, barras de rolagem, digitalização de imagens e recuperação de informações deve sua implementação às primeiras visões de Vannevar Bush. E se considerarmos que hoje a produção de informação alcança níveis extremos, cerca de 250 Mb²⁰ por pessoa por ano, fica evidente que mais do que nunca são necessárias técnicas cada vez melhores de armazenamento e recuperação²¹.

Como a prensa de Gutenberg, a interface do Mac, mais do que tornar mais acessível a informação, transformou padrões de pensamento. Apesar de criticada por muitos como infantil demais, ela saiu do padrão de fundo preto com letras brancas e acabou ampliando o pensamento com seu novo modo de representar a informação.

“Não havia uma palavra para definir a sensibilidade visual de um computador porque até aquela altura os computadores não tinham possuído nenhuma. O Mac mudou tudo isso. Olhando para a diminuta tela branca, com

¹⁷ JOHNSON, S. *Op.cit.* p. 17.

¹⁸ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

¹⁹ Idem.

²⁰ Idem.

²¹ GUEIROS, Jr., Nehemias. *O Futuro Brillhante da TI*. O Globo, Rio de Janeiro, 24 de dez. de 2001, Informática ETC, Caderno 1, p.2.

sua lixeira bojuda e suas janelas rodopiantes, podíamos ver pela primeira vez que a interface se tornara ela própria um meio de comunicação. Não mais um ponto de interseção inerte e misterioso entre o usuário e microprocessador, era agora uma entidade autônoma, uma obra de cultura tanto quanto de tecnologia.”²²

Ou, conforme conta Lucia Santaella a respeito dessa evolução do computador:

“Cada vez mais a comunicação com a máquina, a princípio abstrata e desprovida de sentido para o usuário, foi substituída por processos de interação intuitivos, metafóricos e sensório-motores em agenciamentos informáticos amáveis, imbricados e integrados aos sistemas de sensibilidade e cognição humana. Enfim, o próprio computador, no seu processo evolutivo, foi gradativamente humanizando-se, perdendo suas feições de máquina, ganhando novas camadas técnicas para as interfaces fluidas e complementares com os sentidos e o cérebro humano até ao ponto de podermos hoje falar num processo de co-evolução entre o homem e os agenciamentos informáticos, capazes de criar um novo tipo de coletividade não mais estritamente humana, mas híbrida pós-humana, cujas fronteiras estão em constante redefinição”²³

1.2.3 Internet e Web

A criação da Internet, por sua vez, remonta ao final da década de 60, e seu nascimento deriva de vários pequenos avanços tecnológicos. Um dos principais foi tempo compartilhado, ou seja, fazer um computador compartilhar sua capacidade de processamento com diversos usuários ao mesmo tempo. Michael Dcitousos, cientista do MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) foi quem desenvolveu este processo no início dos anos 60, possibilitando com isso os roteadores, computadores que hoje controlam e dirigem o imenso tráfego da Rede manipulando milhares de impulsos ao mesmo tempo.²⁴

A Internet surge no contexto da Guerra Fria, quando o mundo se concentrava ao redor de duas potências antagônicas: de um lado os Estados Unidos, de outro a União Soviética. Temendo as possibilidades de uma guerra propriamente dita, os Estados

²² JOHNSON, S. *Op. cit.* p. 41.

²³ SANTAELLA, Lucia. *O Homem e as Máquinas*. In DOMINGUES, Diana (org). **A arte no século XXI**. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1997. p.40.

²⁴ MAZZEO, Luzia Maria (coord.). **Evolução da Internet no Brasil e no Mundo**. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia / Assessoria da Secretaria de Política de Informática e Automação, 2000. p. 7.

Unidos passaram a investir em pesquisas no sentido da criação de uma rede de comunicações que permanecesse imune aos ataques e bombardeios. Assim, surgiria o conceito básico da Internet, em que não há apenas uma única estação central que controla as operações de comunicação, mas várias estações equivalentes entre si, de modo que se uma delas deixasse de operar por quaisquer motivos, as restantes permaneceriam não prejudicadas, possibilitando a continuidade das operações de comunicação.

“Com a Guerra Fria os americanos optaram por montar uma rede sem hierarquia, com interconexões redundantes, uma espécie de ninho de serpente com milhares de cabeças e ao mesmo tempo sem cabeça alguma. De modo que se os soviéticos jogassem uma bomba sobre Washington ou qualquer outra grande cidade a rede de computadores continuaria funcionando sem interrupção. Essa foi a planta sobre a qual a Internet foi construída.”²⁵

Tal conceito foi criado e posto em prática, em 1969, por pesquisadores da ARPA (*Advanced Research Projects Agency*). A rede se chamava inicialmente ARPAnet e funcionava interligando os laboratórios de pesquisa. Era uma rede de uso exclusivo do Departamento de Defesa norte-americano para fins de pesquisa em computação e engenharia.

Contudo, o próprio conceito básico da Internet, em que não há uma estação central de comando da rede, fez com que pouco a pouco sofresse um processo de descentralização e alastramento. Logo a rede expandiu-se e conectava também laboratórios e universidades, a princípio nos Estados Unidos e posteriormente em vários outros países.

Nesta etapa inicial do desenvolvimento da rede, ela era utilizada basicamente como um recurso de pesquisa e acesso a bancos de dados remotos. Além disso fornecia suporte a grupos de discussão, comunicação através de e-mail e a transferência de arquivos entre localidades. Era pouco mais que um meio rápido de troca de informações acadêmicas, utilizada exclusivamente por estudantes e pesquisadores — gente pálida, com óculos grossos que se espremia em laboratórios refrigerados para trocar mensagens de texto puro com colegas de outros cantos do mundo. Arquivos de dados contendo monografias ou artigos eram disponibilizados e copiados. Imagens eram desajeitadamente lentas para se visualizar e além do mais desnecessárias. A idéia de se

²⁵ *Idem.*

usar a Rede para finalidades de comércio ou publicidade era rejeitada pelos seus usuários com um horror quase religioso.

Seu uso passou a ampliar-se e uniformizar-se a partir da década de 80, quando se adotou integralmente o protocolo TCP/IP (*Transfer Control Protocol/Internet Protocol*), que opera como se fosse a “língua” falada entre os computadores interligados na rede. Esta implantação iniciou-se a partir de 1974 e foi concluída em 1983. O protocolo TCP/IP permitiu a conexão entre computadores de características diversas entre si e a conseqüente ampliação e posterior internacionalização da rede, que finalmente passa a ser conhecida como Internet (“rede internacional”).

Em 1987, os Estados Unidos abrem a Internet para o uso comercial. Apesar disso, ela continua livre. Uso comercial não significa que a rede tenha sido centralizada por uma única entidade, responsável por sua viabilidade comercial. Antes, significa uma permissão para que empresas privadas possam se organizar a fim de oferecer acesso à Internet para pessoas físicas e jurídicas. Estas empresas passam a se chamar provedores de acesso. Com a afluência cada vez maior de pessoas interessadas na rede, estes provedores de acesso se multiplicam e a Internet começa sua caminhada para se tornar um grande meio de comunicação internacional de baixo custo para usuários comuns e para empresas.

Em 1989, é desenvolvida uma nova tecnologia para a Internet, com a conclusão do projeto WWW (*World Wide Web*, podendo ser traduzido como “Teia de Alcance Mundial”, uma rede mundial de informações interligadas entre si), por Tim Berners Lee, pesquisador do CERN (do *European Laboratory for Particle Physics*). A Web passa a permitir a interligação e o compartilhamento de informações entre organizações e pesquisadores do mundo inteiro.

Em 1990 surge o HTML²⁶ (*HyperText Markup Language*), um protocolo de hipertexto que permite a transferência de informações gráficas. Em 1992 surgiria também o primeiro cliente gráfico WWW (ou *browser*²⁷, como é chamado mais comumente), o *NCSA Mosaic*, criado pelo NCSA (*National Center for Supercomputing Applications*) da Universidade de Illinois, nos Estados Unidos. Esta série de avanços conjuntos geram o aspecto que hoje é dominante na Internet: a presença de páginas multimídia interligadas, que passaram a mesclar textos, gráficos e, posteriormente, vídeos e sons. Estas páginas, chamadas páginas *Web*, atualmente podem ser criadas

²⁶ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

²⁷ Idem.

praticamente por qualquer usuário de computadores com um nível médio de experiência, através de programas especiais de criação, ou por usuários mais avançados, através da manipulação direta de arquivos texto contendo códigos HTML.

O conjunto de páginas *Web* interligadas entre si e que possuem um endereço Internet em comum é denominado site.²⁸ Conectando-se a um provedor de acesso, obtém-se uma página cheia de informações e *hyperlinks* (ou simplesmente *links*²⁹). Ao se ativar um *hyperlink*, novas páginas com informações são mostradas, podendo até mesmo estar em outro computador, em qualquer canto do mundo. *Home page* é a página principal de informações de uma empresa ou indivíduo e atualmente é freqüente ver a URL³⁰ de uma *home page* entre informações de endereço, telefone e *e-mail* de uma pessoa. O código HTML instrui o programa que lê os dados (o *browser* ou navegador, como o Internet Explorer ou o Netscape Navigator) sobre a forma de apresentá-los na tela.

A partir de 1992 o número de provedores de acesso à Internet passa a multiplicar-se em maior escala. A abertura da Internet para a exploração comercial e o desenvolvimento da World Wide Web fizeram com que a rede crescesse exponencialmente. De repente texto e imagens simples já não eram suficientes. O mercado exigia o desenvolvimento de tecnologias novas para melhor apresentação dos textos, melhoria das imagens, sons, animação e até mesmo vídeo on-line. Se antes o comércio eletrônico era visto como uma corrupção do uso da rede, hoje inúmeras empresas conceituadas fincam pé na Internet buscando justamente esta fatia do mercado que ficou conhecida como *e-commerce*³¹. Ao mesmo tempo, mais e mais consumidores passam a acessar a Rede em busca das facilidades em se obter uma variedade cada vez maior de produtos, que vão de livros a computadores, de pizzas a automóveis e até mesmo casas e apartamentos. A facilidade no uso e o incremento nas capacidades dos *browsers* foi essencial no meteórico crescimento da Internet, conforme aponta Lévy:

“Novas gerações de programas e de serviços de pesquisa automática livram os navegadores da manipulação de códigos esotéricos e de longas perambulações durante suas buscas por informações. Após haver tornado mais amigáveis as relações entre o humano e o computador, após haver descompartmentalizado o espaço de trabalho entre programas e aplicativos³²

²⁸ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

²⁹ Idem.

³⁰ Idem.

³¹ Idem.

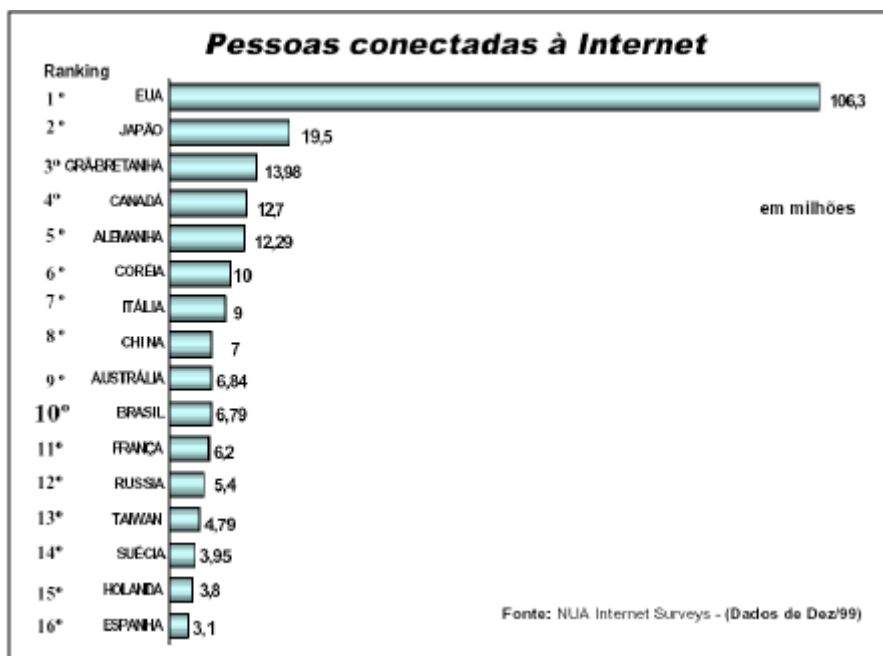
³² Idem.

diferentes, após haver facilitado as conexões dos computadores com as impressoras, os scanners, os instrumentos de captura e de restituição da imagem e do som, o progresso das interfaces se dirige hoje à opacidade do ciberespaço.”³³

1.2.4 Internet no Brasil

No Brasil, a exploração comercial da rede é liberada a partir de 1995. Em 1996, segundo dados do Comitê Gestor da Internet no Brasil, trezentos mil usuários já se conectavam à Internet. Hoje o Brasil é um dos dez países que mais usam a Internet, contando com mais de 6,79 milhões de internautas. Este número ainda é mais significativo ao se levar em conta a data recente da entrada da rede comercial no país.³⁴ As principais causas deste crescimento recente foram o aumento da infra-estrutura (como a expansão da rede de telefonia fixa), o maior uso do computador e a chegada dos provedores gratuitos.

Além de internautas, a rede também gerou novos empregos. De 1996 a 2000 foram criadas 60.000 vagas no Brasil, só no setor de provedores de acesso. Os quadros 1 e 2 ilustram estes números.³⁵ Apesar disso, estudiosos apontam que o país precisa de investimentos significativos na melhoria da educação, uma vez que esta revolução da informação só está franqueada a profissionais qualificados. Um dos grandes desafios para os próximos anos será dar acesso a Internet àqueles fora dela por limitações econômicas.

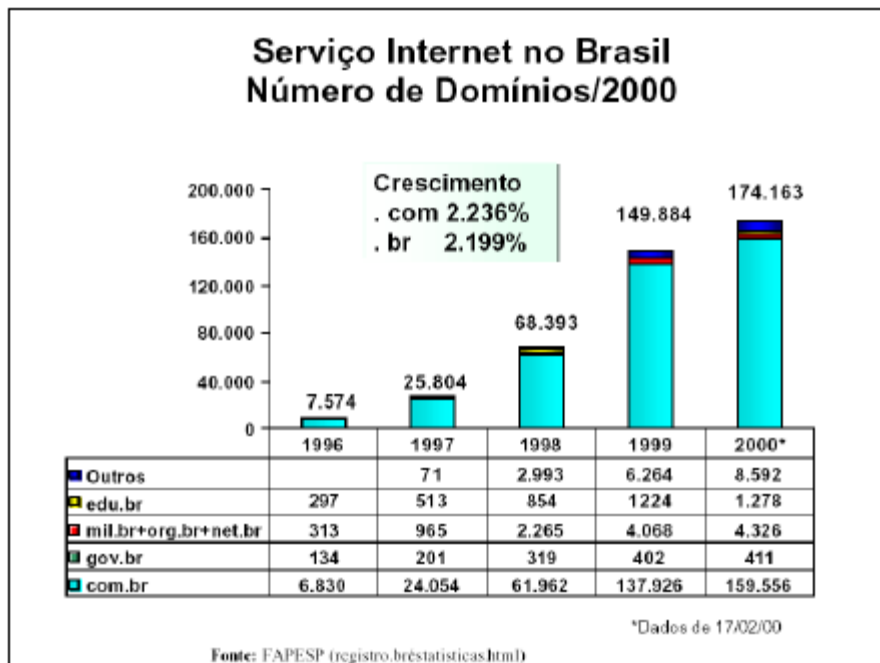


Quadro 1 – número de pessoas conectadas (<http://www.nua.com>)

³³ LÉVY, P. *Cibercultura*. *Op.cit.* p.106

³⁴ MAZZEO, L. *Op. cit.* p.7.

³⁵ Optei, visando a facilidade de leitura e devido à importância atribuída a tal informação, incluir este material no corpo do texto e não em possíveis anexos.



Quadro 2 – número de domínios³⁶ registrados

Setores dos mais variados na sociedade começam a compreender e fazer uso das vantagens da Internet. O governo brasileiro já ofereceu várias facilidades ao cidadão brasileiro com acesso à Internet:

“No Brasil, seis contribuintes em dez seis entregam sua declaração via Internet. Advogados e clientes com interesses nas decisões do Supremo Tribunal Federal, podem receber por correio eletrônico, a íntegra dos votos dos ministros. A polícia aceita o relato de ocorrências pelo computador e manda prontamente, por fax, um documento útil para o cidadão. Essa realidade só tem sido possível com a revolução digital. Com o uso inteligente da Internet, muitas repartições públicas brasileiras chegaram ao futuro antes da virada do milênio. As experiências da burocracia virtual são ainda ilhas de eficiência no mar de atraso que caracteriza o serviço público no País. Mas a tecnologia, cada vez mais barata e acessível, está alterando este processo.”³⁷

As evoluções e expectativas a respeito da Internet dentro das mais diversas áreas da sociedade brasileira não cessam de crescer. Há projetos para se por on-line de cada vez mais informações de órgãos governamentais, acesso à rede via telefonia celular, debates sobre segurança e privacidade e incremento do comércio on-line. O governo prevê financiamentos para compra de uma enorme quantidade de computadores para escolas

³⁶ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³⁷ *Ibid.* p.18.

públicas, visando oferecer acesso à ferramenta computacional, mas também às informações na Internet. Estes fatos demonstram que o avanço da Internet no Brasil está apenas começando. Este desenvolvimento põe em relevo a necessidade de um reflexão aprofundada e cuidadosa deste novo panorama digital que é a Web.

É importante frisar, contudo, que a Web é na verdade um subconjunto da Internet, apesar de popularmente as palavras Web, Internet e Rede poderem designar a mesma coisa. A Web (e mais genericamente, a Internet) se consagrou como um novo meio de comunicação de massa, uma imensa estrutura multiforme de informação textual e imagética que recobre o planeta, interligando seus pontos mais remotos. Sua crescente popularização tem afetado todos os setores da sociedade contemporânea e sua influência ganha a cada dia maior intensidade e amplitude. Clifford Geertz³⁸ vê o pensamento humano como algo mais do que o que acontece na cabeça, envolvendo também toda troca feita entre o indivíduo e o meio através de símbolos significantes. Talvez possamos aplicar esse conceito à Internet e procurar entendê-la como uma enorme vitrine da cultura, um novo empreendimento humano no sentido de nomear e categorizar o outrora vazio digital para além daquilo que é visível.

No tocante às questões do desenvolvimento cognitivo humano, vale entendermos os novos recursos da técnica num quadro mais amplo a partir do qual possamos repensar as conquistas oferecidas pelo computador. É o que será feito na próxima parte.

³⁸ GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989. p. 185.

2. ORALIDADE, VISUALIDADE, SOCIEDADES LETRADAS

O antropólogo Clifford Geertz em seu livro *A Interpretação das Culturas* defende duas idéias. A primeira é que a cultura seria melhor vista não como estruturas fixas de comportamento e crenças, mas como instruções, uma programação dinâmica para controlar o comportamento humano. A segunda idéia é que o homem, dado o seu amplo potencial não especializado, é extremamente dependente desta programação “extragenética” para poder existir. A cultura seria, portanto, um ingrediente essencial do ser humano e não um aparato adicional. Um homem sem estes padrões culturais de comportamento não seria um selvagem, mas um animal absolutamente inviável física e mentalmente. “*A cultura, a totalidade acumulada de tais padrões, não é apenas um ornamento da existência, mas uma condição essencial para ela — a principal base de sua especificidade.*”³⁹

Daí decorre que o pensamento humano não ocorre simplesmente “dentro da cabeça”, mas depende de símbolos significantes externos, que podem ser palavras, objetos, gestos ou “...*na verdade, qualquer coisa que esteja afastada da realidade e que seja usada para impor um significado à experiência.*”⁴⁰ Estes símbolos, não obstante serem ferramentas com as quais trabalhamos, têm um efeito condicionante na formação de nossa mentalidade e alteram drasticamente o seu desenvolvimento.

A linguagem é um destes sistemas de símbolos significantes. Sua forma gráfica, a literacia, é outro sistema, mais recente, porém igualmente impactante na história humana. Ao procurarmos entender o alfabeto como uma destas ferramentas citadas, uma tecnologia que contribui para formação da mentalidade humana, poderemos avaliar com mais clareza os recentes avanços nos computadores e Internet, encarando-os como novas formas desta literacia, capazes de alterar nossa relação com o texto e com a imagem.

³⁹ *Ibid.* p.58.

⁴⁰ *Ibid.* p.57.

Nesta parte apresentarei a influência decisiva da criação da escrita na alteração do modo de pensar do ser humano, mediante argumentos de uma vertente da Antropologia ligada ao desenvolvimento cognitivo e à aquisição da linguagem escrita (literacia). Apontarei em que a Internet altera nossa compreensão da escrita. Este raciocínio será desdobrado, demonstrando que esta transformação no pensamento atinge não só a linguagem, mas também a visualidade do homem na sua habilidade de criar e decodificar imagens.

2.1. Oralidade e Memória *versus* Escrita e Abstração

2.1.1 Oralidade e a Revolução do Alfabeto

Paralelamente à revolução dos computadores, o começo da década de sessenta testemunhou desenvolvimentos importantes nos estudos sobre a oralidade. De áreas e disciplinas diversas (filologia, antropologia, etc.), viveu-se um deslocamento do interesse para as condições de produção e transmissão dos textos. Estudos e intuições prévias tomaram corpo em uma doutrina para a qual contribuíram diferentes personalidades: a teoria da oralidade.

Eric Havelock, estudioso da oralidade na antiguidade clássica, tal como M. Parry, no começo do século, dedicou-se a entender a comunicação na Grécia antiga, interessando-se especialmente pelos efeitos da introdução de uma nova mídia, a escrita alfabética, sobre a organização e expressão do pensamento. Sua premissa é que todo avanço tecnológico determina uma mudança no campo das mentalidades, ou seja, a forma influencia o conteúdo.⁴¹

Nas sociedades puramente orais toda a bagagem cultural está encarnada nos indivíduos, sendo que a inteligência está associada com a capacidade de memorização. Técnicas mnemônicas são utilizadas para ampliar a quantidade de dados armazenados. Por isso, a poesia (e o verso) têm um papel fundamental nestes grupos, uma vez que as suas condições rítmicas facilitam a retenção da informação e isto é essencial em sociedades que não têm dispositivos de armazenamento senão a memória. A poesia age, portanto, como uma enciclopédia versificada a fim de guardar toda a tradição acumulada de uma sociedade oral.⁴²

⁴¹ HAVELOCK, Eric. **A Musa Aprende a Escrever**. Lisboa: Gradiva, 1996. *Passim.*, onde se sintetizam suas descobertas sobre o assunto.

⁴² *Ibid.* p. 76.

Além dos versos, representações que estejam interconectadas, apresentadas em relações de causa e efeito, fazendo a menção a áreas familiares ou concretas e que guardem forte carga emocional terão maior chance de fixação na memória de uma sociedade oral. A tendência é que proliferem as narrativas e os ritos, o simbólico ao invés de teorias sistemáticas. As grandes narrativas míticas representam, portanto, a melhor maneira de se guardar a informação nestas sociedades. É o que sugere Pierre Lévy:

“Os membros das sociedades sem escrita (e portanto sem escola) não são, portanto, ‘irracionais’ porque crêm em mitos. Simplesmente utilizam as melhores estratégias de codificação que estão à sua disposição, exatamente como nós fazemos.”⁴³

Como o som das palavras não pode ser armazenado, apenas lembrado, em uma sociedade oral a comunicação é sempre particular e indissoluvelmente ligada ao contexto de seu surgimento. Como os seus emissores e receptores estão imersos nestes mesmos contextos, o discurso está em constante adaptação, segundo as circunstâncias de cada momento⁴⁴, tendendo sempre a designações concretas. Mesmo o aprendizado é contextualizado e humanamente mediado, através da repetição e imitação. Nestes grupos, tudo aquilo que não é constantemente lembrado acaba por extinguir-se. Por isso as tradições são constantemente reforçadas ainda que não tenham um referencial fixo.

A percepção do tempo é muito diferente daquela de uma cultura literata: a vida parece ser simultânea, justamente por não haver registros fora aqueles armazenados de forma não seqüencial na consciência e na fala⁴⁵. O tempo é cíclico, contínuo, e se manifesta como um perpétuo presente.

Os poetas haviam armazenado o conhecimento nos seus trabalhos, criando uma tradição que estava baseada na repetição. O surgimento da escrita possibilitaria um registro de conhecimento externo ao ser humano. A memória é objetivada em um suporte físico, seja ele argila, mármore, papiro ou pergaminho: “...as letras, como artefactos, objectivaram a memória, tornando-a visível.”⁴⁶. Como consequência direta disto, a poesia perde sua função de armazenamento de informações e os poetas perdem sua posição como codificadores e mantenedores da memória coletiva. Com os filósofos,

⁴³ LÉVY, P. **As Tecnologias da Inteligência**. *Op. cit.* p.83.

⁴⁴ *Ibid.* p.127.

⁴⁵ ONG, Walter. **The Presence of the Word**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1981. p.91

⁴⁶ HAVELOCK, E. *Op. cit.* p. 98.

o conhecimento se desloca da tradição à especulação, para a reflexão crítica que é sustentada graças à literacia. A mente, desobrigada da guarda de tantos registros, pode dedicar-se à pesquisa e à investigação. O movimento da cultura oral para o mundo da escrita também é o da poesia para a prosa. A poesia de hoje, debaixo do domínio da escrita, deixa de ser um instrumento usado para estabelecer a tradição cultural e é levada à condição de expressão artística.

Walter Ong, em *The Presence of the Word*, vai desenvolver o tema da forma como a sociedade contemporânea percebe a palavra a partir da concepção da escrita e não da vocalização. Segundo ele, esta mudança no “sensorium” é catalisadora de uma série de transformações psicológicas e sociais que o homem vem sofrendo desde o surgimento do alfabeto até os dias de hoje, passando pela criação da imprensa e os novos meios eletrônicos de comunicação. Ong aponta que, como as informações sensoriais são inúmeras, o ser humano é obrigado a aceitar alguns estímulos e ignorar outros. A cultura influencia nessa especialização e culturas diferentes podem ter predominância de sentidos diferentes em relação às outras. Segundo ele, a invenção do alfabeto mudou este balanço sensorial na culturas orais e o visual passa a ganhar terreno em relação ao oral-aural. Ong chega a reputar o materialismo da sociedade ocidental como uma consequência da ênfase naquilo que é visto. Esta reorganização do sensorium ligou percepção à verbalização.⁴⁷

A ascensão do alfabeto desatrelou a fala do tempo, ordenando-a e desnaturalizando-a, embora o som esteja inalienavelmente inscrito no tempo. O som foi confinado no espaço, “especializado” como Ong define, podendo ser examinado e reexaminado.⁴⁸

A escrita ficou tão difundida que suplantou nossa percepção original da palavra, causando mudanças em nossa relação com o tempo e a história. Mesmo o conceito de individualidade e da alma, conforme compreendidos hoje, teriam surgido nesse momento histórico quando o pensamento, a linguagem escrita e a pessoa que falava se separaram. A objetivação da palavra em um suporte físico favoreceu o desenvolvimento de um pensamento mais abstrato capaz de conceituar o eu e o mundo que o cercou. Progressivamente, a cultura oral, de caráter mais concreto e mais imediato, que girava sobre o verbo “fazer”, foi-se concentrando no verbo “ser”. Um mundo preocupado pelo

⁴⁷ ONG, W. *Op. cit.* p.6.

⁴⁸ *Ibid.* p.44.

feito das coisas, passou a preocupar-se com sua “essência”, elaborando conceituações que se afastaram de sua materialidade. Deste modo, favorecida pela escrita, puderam-se desenvolver linguagens especializadas que iam da metafísica à ética, das ciências à história.⁴⁹

Jack Goody, que também aborda o tema da literacia em *The Domestication of the Savage Mind*, ressalta as mudanças que a evolução dos modos de comunicação vêm causando no desenvolvimento da cognição, evolução exemplificada pelo crescimento do conhecimento humano e pela sua crescente capacidade de armazenar informações.

Segundo Goody, a escrita permite investigação mais demorada do discurso, uma vez que o preserva em uma forma semi-permanente. Este exame da palavra incentiva a atividade crítica, a racionalidade, o ceticismo e a lógica, acabando por aumentar o conhecimento cumulativo e sua maior abstração. O discurso não está mais atado a uma situação, torna-se descontextualizado e atemporal, objetivado materialmente e como tal passível de inspeção muito mais meticulosa do que a fala:

“Meu ponto aqui é que, colocando o discurso no papel, cria-se a possibilidade daquilo que é quase um tipo diferente de exame crítico.”⁵⁰

É um erro, portanto, a crença de que a escrita duplica o discurso verbal. Ela transforma a natureza do uso da linguagem, descontextualizando o discurso a ponto de permitir a existência de uma linguagem escrita sem uma falada:

“Eu manteria que a mudança do discurso para o texto levou a desenvolvimentos significativos de um tipo que poderia ser referido livremente como uma mudança na consciência a qual em parte surgiu da grande extensão de operações formais de um gênero gráfico.”⁵¹

A representação gráfica do discurso estimula a reflexão e organização da informação, assim como permite que esta seja reclassificada posteriormente. Mudanças desse tipo podem ser vistas como mudanças de pensamento ou crescimento cognitivo, uma vez que não afetam apenas o tipo de lembrança, mas a própria habilidade de

⁴⁹ HAVELOCK, E. *Op. cit.* p. 124.

⁵⁰ “My point here is that, by putting speech down on to paper, one creates the possibility of what is almost a different kind of critical examination.” (GOODY, Jack. **The Domestication of the Savage Mind**. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1977. p.49.) (tradução do autor)

⁵¹ “I would maintain that the shift from utterance to text led to significant developments of a sort that might be loosely referred to as a change in consciousness and which in part arose from the great extension of formal operations of a graphic kind.” (*Ibid.* p.75.) (tradução do autor)

lembrar. Embora a composição oral recorresse a fórmulas de versos, seu conteúdo não era necessariamente fixo e literal em sua transmissão. Ao contrário, foram os primeiros sistemas de escrita que enfatizaram a cópia e repetição precisa, separando os papéis do criador e do executor. Enquanto em uma cultura oral haveria uma predominância do simbolismo, na cultura alfabética o literalismo seria a norma. A escrita cria uma maior consciência da forma e padrões de formação, o que foi um pré-requisito essencial para o crescimento do conhecimento nos últimos 5000 anos e está na base dos desenvolvimentos centrais nas artes e mais especificamente nas ciências. Ela é fundamental para estes avanços não só porque preserva o discurso no tempo e no espaço, mas porque o transforma através da abstração de seus componentes e da possibilidade de um exame retrospectivo, de modo que a comunicação pelo olhar cria uma potencialidade cognitiva para os seres humanos diferente da comunicação pela fala. Não é por acaso que grandes saltos na ciência sucederam mudanças significativas nos meios de comunicação como ocorreu na Babilônia (escrita), Grécia Antiga (o alfabeto) e na Europa Ocidental (imprensa).

“De fato, eu iria mais adiante e veria a aquisição destes meios de comunicação como efetivamente transformando a natureza dos processos cognitivos, em uma maneira que leva à dissolução parcial das fronteiras erigidas pelos psicólogos e lingüistas entre habilidades e execução.”⁵²

A comunicação puramente escrita retira a mediação humana da comunicação e a tarefa de atribuição do sentido passa a ser uma tarefa importante. Enquanto a oralidade altera o discurso para se adaptar a novas circunstâncias, a escrita faz reinterpretações que são adicionadas ao total de documentos. A fim de compensar a descontextualização, os textos tendem a ser mais explicativos, teóricos, aspirantes à universalidade. A narrativa cede lugar ao sistemático. Não vão ser apenas os registros escritos que tornam o surgimento da História possível, mas também o tipo de atenção crítica dada aos documentos originais, comentários e versões, assim como compilação e reformulação final. O tempo se torna linear, seqüencial, cujos dias agora têm um registro que não depende mais das memórias dos homens.

⁵² “Indeed I myself would go further and see the acquisition of these means of communication as effectively transforming the nature of cognitive processes, in a manner that leads to a partial dissolution of the boundaries erected by psychologists and linguists between abilities and performance.” (*Ibid.* p.18.) (tradução do autor)

Em todos estes aspectos a escrita é essencial. Esta mudança do concreto para o abstrato, o desenvolvimento de formulações cada vez mais abstratas, só pode ser entendida como uma mudança básica na natureza da comunicação humana.

“As tecnologias intelectuais misturaram-se à inteligência dos homens por duas vias. A escrita, por exemplo, serviu por um lado para sistematizar, para gradear ou enquadrar a palavra efêmera. Por outro lado, ela inclinou os letrados a ler o mundo como se fosse uma página, incitou-os a decodificar signos nos fenômenos, das tábuas de profecias dos magos da Caldéia à decifração do código genético, como se a vida, muito tempo antes dos Fenícios, tivesse inventado o alfabeto.”⁵³

2.1.2 Mudanças no Sensorium

Apesar da objetivação da memória na escrita se intensificar cada vez mais, ainda permaneciam traços da cultura oral: assim como Platão protestava dizendo que a sabedoria não podia ser escrita, nas universidades medievais e renascentistas o uso da escrita era escasso e sempre associado à oralidade. Foram os sermões religiosos, por sua recorrência e repetição, que estimularam a prática de se manter registros escritos.

A espacialização gerada pela escrita vai aumentar ainda mais com o surgimento e expansão do uso da imprensa. A comunicação entre grupos de letrados muda radicalmente: agora os textos poderiam ser comparados, preservados e criticados filosoficamente. Era o momento das grandes teorias universais. Mapas, diagramas e desenhos⁵⁴ poderiam ser reproduzidos sem medo de corrupção da forma, o que entre outros campos, levou a um avanço marcante na astronomia. A invenção de Gutenberg estabeleceu um novo estilo cognitivo, da exposição verbal à visual, que se estende até os dias de hoje. Paralelamente, conforme apontou Walter Benjamin, a obra de arte reproduzida parecia perder sua aura, dissolvida pela miríade de cópias⁵⁵. A sociedade recebeu um volume de informações visuais antes nunca sonhado. Multiplicaram-se os diagramas técnicos, firmando a associação do visual com palavras, antecedente da moderna comunicação visual. Modelos espaciais seriam usados como metáfora para os mais diversos assuntos. Esta reprodutibilidade tornou a literacia uma necessidade para o homem comum e permitiu que, no tocante às imagens, se passasse dos domínios de

⁵³ LÉVY, P. *As Tecnologias da Inteligência*. *Op. cit.* p.71

⁵⁴ *Ibid.* p.99.

⁵⁵ BENJAMIN, Walter. *A Obra de Arte na Época de suas Técnicas de Reprodução*. In: _____. *Textos Escolhidos*. São Paulo: Abril Cultural, 1975. (Os Pensadores, v. XLVIII). *Passim*.

sistemas culturais limitados (os grupos étnicos, as adoções de decodificações pertinentes a sociedades pontuais) a universos mais amplos.

No século 18, a espacialização do som já havia alterado sensivelmente a relação do homem com o espaço. O silencioso mundo interior passou a ser maior⁵⁶, os próprios dicionários eram formas de se formatar definitivamente as palavras. Os jornais, trazendo combinadas notícias locais e distantes, fragmentavam o tempo. Este século é o divisor de águas entre cultura oral residual e a cultura tipográfica. A repetição, que era fundamento do aprendizado, passou a ser associada com estupidez. O conhecimento deixava de ser uma diversão e passou a ser “trabalho”. O poeta já não cantava e nem mesmo recitava seus versos: era lido. Deus deixava de ser o Verbo e passava a ser o Arquiteto. Um dos poucos resíduos orais que permaneceram foi o uso de lugares comuns na fala.

“A escrita havia finalmente se tornado uma aquisição geral da cidadania e foi afetando radicalmente o manuseio do conhecimento e modos de concepção.”⁵⁷

Um dos relatos fundadores sobre as transformações operadas pela escrita em um contexto oral é dado por Aleksandr Luria, quando da sua pesquisa em vilas e campos de nômades nas remotas regiões do Uzbequistão e Kirghizia. Luria vai investigar a cognição humana no contexto de transição de uma cultura agrícola iliterata para uma sociedade socialista durante a mais radical reestruturação da União Soviética nos anos 30. Trabalhando nos anos de 1931 e 1932, ele analisa a transformação por que passa a mente humana ao sair de uma situação de iliteracia para uma sociedade literata. Com a mudança da sociedade feudal que existia na região para a economia coletiva socialista e o crescente estímulo por parte do governo a fim de educar e unificar o povo em um todo, passaram a existir não só novos modos de receber o conhecimento, mas também novos motivos para fazê-lo. A partir deste ponto de vista privilegiado, Luria tira importantes conclusões sobre a conexão entre a cognição humana e a matriz sócio-cultural de um grupo humano.

Segundo Luria, a percepção é um processo ativo fazendo uso de classificações, paralelos, associando informação a categorias já familiares e está ligada intimamente com processos de generalização e abstração. Isto demonstra que ela não é um processo

⁵⁶ ONG, W. *Op cit.* p. 63.

⁵⁷ “Writing had finally become a general acquisition of the citizenry and was radically affecting the handling of knowledge and modes of conceptualization.” (ONG, Walter. *Op. cit.* p.34.) (tradução do autor)

imediatos, dependendo apenas de simples leis da natureza. Há muito tempo se estuda se a percepção das cores muda de acordo com o desenvolvimento cultural da sociedade. Um exemplo disso são os esquimós, que têm dúzias de classificações para tons do branco da neve (conhecimento prático) e não têm palavras para tons de vermelho ou verde, sem especial importância para eles, ou ainda linguagens que têm o mesmo nome para o verde e o azul, o que faz com que o observador confunda as duas cores. A pesquisa de Luria comprovou que entre as mulheres *ichkari*, ambientadas com bordados, os nomes concretos para cores eram predominantes, sendo que elas não conseguiam classificá-las em grupos (azuis, amarelos, etc) nem categorizá-las. Recusavam-se a criar classificações que para elas não tinham nenhum fim prático.⁵⁸

Da mesma maneira que em relação às cores, as pesquisas de Luria parecem indicar que a percepção de formas geométricas (objetos reais, portanto) se prendem a padrões de reconhecimento que são bem diferentes daqueles sugeridos pelos psicólogos da Gestalt. Entre os seus entrevistados, a análise de uma figura geométrica sempre tendia a ser feita em função de um paralelo com o concreto. As leis da “Boa Forma” e outras descritas pelos psicólogos da Gestalt só eram aparentes para aqueles que haviam tido alguma educação em conceitos geométricos e não para coletividades que apenas percebiam formas como objetos concretos.⁵⁹ A organização em grupos dos objetos obedece a critérios de realidade concreta, onde tais objetos poderiam “ocorrer” em conjunto. Já aqueles com alguma escolaridade, no entanto, conseguiam dominar o conceito de formas abstratas. Para os primeiros, este tipo de percepção era de menor importância.⁶⁰ A posição de Luria é que toda percepção visual muda com o desenvolvimento histórico. Ela incorpora outros tipos de processamento, alguns mais imediatos, outros mediados através da experiência de cada indivíduo⁶¹ e outros ainda moldados pela linguagem e métodos de análise.

O pensamento predominante naquela cultura é chamado de concreto ou “pensamento situacional”, um tipo de categorização em que a classificação de objetos não obedece à lógica, mas a uma reconstrução de situações da vida real. Com a sistematização da percepção ocasionada pela linguagem, permitindo abstrações e generalizações, haveria uma transição do “pensamento situacional” para o pensamento

⁵⁸ LURIA, A. R. **Cognitive Development**. Cambridge: Harvard University Press, 1976. p.23.

⁵⁹ *Ibid.* p.33.

⁶⁰ *Ibid.* p.39.

⁶¹ *Ibid.* p.45.

por categoria, uma importante mudança na atividade cognitiva. Uma vez que este desenvolvimento ocorra, o indivíduo já passa a focar sua atenção primariamente nele, deixando de lado as relações concretas entre os objetos. Esta mudança, a que inicialmente o indivíduo oferece resistência, está relacionada com transformações na atividade de uma pessoa: “*o centro do pensamento ‘conceitual’ ou pensamento ‘por categorias’ é a experiência compartilhada da sociedade conduzida através do seu sistema lingüístico.*”⁶²

As entrevistas de Luria mostram bem o desinteresse ou mesmo a impossibilidade da pessoa iliterata em aplicar categorizações abstratas a situações cotidianas, preferindo sempre agrupar objetos em função de sua necessidade ou de uma situação em que conseguissem imaginá-los interagindo, reconstruindo situações gráficas que poderiam acontecer na prática.⁶³ Luria ressalta que esse fato não se deve a qualquer limitação genética, mas deriva da iliteracia e dos tipos de atividades rústicas do cotidiano dos pesquisados. Mesmo o menor contato com uma cultura mais avançada muda seus hábitos de pensamento, evidenciando que os processos de abstração e generalização assumem formas variáveis como produtos do desenvolvimento socioeconômico e cultural.

“Quando o padrão de suas vidas muda e o alcance de sua experiência se alarga, quando eles aprendem a ler e escrever, para se tornar parte de uma cultura mais avançada, a maior complexidade de sua atividade estimula novas idéias. Estas mudanças, por sua vez, ocasionam uma reorganização radical de seus hábitos de pensamento, de forma que eles aprendem a usar e apreciar o valor de processos teóricos que previamente pareciam irrelevantes.”⁶⁴

As pesquisas de Luria também revelaram diferenças marcantes no que tange ao pensamento lógico, desmentindo a noção de que haveria padrões lógicos universais e apontando que estes seriam antes o resultado de um complexo desenvolvimento psicológico. Os indivíduos iliteratos negaram a possibilidade de tirar conclusões de algo que não estivesse em sua experiência pessoal. Em julgamentos envolvendo questões

⁶² “...the core of “conceptual” or “categorical” thinking is the shared experience of society conveyed through its linguistic system.” (*Ibid.* p.52.) (tradução do autor)

⁶³ *Ibid.* p. 91.

⁶⁴ “When the pattern of their lives changes and the range of their experience broadens, when they learn to read and write, to become part of a more advanced culture, the greater complexity of their activity stimulates new ideas. These changes, in turn, bring about a radical reorganization of their habits of thinking, so that they learn to use and appreciate the value of theoretical procedures that formerly seemed irrelevant.” (*Ibid.* p.79.) (tradução do autor)

cotidianas eles conseguiam tirar conclusões e informação, mas isto mudava ao se passar para questionamentos teóricos. Eles se recusavam a aceitar uma premissa que não faz parte de sua experiência, assim como tomá-la como universal, além de não conseguir unificar as sentenças que compunham um silogismo em uma cadeia de raciocínio, respondendo às questões por palpites.⁶⁵

De igual maneira, na solução de problemas, os indivíduos iliteratos demonstravam impossibilidade de responder as perguntas a não ser que as condições do problema correspondessem a dados concretos e não conseguiam perceber o problema como um sistema hipotético fechado. A dificuldade não estava no cálculo em si, mas em se responder a uma questão a partir das condições do problema e não da experiência passada.⁶⁶ Luria acha interessante que mesmo um período curto de instrução escolar permite a estes indivíduos começar a resolver problemas a partir de operações lógicas. Quando solicitados a perguntar qualquer coisa de seu interesse ao entrevistador, os camponeses se negaram com a desculpa que não sabiam o que perguntar ou que não tinham experiência suficiente e se mantiveram na sua experiência imediata. Estes fatos põem em relevo que a importância da educação não está apenas na aquisição de conhecimentos, mas na criação de novos motivos e métodos formais de discurso verbal e pensamento lógico diferenciados da experiência prática imediata.⁶⁷

Considerando-se os dados levantados, a auto-análise e autoconhecimento parecem evoluir a partir da relação com a sociedade e não primariamente, sofrendo contínua evolução. Foi descoberto que uma análise das próprias características psicológicas ou qualidades subjetivas estava além da maioria dos iliteratos, que substituíam descrição das características intrínsecas por formas de comportamento externo ou mesmo passavam a analisar todo o grupo, usando “nós” ao invés de “eu”. Nestes casos não era apenas a educação que mudava o quadro, mas também o envolvimento no planejamento econômico coletivo da vila.

“...a formação de novos sistemas psicológicos, capazes de refletir não apenas a realidade externa mas também o mundo das relações sociais e no final das contas o próprio mundo interior de alguém como algo formado em relação a outras pessoas. Esta formação de um novo mundo interior pode

⁶⁵ *Ibid.* p.106.

⁶⁶ *Ibid.* p. 126.

⁶⁷ *Ibid.* p.133.

ser considerada como uma das realizações fundamentais do período histórico sob consideração.”⁶⁸

Luria conclui reafirmando a mudança histórica dos processos cognitivos, intimamente associada com mudanças na esfera de experiência social. A percepção passa da orientação concreta para sistemas mais complexos e abstratos. Mesmo a percepção de formas e cores muda, remetendo a categorias mais sofisticadas.⁶⁹ Há uma transição do sensorial para o racional, gerando novas formas de dinâmicas mentais. Esta transformação resulta em uma construção do mundo mais ampla, repercutindo também em uma imaginação mais criativa e avanços na auto-percepção e personalidade.

“...mudanças sociohistóricas não apenas introduzem novo conteúdo no mundo mental dos seres humanos; elas também criam novas formas de atividade e novas estruturas de funcionamento cognitivo. Elas avançam a consciência humana a novos planos.”⁷⁰

2.1.3 Meios Eletrônicos

Com o advento de novas mídias (o rádio e a televisão), mais um grau de complexidade na relação do homem com a mídia é adicionado. A escrita se enriquece com um ressurgimento da oralidade, e se torna o que poderia ser chamado um oral complexificado:

“A tecnologia do electrónico, tão profundamente acústica, (...) reintroduzia uma forma de comunicação e, talvez, também, de experiência não linear e mais rica que revivia formas que existiram, (...) antes de a comunicação humana ter sentido a mão mortal do impresso.”⁷¹

Entretanto, esta profusão do som depende da escrita e da imprensa. Uma nova tecnologia intelectual não cancela a anterior, mas se apóia nela. Os meios eletrônicos combinam o sensorium com os estágios anteriores. Ao surgir a escrita os homens não deixaram de falar. Ao invés disso, o que se vê é que aqueles que são mais literatos

⁶⁸ “...the formation of new psychology systems, capable of reflecting not only external reality but also the world of social relations and ultimately one’s own inner world as shaped in relation to other people. This formation of a new inner world can be regarded as one of the fundamental achievements of the historical period under consideration.” (*Ibid.* p.159.) (tradução do autor)

⁶⁹ *Ibid.* p.162.

⁷⁰ “...sociohistorical shifts not only introduce new content into the mental world of human beings; they also create new forms of activity and new structures of cognitive functioning. They advance human consciousness to new levels.” (*Ibid.* p.163.) (tradução do autor)

⁷¹ HAVELOCK, E. *Op. cit.* p. 40.

também têm uma boa expressão verbal. Da mesma forma, nunca se imprimiu tanto quanto agora, já que esta sociedade tecnológica não pode existir sem enormes quantidades de escrita e impressão. Os meios eletrônicos, contudo, afetam mais e mais a sociedade o que por sua vez afeta a forma como se escreve. Os vários meios se sobrepõem e se influenciam mutuamente, criando complexas interações.⁷²

“O último século viu o mundo entrar em um novo estágio além da oralidade e escrita e imprensa, um estágio caracterizado pelo uso da eletrônica para a comunicação verbal. Houve uma seqüência neste estágio também: telégrafo (processamento eletrônico da palavra alfabetizada), telefone (processamento eletrônico da palavra oral), rádio (primeiro para a telegrafia, então para a voz; uma extensão primeiro do telégrafo e depois do telefone), imagens sonoras (som eletrônico adicionado a visão eletricamente projetada), televisão (visão eletrônica adicionada ao som eletrônico), e computadores (palavra silenciada mais uma vez, e os processos de pensamento quase completamente reorganizados pela extrema quantificação).”⁷³

O visual, ou o visual-tátil, é intensificado como nunca com o advento dos meios eletrônicos. O uso do computador forçou ainda mais esta especialização, uma vez que qualquer informação precisa ser decomposta em um texto escrito, fixo, sem ambigüidades, para poder ser transposta para linguagem informática. Sobre isso diz Louise Poissant:

“O computador espacializa o universo e, indiretamente, as relações que nós mantemos com os objetos e imagens. Fazendo isto, ele modifica também, radicalmente, nossa relação com o tempo, pois essas imagens são ou aspiram ser tratadas em tempo real, uma das dimensões da temporalidade que sempre conhecemos...”⁷⁴

Estes meios também inscrevem o homem em uma relação nova com o tempo. Conforme McLuhan diz, em *The Gutenberg Galaxy*, tanto na cultura oral como a era presente experimentam um senso de simultaneidade, ao passo que a seqüencialidade é

⁷² ONG, W. *Op. cit.* p.89.

⁷³ “The past century has seen the word enter into a new stage beyond orality and script and print, a stage characterized by the use of electronics for verbal communication. There has been a sequence within this stage, too: telegraph (electronic processing of the alphabetized word), telephone (electronic processing of the oral word), radio (first for telegraphy, then for voice; an extension first of telegraph and then of telephone), sound pictures (electronic sound added to electrically projected vision), television (electronic vision added to electronic sound), and computers (word silenced once more, and thought processes pretty completely reorganized by extreme quantification.)” (*Ibid.* p.87.) (tradução do autor)

⁷⁴ POISSANT, Louise. *Estas imagens em busca de identidade*. In DOMINGUES, Diana (org). *Op. cit.* p.83.

marca de uma cultura literata.⁷⁵ Mas, enquanto na cultura oral esta simultaneidade vem da ausência de registros e da não planificação do futuro, na era eletrônica esta simultaneidade vem justamente da enormidade de registros, tanto os passados, constantemente reapresentados à consciência (no rádio, na TV, na publicidade, dissolvidos e reapropriados em outras mídias), quanto os futuros, que se concentram em planificações precisas dos acontecimentos por vir. Passado e futuro são compactados no presente em uma simultaneidade que, diferente da placidez oral, é supercarregada de sequencialidade. É justamente por causa do excesso de velocidade que tudo parece ocorrer ao mesmo tempo:

“O computador é realmente o mais quantificado e mais altamente seqüencial ou linear de todos os instrumentos: ele cria um senso de simultaneidade apenas porque sua inumana aceleração de seqüências faz parecer que as aniquila.”⁷⁶

O surgimento do computador particularmente vai gerar mudanças significativas na forma de se relacionar com o conhecimento. Seu avanço contínuo, criando novas camadas de interface superpostas e cada vez mais amigáveis, permitiu sua propagação pela sociedade e seu uso para criação, comunicação e simulação. A tendência que surge disso é a digitalização, codificação de todos os dados digitalmente para armazenagem, transmissão, manipulação e composição.⁷⁷ O advento da banda larga,⁷⁸ da miniaturização e do barateamento dos componentes tende a tornar este acesso à informação cada vez mais potente e popular.

Enquanto a escrita inscreve a informação no tempo, estratificando-a, a informática digitaliza a informação, mas a torna mais fluida e mais móvel. Ela condensa o tempo no presente, na alteração em andamento. Enquanto o tempo da oralidade é um círculo e tempo da escrita uma linha, a informática parece gerar um tempo pontual.⁷⁹ O tempo da história cede lugar a um tempo diferenciado, nem linear (como a escrita) nem estático (como na oralidade) mas tão veloz que gera uma simultaneidade.

⁷⁵ MCLUHAN *apud* ONG, W. *Op. cit.* p.90.

⁷⁶ “The computer is actually the most quantified and most highly sequential or linear of all instruments : it creates a sense of simultaneity only because its inhuman speedup of sequences makes it appear to annihilate them.” (ONG, W. *Op. cit.* p.91.) (tradução do autor)

⁷⁷ LÉVY, P. **As Tecnologias da Inteligência.** *Op. cit.* p.107.

⁷⁸ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

⁷⁹ *Ibid.* p.115.

Da mesma forma que a escrita, a informática foi usada para cálculos, estatísticas e administração até ser apropriada como mídia de massa e veículo de expressão artística. Nesta era o conhecimento é adaptado para a operacionalidade e velocidade. A noção de verdade perde sua unicidade textual e as teorias universalizantes dão lugar à utilidade dos modelos eletrônicos em constante mutação. A mensagem sofre novo um processo de recontextualização frente aos novos meios que a rodeiam e já não é concebida para durar.

Os modelos computacionais, ao invés de serem lidos ou interpretados, são explorados de forma interativa. O usuário, portanto, adquire conhecimento através da simulação, que pode ser definida como uma imaginação auxiliada pelo computador. Este conhecimento é menos absoluto, mas é mais localizado, mais operatório, mantendo certa semelhança com a oralidade, uma vez que situa emissor, receptor e mensagem em um mesmo contexto. É importante lembrar, contudo, que estes pólos (oralidade, escrita, informática) não são mutuamente exclusivos e suas características tendem a estar sempre presentes nas sociedades embora com intensidade variável.

“Como se pode ver, não se trata aqui de dar crédito a uma narrativa simplista e linear da sucessão dos estilos de temporalidade ou dos tipos de conhecimento. O mito e a teoria continuam a coexistir hoje com a simulação. Protágoras e Montaigne não esperaram os computadores para serem relativistas. Ainda que não estivesse conectado a nenhuma rede telemática, Maquiavel recomendava ao Príncipe que remasse conforme a maré e aproveitasse as ocasiões independentemente de qualquer horizonte histórico. Mais uma vez, quase todas as formas de pensar estão presentes em todos os lugares e em cada época.”⁸⁰

2.2. Nova Oralidade, Nova Literacia, Nova Visualidade

2.2.1 A Escrita Imaterial

O surgimento e popularização da World Wide Web intensificam as tendências iniciadas pelos meios eletrônicos anteriores e pelo computador e as desdobram em novas formas de relacionar-se com a escrita, como o hipertexto. Este é constituído por elementos de informação e por elos que ligam e relacionam esses blocos de informação uns com os outros. Acionando-se um link, passa-se a outro parágrafo, capítulo ou mesmo outro documento em outro país. Pulando de link a link, está surgindo, aos

⁸⁰ *Ibid.* p.128.

poucos, uma nova forma de leitura, quase que não-linear. Esta é uma das razões pelas quais Pierre Lévy encara a Web como um objeto indutor de inteligência coletiva, um agente centralizador e potencializador das capacidades humanas:

“O ciberespaço oferece objetos que rolam entre os grupos, memórias compartilhadas, hipertextos comunitários para a constituição de coletivos inteligentes. Deve-se distingui-lo, em primeiro lugar, da televisão, que não cessa de designar poderosos ou vítimas a massas de indivíduos separados e impotentes. (...) Um dos orgulhos da comunidade que fez crescer a Net é ter inventado, ao mesmo tempo que um novo objeto, uma maneira inédita de fazer sociedade inteligentemente.”⁸¹

O próprio ato de escrever mudou ao longo da convivência com o computador, conforme a interface ia recebendo inovações estéticas e avanços tecnológicos. Por consequência, o processo de pensamento ao escrever sofreu mudanças, começando a coincidir com o de digitação.

“O computador, não só tornou o ato de escrever mais fácil para mim; mudou também a própria substância do que estava escrevendo, e, nesse sentido, suspeito, teve enorme impacto também sobre o meu pensamento.”⁸²

É claro que este processo ainda está em andamento e, curiosamente, a desconfiança de muitos a respeito da confiabilidade das informações no computador parece ecoar Platão, quando este afirmava que a sabedoria não poderia ser escrita. De igual forma, muitos hoje não confiam em informações que estejam “apenas” armazenadas no computador, sem uma respectiva cópia em papel. Seja como for, na Web, o hipertexto removeu os limites da página impressa. A hipermídia, surgida a partir do hipertexto, é uma narrativa com alto grau de interconexão, de informação vinculada que não precisa ser necessariamente texto e imagem mas pode envolver também sons, animações e até seqüências de vídeo.

Junto com o hipertexto, novas formas de raciocínio e conhecimento parecem estar desabrochando. Texto e página on-line sofreram mudanças de significado, comportando agora múltiplos pontos de vista. Apesar dos preconceitos que muitos ainda alimentam, a Web permite encarnar, ou, nas palavras de Pierre Lévy, “atualizar” o conhecimento de novas formas para além da memória, partindo da escrita e da biblioteca e passando para uma desterritorialização dos bancos de dados e a formação

⁸¹ LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996. p.129.

⁸² JOHNSON, S. *Op. cit.* p.106.

de comunidades humanas complexas on-line. Esses novos meios não substituem o raciocínio humano, mas o desenvolvem de novas maneiras, agindo como suporte de novos tipos de processos imaginativos.⁸³

“Tecnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos ou parte de gráficos, seqüências sonoras, documentos complexos que o podem eles mesmos ser hipertextos. Os itens de informação não são ligados linearmente como em uma corda com nós, mas cada um deles, ou a maioria, estende suas conexões em estrela, de modo reticular. Navegar em um hipertexto significa portanto desenhar um percurso em uma rede que pode ser tão complicada quanto possível. Por que cada nó pode, por sua vez, conter uma rede inteira.”⁸⁴

Segundo Pierre Lévy, os hipertextos seriam caracterizados por seis princípios:

Metamorfose – uma rede em constante construção e renegociação.

Heterogeneidade – imagens, sons, multimídia em todas as suas combinações.

Multiplicidade de encaixe e de escalas – hipertexto é fractal: qualquer nó pode ser composto por toda uma rede e efeitos podem passar de uma escala a outra.

Exterioridade – sem unidade orgânica nem propulsor interno, antes recebendo em sua composição elementos de um exterior indeterminado.

Topologia – vizinhança, proximidade, caminhos. Não há espaço de separação. A rede não está no espaço, ela é o espaço.

Mobilidade de centros – a rede tem diversos centros perpetuamente móveis.

Lévy também aponta o que ainda falta para que se alcancem os ideais de Vannevar Bush e Theodore Nelson para o hipertexto. Limitações técnicas de programação, indexação e formatação ainda são obstáculos. Fazendo um paralelo com a imprensa, esta não apenas difundiu a quantidade de cópias mas também criou uma interface padronizada (páginas de título, numeração de páginas, cabeçalhos, sumários, etc) que é quase invisível para nós hoje mas que mudou a forma de se relacionar com o texto que existia na época do manuscrito.⁸⁵ Estes anos de aperfeiçoamento da interface transparecem na organização dos jornais e revistas onde tudo está exposto, ao contrário da interface informática que exige manipulação. O índice, notas e referências cruzadas

⁸³ LÉVY, P. *Cibercultura*. *Op. cit.* p. 166.

⁸⁴ LÉVY, P. *As Tecnologias da Inteligência*. *Op. cit.* p.33.

⁸⁵ *Ibid.* p.33.

permitiram a segmentação de conteúdo, de acesso não linear e conexões múltiplas. Da mesma maneira, o hipertexto retoma e transforma esta antiga interface à medida que, como o livro, seu tamanho e custo se tornam baixos para que vire mídia de massa.⁸⁶

Ele o faz intensificando e acelerando estas características. Os documentos em hipertextos são mais dinâmicos, adaptativos e multidimensionais, embora precisem de um planejamento cuidadoso para que os leitores possam perceber sua macroestrutura conceitual. Além disso, por permitir ao leitor a participação ativa da aquisição do conhecimento através da “exploração” de seu conteúdo, o hipertexto aumenta a eficiência do aprendizado.

A Internet, apesar de internacional, começou nos Estados Unidos e muitos temiam uma onipresença da cultura americana, esmagando qualquer traço de peculiaridade local em seus domínios. Contudo, enquanto o inglês se firmou como a língua padrão da Internet, o que parece estar acontecendo é que essa realidade transnacional não está substituindo as tradições nem uniformizando toda a cultura como se ela fosse um bloco monolítico. Pelo contrário, como a entrada nesse novo ambiente requer um reposicionamento do discurso em muitos aspectos, a Web está possibilitando uma reformulação e reafirmação de elementos culturais tradicionais que coexistem com as inovações⁸⁷. Tem havido, por todo o mundo, uma multiplicada celebração das peculiaridades. Os que temiam ver seus idiomas substituídos pelo inglês americano já podem testemunhar inúmeras gírias de origem européia e oriental adicionadas ao vocabulário da Internet, conforme profetizava William Gibson no *Neuromancer*⁸⁸.

É interessante, portanto, ver como organizações marcadamente tradicionais, algumas até reacionárias como neonazistas ou ainda outros violentamente avessos à tecnologia, como os Amish⁸⁹ e os Luditas⁹⁰, também marcam sua presença on-line. E eles não apenas mantêm sua identidade face a esse fluxo pluralizante, como fazem uso desse mesmo meio – “*das mesmas condições desconstrutivas que ameaçam desintegrá-*

⁸⁶ *Ibid.* p.41.

⁸⁷ CANCLINI, Nestor Garcia. *Museos, aeropuertos y ventas de garage (las identidades culturales en un tiempo de desterritorialización)*. In: FONSECA, Cláudia. **Fronteiras da cultura: horizonte e territórios da antropologia na América Latina**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1993. p.45.

⁸⁸ GIBSON *apud* CANEVACCI, Massimo. **Sincretismos**. Uma exploração das hibridações culturais. São Paulo: Livros Studio Nobel Ltda, 1996. p.64.

⁸⁹ FRITZ, Matthew. *ILLINOIS Amish Country On-Line*. Disponível na INTERNET via www.illinoisamishcountry.com/about1.htm. Arquivo consultado em 2000.

⁹⁰ WILLIAMS, Kitty. *Luddites On-Line*. Disponível na INTERNET via www.luddites.com/index2.html. Arquivo consultado em 2000.

la”⁹¹ - para reafirmar essa identidade. Por causa disso, a influência destas organizações se estende para além do geográfico. O que era uma tradição local se espalha pelo mundo e se choca, interage e integra novas concepções locais.

Entretanto, o uso do computador ainda exige aprendizado. A questão do conteúdo é muito complexa e mesmo contraditória. Apesar de sua abertura, o discurso da Internet ainda é, em grande parte, o discurso do letrado, ou, pelo menos, o do letrado tecnológico. Embora muitos rejeitem gratuitamente as novas tecnologias, é importante a atenção para que em alguns setores da sociedade não vejamos surgir uma nova classe de excluídos: aqueles que não têm acesso às noções básicas do uso de computadores. Se é possível encarar a Web como uma nova escrita, o corolário é que já parece haver um grupo de “iliteratos digitais”. Nesta perspectiva, são dignos de todo o incentivo os projetos de ONGs que patrocinam cursos de informática e Internet nas favelas do Rio e das iniciativas públicas para a democratização da informática. Mesmo porque, além da escrita, os meios digitais on-line enriquecem e dão novos matizes à oralidade complexa já citada, possibilitando o surgimento de novas formas mais ativas de cidadania e integração em sociedade. Pierre Lévy vê as comunidades virtuais como os guardiões dessa nova oralidade:

“Por uma espécie de retorno em espiral à oralidade original, o saber poderia ser novamente transmitido pelas *coletividades humanas vivas*, e não mais por suportes separados fornecidos por intérpretes ou sábios. Apenas, dessa vez, contrariamente à oralidade arcaica, o portador direto do saber não seria mais a comunidade física e sua memória carnal, mas o *ciberespaço*, a região dos mundos virtuais, por meio do qual as comunidades descobrem e constroem seus objetos e conhecem a si mesmas como coletivos inteligentes.”⁹²

2.2.2 Os Novos Oralistas

A comunidade acadêmica, antes quase que única usuária da Internet, agora é apenas mais um dos diferentes grupos que marcam presença on-line. Nos últimos anos viu-se o surgimento de incontáveis comunidades cujo único contato se dá através da Rede. Seja qual for o interesse ou filosofia, é quase certo que alguém encontrará um correligionário com quem interagir. Talvez pela primeira vez na história inúmeras

⁹¹ MARCUS, George. *Identidades passadas, presentes e emergentes: requisitos para etnografias sobre a modernidade no final do século XX ao nível mundial*. **Revista de Antropologia**. São Paulo: USP, nº 34, 1991. p. 217.

⁹² LÉVY, P. **Cibercultura**. *Op. cit.* p. 164.

comunidades estejam se formando com base em afinidades e interesses comuns e não com base em espaços geográficos. Esta miríade de grupos tem contribuído em muito para o enriquecimento da paisagem digital.

Hoje, cabem na rede não só o tecnológico, mas também o religioso e o mágico. É uma rede não apenas de cientistas e estudiosos mas também de roqueiros e donas de casa. Se antes era uma rede de computadores, hoje ela é uma imensa construção cultural compreendendo uma enorme quantidade de padrões e influências por vezes conexas, concorrentes ou mesmo discrepantes que resultam de uma multiplicidade de processos sociais. As palavras do antropólogo Fredrik Barth, embora originariamente não fossem dirigidas à Internet, ecoam profeticamente: “*Atividade social é uma progressiva atividade de criação do mundo.*”⁹³ No caso da Internet é um mundo todo novo, muito para além do físico, que está sendo criado e recriado a cada instante

Da mesma forma que a Rede pode funcionar como um grande fator de democratização da informação e da cultura, ela também pode funcionar na via inversa, como uma democratizadora da voz, permitindo não apenas a recepção da cultura, mas também sua transmissão.

A Internet é um espaço virtual que pode crescer praticamente de forma infinita. Este potencial a torna ideal para abrigar *websites* onde cada pessoa pode expor seu trabalho ou suas opiniões. A Internet poderia então ser encarada como uma enorme galeria onde qualquer um pode expor com grande facilidade. Um pequeno espaço no disco de um servidor de Internet e algumas horas de uso de um programa para criação de *home pages*, (ambos podem ser obtidos gratuitamente na Internet) já são suficientes para que qualquer um com o mínimo de conhecimento técnico possa apresentar suas idéias e/ou produções na Rede. Diferentemente da televisão e outros meios de comunicação de massa, unidirecionais, a Internet é multidirecional, permitindo o discurso a quem nunca teve voz.

É claro que isto não é uma resolução milagrosa de todos os problemas envolvendo a divulgação de idéias. *Websites* que têm recursos a investir em programação visual, conteúdo bem escrito e divulgação em outras mídias serão sempre mais visitados que outros menos providos de investimentos. Ainda assim, a dupla *carência de recursos e anonimato* já não é tão inseparável nos dias de hoje. Atualmente

⁹³ BARTH, Fredrik. *The analysis of culture in complex societies*. **Ethnos**, v.54, n.3-4, 1989. p. 132.

a voz dos pequenos já pode ser ouvida, mesmo carecendo de patronos influentes e grandes reservas financeiras.

Herbert J. Gans, falando da cultura de massa, afirmava que a arte de uma sociedade não se desenvolve no vácuo, respondendo a requisitos de conteúdo e forma que derivam dos valores e necessidades dos membros da própria sociedade.⁹⁴ Dizia ainda que a diversidade cultural está em direta proporção com a heterogeneidade. Isso pode ser bem visto na Internet, assim como a definição de Gans das culturas de gosto — as *taste cultures*. Definidas como valores, as formas culturais que expressam esses valores e os meios em que eles são expressos⁹⁵, as *taste cultures* são abundantes e quase infinitas na rede.

A Internet é um meio de comunicação de massa pontual, ou seja, atinge uma multidão de pessoas, mas atinge cada um individualmente. Como tal, se presta extremamente bem às diretrizes sugeridas por Gans⁹⁶ em favor de uma programação subcultural segmentada, que contemplaria cada subcultura (ou cultura de gosto) com uma programação adequada à sua preferência e sua capacidade de apreensão. Não havendo limitações como as que pesam sobre estações de rádio e TV (os “alvos” originais das sugestões de Gans), mesmo grupos bem pequenos poderiam ser servidos. E a responsividade que a Internet concede agiria como um elemento de aproximação entre o criador e o consumidor, permitindo uma precisa identificação dos gostos, determinação dos setores carentes em programação e por fim um ajuste adequado da produção, para que esta atingisse eficientemente seu público-alvo.⁹⁷ Já existem hoje páginas que exibem anúncios em função das preferências de cada visitante. Por exemplo, se um consumidor visita um site de uma livraria, o sistema, já tendo armazenado a informação de quais livros aquela pessoa comprou antes, exhibe resenhas e anúncios referentes àquele tipo de literatura delineado pelas opções anteriores. Uma mídia de massa e, contudo, altamente individualizada.

Um exemplo recente desta tendência são os *blogs* ou *weblogs*, um tipo de página simples da Web, que permite às pessoas se expressarem individualmente. Originalmente eram apenas diários digitais, mas evoluíram para informativos, grupos de discussão ou mesmo tribunas pessoais. Sua marca é a personalidade e a freqüente atualização, além de

⁹⁴ GANS, H J. **Popular Culture and High Culture**. NY: Basic Books, 1974. p.67

⁹⁵ *Ibid.* p.10.

⁹⁶ *Ibid.* p.133.

⁹⁷ *Ibid.* p.146.

criarem uma comunidade de leitores que simpatizam com a linha “editorial” daquele *blog*. Sua importância como veículo de comunicação ficou patente durante os atentados do dia 11 de setembro de 2001, quando os *blogs* pessoais relatavam os acontecimentos em Nova Iorque ao vivo, enquanto sites dos grandes jornais estavam inoperantes devido ao enorme número de acessos.⁹⁸

A participação social ganha novos níveis na Internet. De novo, parece ocorrer um curioso paralelo com as sociedades orais. Da mesma forma que numa cultura oral a participação na transmissão da cultura é mais intensa, através dos ritos, cantos, mitos e da tradição cuidadosamente ensinada, a cultura que cerca a Internet tende a ser muito mais participativa que aquelas marcadas pela escrita, rádio ou televisão. Esta participação, ou interação como é chamada atualmente, faz com que indivíduos participem em salas de bate-papo, listas de discussão dos mais variados assuntos, formem grupos de trabalho ou mesmo de protesto, sem estarem necessariamente submetidos às limitações do espaço físico. Ela torna a dar ao homem comum a capacidade perdida de ser não apenas receptor da cultura, mas também seu agente e seu compositor.

2.2.3 A Visualidade dos Bits

A imagem neste contexto é essencial. Todas estas novas potencialidades do computador e das comunicações serão de pouco uso se não houver um cuidado com as interfaces, a fim de que o usuário não se perca em um oceano de opções e caminhos.

Pierre Francastel aponta o perigo em se esquecer do contexto social em que a arte ocorre na História. Para ele, muito haveria a se ganhar se houvesse um maior diálogo entre os historiadores da arte, os estetas e os sociólogos na pesquisa dos fenômenos artísticos. Ele considera a arte uma influência que atravessa toda a sociedade, desde a feitura dos objetos cotidianos até a formação da mentalidade dos grandes líderes, intelectuais, estetas e mestres.⁹⁹ Uma expressão artística revela a mentalidade de uma cultura, assim como é influenciada por ela. Como exemplo da complexa e íntima relação entre a sociedade e a arte ele cita o exemplo do gótico, que testemunha uma determinada estrutura social bem precisa, inscrita em um determinado tempo e espaço.¹⁰⁰ Em outro momento, declara:

⁹⁸ KOZAKA, Hiro. *Por dentro do Universo dos Blogs*. Entrevista a GRAVATÁ, Luiz. O Globo, Rio de Janeiro, 14 de jan. de 2002, Informática ETC, Caderno 1, p.2.

⁹⁹ FRANCASTEL, Pierre. **A Realidade Figurativa**. São Paulo: Perspectiva, 1993. *Passim*.

¹⁰⁰ *Ibid.* p.23.

“É indispensável que se tenha em conta o fato de que a arte, o modo figurativo, é tão natural e necessário às sociedades quanto a linguagem discursiva da escrita.”¹⁰¹

Fazendo coro com Francastel, e citando inclusive o mesmo exemplo, o semiólogo norte-americano Steven Johnson declara que:

“Numa era da informação, as metáforas que usamos para compreender nossos zeros e uns são tão centrais, tão significativas, quanto as catedrais da Idade Média. A vida social daquele tempo girava em torno das espirais e arcobotantes da “infinidade imaginada”. Em nossas próprias vidas, agora, giramos em torno de um texto mais prosaico: o desktop do computador. Compreender as implicações dessa metáfora – sua genialidade e suas limitações – é a chave para a compreensão da interface contemporânea.”¹⁰²

O antropólogo Clifford Geertz declara que: “...*estudar arte é explorar uma sensibilidade; de que esta sensibilidade é essencialmente uma formação coletiva*”.¹⁰³ Essas manifestações da arte aplicam um molde de pensamento ao mundo material, tornando esse padrão de pensamento passível de ser visualizado e compartilhado.¹⁰⁴ Esta compreensão talvez possa ser estendida à Rede. Se no seu período inicial (quando era composta apenas de texto) não era possível vê-la como ambiente de manifestação artística, hoje muitos já a aceitam como um novo veículo da expressão estética e em alguns casos como elemento integrante dessa expressão, como nas obras do artista plástico Eduardo Kac, nas quais se pode ver uma constante recorrência às questões da presença mediada pela tecnologia de telecomunicações e da mesclagem entre o orgânico e o eletrônico.¹⁰⁵

Steven Johnson vai até mais longe, considerando a ascensão da interface como uma forma de arte, assim como suas possíveis conseqüências:

“A mudança mais profunda vai estar ligada às nossas expectativas *genéricas* com relação à própria interface. Chegaremos a conceber o design de interface como uma forma de arte – talvez a forma de arte do próximo século. E com essa transformação mais ampla virão centenas de efeitos concomitantes, que penetrarão pouco a pouco uma grande seção da vida

¹⁰¹ *Ibid.* p.35.

¹⁰² JOHNSON, S. *Op. cit.* p. 38.

¹⁰³ GEERTZ, Clifford. **O Saber Local**. Petrópolis: Vozes, 1997. p. 149.

¹⁰⁴ *Ibid.* p.150.

¹⁰⁵ KAC, Eduardo. *Interactive Works*. <http://www.ekac.org/interactive.html>.

cotidiana, alterando nossos apetites narrativos, nosso senso do espaço físico, nosso gosto musical, o planejamento de nossas cidades.”¹⁰⁶

A Internet é um meio de comunicação, isto é certo, mas está longe de ser apenas uma fonte de informação. Tanto aos defensores de uma rede de dados puros quanto aos artistas exigindo uma experiência estética interminável pela Web vale lembrar o útil esclarecimento sobre as duas visões da mensagem, dado por Abraham Moles. Segundo ele, há dois pontos de vista sobre a mensagem: o ponto de vista *semântico*, lógico, estruturado, traduzível, prepara ações; e o ponto de vista estético, que é intraduzível, prepara estados.¹⁰⁷ Pensando desta forma, a criação para a Web envolve tanto mensagens semânticas quanto estéticas e seria uma diminuição do potencial do meio tentar enfatizar um ponto de vista em detrimento do outro.

Invertendo a questão, a criação da imagem para a Web, ou mais precisamente, para a programação visual de sites, é uma atividade estética, mas, conforme diz Panofsky, um objeto estético é também um veículo de comunicação.¹⁰⁸ Portanto, cabe seguir certos padrões que facilitem a compreensão da mensagem sem que se perca sua significação estética. As questões técnicas do meio, entretanto, são muito mais notórias que no meio impresso, além de estarem em constante evolução, o que requer especial atenção aos seus potenciais e limitações. O número cada vez maior de recursos por vezes leva a certos desvarios da técnica que, usada indevidamente, pode até embotar as possibilidades da Rede. Cumpre agir com sabedoria, até porque a arte tem esta característica híbrida de ser um produto tanto do pensar quanto do agir.¹⁰⁹

Além disso, a mensagem semântica é passada de um meio qualquer como um jornal ou livro para a Web com relativa facilidade. A mensagem estética, entretanto, merece especial atenção, dada sua natureza:

“A informação estética é pois específica ao canal que transmite, encontrando-se gravemente alterada por uma mudança de um canal para outro; uma sinfonia não ‘substitui’ um desenho animado, é diferente na sua essência. A informação estética não é o portanto traduzível, sendo apenas transportável aproximadamente.”¹¹⁰

¹⁰⁶ JOHNSON, S. *Op. cit.* p. 155.

¹⁰⁷ MOLES, Abraham. **Teoria da Informação e Percepção Estética**. Rio de Janeiro: Biblioteca Tempo Universitário, 1969. p.189.

¹⁰⁸ PANOFSKY, Erwin. **Significado nas Artes Visuais**. São Paulo: Perspectiva, 2001. p.31

¹⁰⁹ FRANCASTEL, P. *Op. cit.* p.25.

¹¹⁰ MOLES, A. *Op. cit.* p.193.

Ernst Cassirer parece concordar com esta noção, comentando que cada forma de arte tem um repertório próprio, que não é passível de transferência: “*Os idiomas das diversas artes podem estar interligados, como, por exemplo, quando se faz uma letra para uma música ou se ilustra um poema; mas não são traduzíveis entre si.*”¹¹¹

Novas possibilidades técnicas são mais que um aparato mais diversificado nas mãos do artista. Dada as variâncias técnicas do webdesign, não é adequado defini-lo como uma justaposição de fotografia, diagramação e literatura, nem com qualquer aproximação reguladora que acabe por lhe roubar sua originalidade. Em um uso estético da Web, suas páginas não apenas conterão arte, mas serão elas mesmas arte, em conjugação com quaisquer imagens, textos, sons, animações e organização que as acompanhe. Ou, conforme explica Ernst Cassirer, uma obra de arte não é um conceito que um artista “veste” com uma forma que estiver à mão. Ao contrário:

“O contexto de um poema não pode ser separado de sua forma – do verso, da melodia, do ritmo. Tais elementos formais não são meros meios externos ou técnicos para reproduzir determinada intuição; são parte integrante da própria intuição artística.”¹¹²

Por conseguinte, a expressão artística utilizando novas técnicas e em um novo meio como a Internet implica necessariamente em mudança na essência da obra de arte e conseqüente influência no conteúdo. Em outros campos ela já vem mudando nossos conceitos. Assuntos como privacidade, comunidade, segurança e direitos autorais são apenas alguns que têm sido discutidos sob nova ótica em função da Rede.

De igual forma, ela vem alterando nossas percepções estéticas. Embora Steven Johnson reclame de que as metáforas visuais informáticas ainda são muito prosaicas, por demais atreladas a suas contrapartes no mundo real, esta parece ser uma tendência em vias de acabar. O “transbordamento” de imagens no estilo da Internet para o mundo real é apenas um pálido início do que se anuncia. Imagens restritas a pequenos grupos culturais se tornaram subitamente acessíveis ao mundo inteiro, gerando aquilo que pode ser o embrião de uma nova visualidade transnacional e, ainda assim, extremamente colorida por influências locais. Certos ícones e botões, popularizados pelas páginas da Web já são códigos compreendidos através das mais variadas fronteiras. A imagem parece deixar de ser bidimensional e na tela do computador ganha uma profundidade,

¹¹¹ CASSIRER, Ernst. **Ensaio sobre o Homem**. São Paulo: Martins Fontes, 1997. p. 253.

¹¹² *Ibid.* p. 254.

agindo como uma ponte, um caminho para novos espaços virtuais. Da mesma forma que a educação escolar descrita por Luria, esta nova visualidade permite uma construção do mundo cada vez mais ampla em nossas mentes.

Nossa visualidade está mudando, lenta, mas inexoravelmente. Até mesmo nossos sonhos e fábulas estão mudando. Há algum tempo atrás na ficção científica reinavam contos a respeito de viagens interestelares, alcançando distâncias inimagináveis pelo Universo. Hoje, grande parte das histórias de ficção versa sobre computadores e realidade virtual.¹¹³ O que se busca atualmente são mundos virtuais, inexistentes ainda que visíveis, bem ao alcance da mão. E se Walter Benjamin acreditava na perda da aura da obra da arte quando da sua reprodução técnica, a Internet vai acabar de esfregar esta aura, na medida em que as imagens digitais, sendo compostas de dados armazenados magneticamente, não têm um original ao qual se possa reportar.

Steven Johnson conta como foi revolucionária a invenção da perspectiva no Renascimento, de como estudos matemáticos afetaram não apenas a linguagem da pintura, aproximando-a da ciência ou filosofia, mas alteraram drasticamente a visão de mundo daquela sociedade. Ele traça um paralelo entre este passado e o momento atual:

“A descoberta do espaço-informação pode engendrar uma transformação social tão ampla e variada como a que acompanhou [esta] maravilhosa revolução ... E é por isso que é tão essencial reconhecermos a riqueza e a complexidade do meio, seu âmbito de expressão e sua significação cultural.”¹¹⁴

A arte é uma das maneiras de compreendermos as mudanças, sejam materiais, sociais ou tecnológicas, de uma era. “*É um dos meios que levam a uma visão objetiva das coisas e da vida humana. Não é uma imitação, mas uma descoberta da realidade.*”¹¹⁵ Numa era onde as informações vêm na forma de uma avalanche constante e implacável, uma tarefa importante do artista é agenciar as relações entre a tecnologia e a psique humana, conforme declara Derrick de Kerckhove: “*O papel do artista hoje, como sempre, é recuperar para o público em geral o contexto mais amplo que se perdeu nas investigações exclusivamente textuais da ciência.*”¹¹⁶ Não é por acaso

¹¹³ Dentre as quais o filme Matrix é apenas um dos muitos exemplos.

¹¹⁴ JOHNSON, S. *Op. cit.* p.156.

¹¹⁵ CASSIRER, E. *Op.cit.* p.234.

¹¹⁶ KERCKHOVE, Derrick de. **A Pele da Cultura**. Lisboa: Relógio D'água Editores, 1997. p.126.

que a realidade virtual foi inicialmente desenvolvida por artistas como Myron Krueger¹¹⁷. Hoje, a Internet se revela uma importante fronteira onde uma adequada apreensão da realidade é cada vez mais necessária, conforme diz Pierre Lévy:

“Neste momento mesmo, está nascendo sob nossos olhos uma nova ideografia; algo como uma escrita dinâmica à base de ícones, de esquemas e de redes semânticas. Estamos na fronteira, cada vez mais tênue, entre o domínio da imagem e o da informática, esperando a livre associação das interfaces.”¹¹⁸

2.3. Os Criadores

2.3.1 Webdesign

Fica a questão de quem exatamente são estes criadores e artistas. Da mesma forma que a própria World Wide Web, o surgimento dos criadores de suas páginas é igualmente tortuoso. É chamado de webdesign a criação de páginas para a Internet, e os criadores por excelência da Internet são os webdesigners. Mas este rótulo é extremamente enganoso, podendo designar um programador de computadores com um passado de engenheiro ou informata, um designer gráfico com formação em diagramação editorial e ilustração ou mesmo um autodidata que aprendeu a se utilizar da linguagem HTML (*Hypertext Markup Language*), principal meio de construção das páginas da Web.

Inicialmente a Web contava apenas com páginas criadas por engenheiros e programadores, mais familiarizados com as habilidades de programação que são requeridas pelo código HTML. Esta primeira geração estava muito mais preocupada com a clareza da informação e a facilidade em indexá-la do que com considerações estéticas. A própria tecnologia na época não possibilitava grandes ousadias visuais.

Em um segundo momento, novas possibilidades começaram a aparecer. Mais recursos de alinhamento, imagens animadas e, principalmente, novos programas de construção de páginas que liberavam o criador da necessidade de guardar na memória todas as instruções e parâmetros do HTML. Alguns designers mais destemidos se dispuseram a adentrar o território virtual, sendo decisiva sua influência, até mesmo na implementação de novos recursos nos navegadores (*browsers*) que viriam a ser desenvolvidos.

¹¹⁷ POISSANT, Louise. *Estas imagens em busca de identidade*. In DOMINGUES, D(org). *Op. cit.* p.91.

¹¹⁸ LÉVY, P. *As Tecnologias da Inteligência*. *Op. cit.* p.107.

Posteriormente, a terceira geração das *home pages* já era criada em grande parte por profissionais provenientes das artes gráficas. Surgiu o termo “metáfora do site”, que seria um conceito norteador na criação estrutural e visual de um *website*, claramente inspirado na metodologia de criação do *design*. Novos programas surgiram, permitindo uma multiplicidade de opções, como incluir animações eficientes, sons e até vídeo em *home pages*, tudo sem que o criador precisasse conhecer a fundo a linguagem HTML. Esta por sua vez também seria aprimorada, suportando especificações antes indisponíveis e originárias do meio impresso, como entrelinha, margens e camadas. O termo *webdesign*, ainda meio vago conforme mencionado acima, se tornou corrente e a profissão reconhecida, ainda que mantivesse pouca identidade com o *design* gráfico tradicional.

Se antes o que imperava na Web era a presença dos programadores, hoje vê-se cada vez maior número de profissionais das artes, especialmente designers gráficos, marcando presença com seus trabalhos. De fato, talvez estes componham o grupo que melhor se adequa à tarefa de criação de páginas para Internet, face aos seus conhecimentos de tipografia, imagem, diagramação, programação visual e adequação da mensagem ao meio.

Contudo, uma vez que toda sua formação teve como objetivo ensinar o método projetual voltado para a mídia impressa, mesmo este profissional precisa se adaptar às peculiaridades da mídia on-line. Infelizmente a Internet é um fenômeno ainda muito novo para ter gerado um corpo de reflexão sólido e sistematizado o suficiente. O resultado é a profusão de técnicas isoladas, coleções de dicas e truques para a confecção de *home pages*, sem uma necessária reflexão teórica do método projetual.

Embora seja uma questão complexa, a ser devidamente discutida, só esta mudança do pólo do engenheiro para o pólo do artista, esta “colonização” da Web pelo apuro visual e pelos designers, já é motivo suficiente para que se dê atenção especial às mudanças nos processos criativos por que vem passando este grupo em particular.

2.3.2 O Design

O *design* como atividade sempre foi um tema polêmico, considerado um híbrido entre arte e técnica. Mesmo quanto à sua origem ainda existem acalorados debates. Pode-se afirmar, entretanto, que a produção crescente durante a Revolução Industrial revelou a necessidade de um planejamento coerente que pudesse adequar o produto às possibilidades técnicas da época. Esta transformação nos modos de produção possibilitou o surgimento desta nova atividade, embora a profissão só viesse a ser

reconhecida como tal em meados do século XX ¹¹⁹. Diferente do artesão, que conduzia seu trabalho de criação sem um plano já estabelecido, o designer fazia um projeto detalhado e o passava à linha de montagem, mesclando em seu trabalho a idéia que originava o produto com os processos envolvidos em sua produção¹²⁰. A respeito do design, declara Suzana Fonseca:

“Embora trabalhando também com valores que podem ser considerados *artísticos*, o designer tem definido seu campo de interesse como o resultado da interseção entre arte e indústria, e como condicionantes de sua atividade a *utilidade* e a *produção seriada* (ou o consumo de massa). Portanto, o trabalho do design está próximo ao trabalho artístico (na medida em que desenvolve linguagens, manipula e processa valores estéticos, sofre e promove interferências no meio social em que atua) mas está muito diretamente relacionado com o material e os processos produtivos.” ¹²¹

O design se divide em design gráfico (ou programação visual), que trata de criações em duas dimensões, e projeto de produto, que envolve a criação de objetos tridimensionais. Segundo Richard Hollis, no decorrer de sua existência o design gráfico sempre manteve três funções básicas que sofreram poucas alterações com o tempo. A sua primeira função é identificar, seja um objeto, um lugar ou mesmo designar sua origem. Os letreiros e logotipos são um exemplo desta função. A segunda função seria informar e instruir, como ocorre nos mapas e infográficos. Isto imprime ao design a responsabilidade de ser compreensível ao público para que a comunicação se processe sem ruído. A terceira função seria apresentar e promover, chamar atenção, marcar fortemente uma mensagem. Os cartazes e anúncios publicitários podem ser considerados exemplares desta função.¹²²

Outra característica recorrente do design é uma necessária ligação com as técnicas e os meios de produção. Os designers tinham o hábito de procurar resgatar e mesclar os mais variados procedimentos técnicos a fim de realizar seus projetos. Isso permitiu que, da mesma forma como aconteceu com a tipografia e a fotografia, logo o computador fosse visto como uma ferramenta passível de ser utilizada no design.

Com o surgimento do computador pessoal e da interface gráfica do Macintosh, em meados da década de 80, começam a surgir os primeiros programas de editoração

¹¹⁹ HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000. p.2.

¹²⁰ ESCOREL *apud* FONSECA, S. V. *Op. cit.* p.12.

¹²¹ FONSECA, S. V. *Op. cit.* p.12.

¹²² HOLLIS, R. *Op. cit.* p.4.

eletrônica. Inicialmente usados nos projetos gráficos editoriais, aos poucos os computadores vão ganhando terreno nos escritórios de design com sua popularização estimulando o surgimento e aperfeiçoamento de novos programas. Com o advento de impressoras laser de baixo custo e da linguagem *PostScript*¹²³, a posição do computador como ferramenta de design se consagrava.

No Brasil, entretanto, a entrada do computador no panorama do design gráfico não se deu até o início dos anos 90. Chegada esta época, entretanto, seu impacto foi rápido e devastador. Suzana Fonseca debruçou-se sobre a questão em sua dissertação de mestrado e relata como desenvolveu-se entre os profissionais e escritórios de design gráfico uma cultura do computador. A fotocompositora de antes tornou-se o *bureau* de impressão, capaz de gerar fotolitos e impressões a partir dos arquivos gerados através dos vários programas gráficos que se espalhavam pelo mercado. Em poucos anos o exercício da profissão já praticamente exigia que o profissional tivesse prática no uso de sistemas operacionais e programas gráficos.¹²⁴

A multiplicidade de recursos, a facilidade de execução, a resposta imediata, possibilitando avaliar o projeto antes mesmo de ser impresso e a eliminação de etapas longas e dispendiosas na produção das peças gráficas foram decisivos na implantação da informática nos escritórios de design gráfico. Suzana Fonseca aponta que a resposta imediata que o computador dá às ações do usuário gerou uma “postura projetual interativa”, contrastante com a “postura projetual programática” utilizada desde o surgimento do design.¹²⁵

A postura programática, enraizada no pensamento racional modernista e condicionada pela realidade dos meios tecnológicos de sua época, procurava manter-se pré-ordenada o mais possível. Os meios de produção da imagem não eram tão flexíveis e a necessidade de vários serviços terceirizados requeriam um programa rígido cujas etapas pudessem ser entendidas e acompanhadas por todos os envolvidos. Com o computador, o designer passa a ter um controle mais imediato sobre o projeto, incorporando em suas funções muitas outras que anteriormente ficavam a cargo de terceiros, de certa forma “...recuperando uma atitude semelhante àquela que caracterizava o artesanato, em que os processos criativo e produtivo se fundiam numa

¹²³ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

¹²⁴ FONSECA, S. V. *Op. cit.* p.1.

¹²⁵ *Ibid.* p.29.

única atividade.”¹²⁶ Paralelamente, os processos de produção de imagem atingem uma flexibilidade nunca vista, o que permite uma experimentação mais livre, uma maior espontaneidade na criação do trabalho, a qual é intensificada pela imediata visualização do resultado no monitor e a possibilidade de um processo virtualmente infinito de tentativa e erro, graças à gravação de várias instâncias do trabalho em disco:

“Na tela do computador, os formatos novos ou antigos podiam ser manipulados, organizados e reorganizados sem que o designer tivesse de se submeter à disciplina (ou limitação) imposta pelos métodos anteriores de impressão.”¹²⁷

Entretanto, estas mesmas facilidades possibilitaram o surgimento de uma classe de profissionais não habilitados, que passaram a usar programas de computador sem o treinamento nas técnicas e teorias ensinadas em cursos superiores de artes gráficas.¹²⁸ O resultado foi uma vulgarização de soluções estereotipadas e canibalizadas e um achatamento do valor de mercado do trabalho do profissional, complicado pela falta de regulamentação da profissão¹²⁹. Conforme cita Fonseca:

“Em relação à área de programação visual, a existência de pacotes gráficos para editoração eletrônica, por exemplo, tem facilitado a atuação no mercado de trabalho de pessoas sem a devida formação. Leigos com poucos conhecimentos de tais pacotes arvoram-se muitas vezes de forma irresponsável, em resolver problemas de programação visual. Aliás, este é um problema que pode afetar o próprio processo didático — à ‘síndrome do deslumbramento’ não estão imunes nossos alunos.”¹³⁰

Neste contexto já bem conturbado, a Web surge, abrindo um campo novo para estes profissionais, absorvendo-os ao mesmo tempo em que também os mesclava com inúmeros outros como engenheiros e informatas, o que acabou por confundir ainda mais o panorama da profissão. Muitos designers ainda hoje não sabem exatamente o que é ou como se portar perante a Internet.

Outros, contudo, têm procurado refletir sobre a Web. Roger Black, conceituado designer norte-americano, foi um dos primeiros designers a usar o computador como

¹²⁶ *Ibid.* p.6.

¹²⁷ HOLLIS, R. *Op. cit.* p. 207.

¹²⁸ FONSECA, S. V. *Op. cit.* p.3.

¹²⁹ *Ibid. Passim.*

¹³⁰ SABOYA e IÓRIO *Apud* FONSECA, S. V. *Op. cit.* p.3.

ferramenta projetual e também um dos primeiros a migrar para o webdesign. Segundo ele, a despeito da Web ser ainda uma indagação, ela é mais dependente de um bom design que o meio impresso, portanto é de suma importância o papel do designer como “lapidador da informação”, alguém que possibilite uma estrutura na qual o visitante encontre a informação que procura. Caso isso não ocorra, a própria permanência do meio estará ameaçada. Ele prossegue afirmando que a Web é mais parecida (pelo menos atualmente) com a imprensa do que com a televisão e portanto acredita que os princípios que nortearam a qualidade do design impresso durante séculos também são válidos on-line¹³¹.

Nesse mundo digital, o meio não é a mensagem: é uma das formas que ela assume. Os bits são intercambiáveis e podem ser contemplados de várias perspectivas. Ou, como afirma Julio Plaza:

“Nas imagens infográficas o suporte e a mensagem se confundem. O meio já não é a mensagem, pois não existe mais meio, somente trânsito de informação entre suportes, interfaces, conceitos e modelos como meras matrizes numéricas.”¹³²

Os conceitos de atualização e virtualização, apresentados por Pierre Lévy em sua obra *O que é virtual?*, parecem especialmente adequados aos sites da Web, na medida em que uma *home page* da Internet é uma estrutura informacional virtual, um nó de possibilidades que são atualizadas conforme a interatividade com o leitor. “A leitura é uma atualização das significações de um texto”¹³³. Uma *home page* na Internet tem uma leitura diferente para cada tipo de pessoa, dependendo do caminho que ela percorre, quais *links* que segue, quais páginas que ignora, etc. Como mostra a experiência de Roger Black:

“...a coisa mais alarmante sobre a Internet é que o leitor pode publicar. Leva um tempo para lembrar que não estamos transmitindo das alturas, que não estamos fornecendo peças tipografadas e impressas. A Net é um espaço onde o leitor na verdade escreve. É necessário passar de um paradigma linear, como os jornais, para um paradigma bidirecional - como os telefones. Na Web, a informação não está se precipitando em hierarquias; está fluindo colaborativamente.”¹³⁴

¹³¹ BLACK, Roger. **Web sites que funcionam**. São Paulo: Quark Editora, 1997. p.15

¹³² PLAZA, Julio. *As imagens de terceira geração, tecno-poéticas*. In PARENTE, André (org). **Imagem-máquina**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993. p.75.

¹³³ LÉVY, Pierre. **O que é virtual?** *Op. cit.* p.41.

¹³⁴ BLACK, Roger. *Op. cit.* p.20.

E ainda:

“Com a Internet já não há fornecedores e consumidores, ou editores e leitores. A nova ordem transforma o visitante em produtor, em diretor, em editor. É uma colaboração. Um designer pode colocar um botão em uma página, mas não pode dizer onde clicar.”¹³⁵

Esta é uma marcante diferença em relação à mídia impressa, onde a ordem das informações já é estabelecida pelo designer. Esse conceito de virtualidade da *home page*, alia-se ao de interatividade, onde fica evidenciado que o webdesign é um design que não apenas tem de resistir mas também necessitar da interferência do leitor. Na Web, o designer não é mais o único responsável pela sua obra. O espetáculo unidirecional termina. A nova arte é interativa. Na verdade, essa noção de potencialidades, de diversas possíveis atualizações está no próprio conceito de hipermídia. Ela é combinatória, permutatória, “*um texto que já traz dentro de si várias possibilidades de leitura e diante do qual se pode escolher dentre várias alternativas de atualização.*”¹³⁶

A questão da comunicação é vital neste ambiente. Para muitos, o uso do computador já é suficientemente frustrante sem que seja necessário formas obscuras ou confusas de informar.

Todas estas peculiaridades da Web demandam uma abordagem projetual diferenciada do webdesign em relação ao design tradicional? Esta é uma das questões que foram investigadas no decorrer desta pesquisa. Tem-se dito informalmente que os preceitos do design para Web são os mesmos do design gráfico tradicional, mas será que a passagem para uma nova mídia não implicaria necessariamente em uma nova linguagem? Não estaria havendo uma repetição na Internet do fenômeno que houve na televisão que de início copiava o formato do teatro? Parecendo ecoar estas questões, o consultor dinamarquês e especialista em webdesign Jakob Nielsen, autor do livro *Homepage: Usabilidade*¹³⁷, aponta diferenças entre design e webdesign:

“O webdesign é totalmente diferente do design gráfico tradicional para a mídia impressa, porque a Web é interativa. Assim, webdesign é antes de tudo design interativo.”¹³⁸

¹³⁵ *Ibid.* p.25.

¹³⁶ MACHADO, Arlindo. *Hipermídia: o labirinto como metáfora*. In DOMINGUES, D. (org). *Op. cit.* p.146.

¹³⁷ NIELSEN, Jakob. **Homepage: usabilidade**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002.

¹³⁸ NIELSEN, Jakob. ‘*O design minimalista é sempre o melhor*’. Entrevista a MACHADO, André. O Globo, Rio de Janeiro, 11 de mar. de 2002, Informática ETC, Caderno 1, p.4.

Quanto à questão da literacia e mudança de consciência, será que se está vendo o desabrochar lento mas inexorável de uma nova consciência intelectual, como na Grécia antiga? Estas respostas são cruciais justamente para garantir que todos esses avanços não se reduzam a mero deslumbramento com as novas técnicas, mas sejam utilizados em todo seu potencial, como instrumento de melhoria da qualidade de vida da sociedade. Derrick de Kerckhove acredita nesse potencial de melhoria, vendo o design como responsável pela apropriação da tecnologia pela psicologia do homem:

“Num sentido mais amplo, o *design* desempenha um papel metafórico, traduzindo benefícios funcionais em modalidades cognitivas e sensoriais. O *design* encontra a sua forma e o seu lugar como uma espécie de som harmónico, um eco da tecnologia. O *design* freqüentemente faz-se eco do carácter específico da tecnologia e corresponde ao seu impulso básico. Sendo a forma exterior visível, audível ou texturada dos artefactos culturais, o *design* emerge como aquilo a que poderíamos chamar ‘a pele da cultura’.”¹³⁹

Talvez esteja neste contexto uma das atribuições mais importantes dos artistas na Internet e dos webdesigners em especial: facilitar a livre troca e apreensão do conhecimento via Web, auxiliando os neófitos neste ambiente ainda tão estranho, possibilitando melhor comunicação e socialização e abrindo espaço para uma cidadania mais ampla, tornando-se, desta forma, os arquitetos, urbanistas, engenheiros de trânsito, comunicadores e artistas deste fervilhante novo horizonte.

2.3.3 Duas trajetórias

Talvez seja esclarecedor um rápido estudo das trajetórias de dois profissionais de design, o primeiro de uma geração pré-computador e pré-Internet e outro cuja expressão gráfica tem encontrado como veículo principalmente a World Wide Web.

Rui de Oliveira é o primeiro designer. Há mais de vinte anos com uma constante produção como ilustrador e designer, é um dos grandes nomes da ilustração no Brasil. Rui de Oliveira tem uma sólida formação profissional, tendo reconhecimento e premiações tanto no Brasil quanto no exterior. Também atuou na TV, na direção de arte do “Sítio do Pica-Pau Amarelo” e na programação visual da TVE. Atua ainda na área de cinema de animação, tendo realizado o desenho animado “Cristo Procurado”, que foi premiado em festivais nacionais e internacionais e mais recentemente “A Lenda do Dia

¹³⁹ KERCKHOVE, D. *Op. cit.* p.212.

e da Noite”, baseada no folclore indígena. Como professor universitário, é responsável por uma grande divulgação da técnica e da filosofia da ilustração.

Seu estilo de ilustrar de modo mais livre tem raízes na sua própria personalidade e visão do mundo. Rui de Oliveira teve uma infância pobre e esse período o marcou profundamente como pessoa e como artista. As injustiças sociais o angustiam não por mero processo de solidariedade, mas porque ele vivenciou essas dificuldades. *“Eu sei o que é um chefe de família desempregado. Sinto que hoje a miséria é normal. Eu não consigo aceitar isso.”*¹⁴⁰

Com seu trabalho ele alcançou um grande reconhecimento, mas sua visão do designer e do ilustrador continua sendo uma visão social. Mais do que meramente um criador de imagens, e bem além de um comunicador visual, Rui de Oliveira é alguém que se expressa através de um pensamento social que se reflete nas imagens que faz. Não poupa críticas ao governo e condena o Estado que não investe em educação.

Sua paixão pela ilustração começou, segundo ele, por gostar de ler. Ele aponta para a importância de contar histórias e vê a própria vida como uma grande narrativa. Entretanto, apesar de procurar manter uma relação amistosa com a tecnologia, Rui confessa que o computador não é parte integrante de seu pensamento filosófico. Ele não lhe traz nenhuma reflexão. Embora ele frise que caso haja necessidade, caso haja uma justificativa literária para uma imagem feita via computador, ele não vai se isentar de produzi-la, na sua metodologia para criação de imagens a máquina não é peça chave. Ele resume o assunto do computador na criação da imagem:

“Eu não dialogo com máquinas, eu dialogo primeiro comigo e depois com as pessoas. Você pode ter uma belíssima aula de vanguarda em um quarto. Não é a tecnologia que vai trazer a vanguarda. Uma aquarela de Klee pode ser mais vanguardista que todos esses infográficos.”¹⁴¹

O segundo profissional é Tiago Teixeira, é um jovem designer, ainda completando o curso na Escola de Belas Artes da UFRJ, o mesmo lugar onde Rui de Oliveira estudou anos atrás. Apesar de não ter concluído o curso, Tiago já acumula um invejável portfólio, atuando principalmente como designer para a Web. Mais de uma vez seus trabalhos e/ou

¹⁴⁰ Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 11 de novembro de 2000.

¹⁴¹ *Idem.*

opiniões foram veiculados na mídia, tendo sido apontado como um dos designers que exploram com originalidade o potencial das páginas na Internet.¹⁴²

Tiago tem em comum com Rui de Oliveira o hábito de resgatar conceitos passados. A concepção para seu *website* pessoal foi um clima *noir* com a sua presença caricaturada na figura de um detetive à la Marlowe. A preocupação com o social se revela na campanha-paródia “O Brasil não é um bobo alegre”, que simultaneamente critica e zomba da “...*obscena campanha governamental intitulada ‘Movimento Brasil é mais’ que aparentemente tem como objetivo fazer o povo brasileiro ‘pensar positivamente’...*”¹⁴³ Neste mesmo site fica o seu *blog* onde os comentários, extensos e atualizados quase diariamente, freqüentemente envolvem política, artes e cinema. Seu discurso carregado de opinião, sua constante retomada de temas culturais e sua iniciativa de tornar pública sua voz parecem fazer eco a certas facetas de Rui de Oliveira. Apenas o meio em que seu discurso ocorre não é em um espaço físico, mas no seu espaço pessoal virtual, seu site na Internet.

Tiago, como Rui de Oliveira, vê a arte como criadora do novo, para “...*fugir um pouco dessa banalidade. O artista é meio um profeta, o artista está vendo uma coisa que a gente está pulando...*”¹⁴⁴ Também como Rui de Oliveira, acredita que o resultado do trabalho de design deve agradar ao cliente mas também ao seu criador, uma marca da sua individualidade.

Diferente de Rui de Oliveira, entretanto, Tiago usa o computador como um meio de criar e a Internet como um meio para não apenas divulgar seu trabalho, suas idéias, opiniões e expectativas, mas para se relacionar com o mundo: com seus leitores, seus amigos, seus colegas designers e quem mais se aproximar. O computador não é mera ferramenta, mas invade e se mescla com seu ambiente, condicionando sua visão do mundo e a forma de se relacionar com ele.

Embora detenham grandes semelhanças nos seus respectivos modos de ser e agir, Tiago e Rui diferem radicalmente na forma de encarar os meios tecnológicos ligados à arte, o que gera uma forma bem peculiar de cada um estabelecer seus vínculos com o mundo. O ponto de contato entre Rui de Oliveira e o mundo é sua prancheta, é

¹⁴² MACHADO, André. *Artistas da Web ‘viajam’em laboratórios on-line*. O Globo, Rio de Janeiro, 7 de maio de 2001, Informática ETC, Caderno 1, p.4.

¹⁴³ TEIXEIRA, Tiago. *Movimento Brasil é isso aí*. Disponível na INTERNET via www. url: <http://www.tiagoteixeira.com.br/boboalegre/>. Arquivo consultado em 2002.

¹⁴⁴ Entrevista concedida ao autor. Rio de Janeiro, 28 de novembro de 2001.

ela sua interface e mediante os traços que se estendem sobre ela a visão do artista é passada ao mundo. Já Tiago dispõe de um canal aberto vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana, que é seu site. Dele não partem mensagens acabadas, mas antes ele recebe visitantes que vêm para ler, apreender, aprovar e discordar do seu conteúdo:

“Na era do livro, o controlo da linguagem foi sempre privado, mas com os *media* electrónicos o controlo da linguagem torna-se público e oral. Com o advento da Internet temos o primeiro meio que é oral e escrito, privado e público, individual e colectivo ao mesmo tempo.”¹⁴⁵

Exemplificando a declaração de Kerckhove, Tiago tem seu espaço privado de opinião transformado em algo estrondosamente público pela Internet e isto certamente acarreta mudanças no seu modo de sentir, pensar e criar, especialmente quando se fala em criar imagens para a própria rede que o alimenta. E assim como ele, outros designers parecem estar desenvolvendo esta relação com a Web. Na próxima parte o resultado das declarações destes designers será apresentado.

¹⁴⁵ KERCKHOVE, D. *Op. cit.* p.249.

3. DE ARTES E TÉCNICAS: OS DADOS DE CAMPO

Uma parte essencial deste trabalho envolveu entrevistas com 35 designers das mais variadas formações que sofreram, em maior ou menor grau, a transição do meio impresso para o meio on-line.

Já que todos eram oriundos de uma mesma região geográfica, a do Rio de Janeiro, procurei obter um universo bem variado, tanto em relação à faixa etária e conseqüente experiência na profissão, quanto em relação à sua formação. Sete integrantes deste grupo atuam ou atuaram como professores em cursos de design, o que lhes dá uma ótica particularmente privilegiada. Além disso, existe um pequeno grupo de cinco webdesigners graduados em outras áreas ou mesmo sem nenhum treinamento formal específico, cujos depoimentos trouxeram interessantes contrastes e recorrências com os dos designers propriamente ditos.

As entrevistas foram gravadas em fitas cassete, com uma duração que variou entre 60 a 90 minutos. Para permitir uma posterior comparação entre cada uma, foi utilizado um roteiro composto de cerca de 60 perguntas¹⁴⁶. Este roteiro de perguntas sofria pequenas variações em função de cada entrevistado e era dividido em 6 grupos principais de perguntas:

- **Dados Pessoais** - Nome, telefone, endereço, nascimento, etc.
- **Formação Acadêmica e Aprendizado Prático** – Procurando cobrir as primeiras etapas de formação do designer e sua avaliação da educação recebida.
- **Atuação Profissional** – Cobrindo sua entrada no mercado, disparidades sentidas em relação à faculdade, suas expectativas e preocupações com respeito à profissão.
- **Design, Comunicação, Arte e Internet** - A visão do designer em relação a cada uma destas áreas, suas interações e recorrências no desempenho profissional.

¹⁴⁶ O questionário completo encontra-se no Apêndice 1.

- **Webdesign** – Questionando mais a fundo sua atividade de criação para a Web, investigando o que mudou, tanto no contexto técnico-prático quanto na reflexão teórica.
- **Visão do Futuro** – Cobrindo suas expectativas e suposições quanto ao futuro da Internet e da profissão.

Os entrevistados cederam os direitos de reprodução de seus depoimentos no contexto desta pesquisa. Estes depoimentos foram editados e analisados para gerar um corpo de análise do qual se pudesse tirar conclusões relevantes para o trabalho. As análises são apresentadas a seguir, junto a trechos particularmente ilustrativos das posições mais recorrentes ou contrastantes

3.1. Uma Possível Definição da Arte

As entrevistas realizadas pretenderam, mediante análise, estabelecer uma visão esclarecedora do ofício de webdesign: trinta e cinco visões diferentes da arte e sua relação com o universo dos artistas gráficos encaminham conclusões que merecerão ser consideradas por investigações daqueles que, no futuro, se dedicarem ao tema. Antes de prosseguir, no entanto, faz-se necessário apresentar o que seria uma visão da arte no contexto desta pesquisa.

Grande parte dos entrevistados negou a possibilidade do design ser arte em função de seu compromisso com a vontade do cliente, preocupação com mais questões técnicas e ideal de reprodução em série. Aparentemente, a utilidade de um objeto ou o fato do material exigir certos procedimentos técnicos para sua feitura impediam certa parcela dos entrevistados de considerarem seus produtos enquanto arte. Outros aceitavam o design como arte, mas usavam sistematicamente uma expressão do tipo “arte técnica”, “arte aplicada” ou ainda “arte tecnológica”, parecendo com isso querer diferenciar o design da arte acadêmica. Entretanto, não se pode afirmar que a arte se limite à Academia ou apenas à arte pura. Uma consideração menos convencional da arte pode ajudar a desfazer certos estereótipos a respeito daquilo que deve ser considerado fazer artístico ou de como deve ser o artista, além de não limitar nossa visão da arte àquilo que foi definido como tal por um grupo social específico em um contexto temporal e geográfico extremamente limitado.

Segundo uma visão mais antropológica do fazer artístico, estimo que se possa definir a arte como detentora de três aspectos: preocupação técnico-formal e habilidade na feitura; influência da subjetividade, gosto pessoal e domínio de certos códigos

culturalmente definidos; e preocupação em gerar fruição no espectador (gerar um efeito, comunicar sentimentos, opiniões e uma visão do mundo) e gosto no fazer o objeto (aspecto lúdico).

Assim, um determinado objeto pode ser chamado de obra de arte quando é confeccionado com uma preocupação de excelência na sua construção, a partir de uma subjetividade que faz escolhas a respeito do processo constitutivo e expressa sua visão do mundo com base em seu repertório cultural próprio e que, com isso, almeja uma fruição, não só para o executor (enquanto prazer da feitura) mas também para possíveis espectadores futuros, ainda que esta fruição não seja reconhecida a princípio.

Destaco que esta curta definição pode ser desdobrada em várias frentes: a respeito da ênfase técnica e da busca do belo pode-se dizer que sempre houve uma proximidade muito grande entre habilidade técnica de execução e o fazer artístico. A habilidade de um artista em manusear o material com que trabalhava era um fator de reconhecimento de sua capacidade criativa. Nas ditas sociedades simples, este fato é ainda mais evidente. Um grafismo indígena não é reconhecido por sua originalidade na concepção, uma vez que sua temática e processo criativo são extremamente limitados pelas tradições que o envolvem. Ao invés disso, seu criador será valorizado justamente por sua habilidade técnica na execução daquela obra. Dentro destas sociedades, apesar de muitas vezes o repertório temático ser bem limitado, indivíduos considerados habilidosos terão seus trabalhos reconhecidos pelos seus pares.¹⁴⁷ Da mesma forma, em outro exemplo um pouco mais próximo, um bom instrumentista é reconhecido como artista ao ser capaz de executar com precisão as notações de uma partitura musical, sem se desviar daquilo que foi criado pelo compositor. Sua criatividade é limitada pela pauta. O compositor por sua vez, quando imagina sua música, a traduz em símbolos gráficos sobre pauta musical a fim de assegurar sua reprodutibilidade mais tarde. Vê-se, portanto, o quanto a forma e a técnica estão diretamente ligadas à essência da obra e à caracterização de determinado objeto como obra de arte.¹⁴⁸

Outro aspecto vinculado ao fazer artístico é o seu aspecto lúdico. O gostar de fazer, a satisfação de se estar criando um objeto material como marca de uma relação entre criador e obra pode ser vista como outra característica da arte. Ao mesmo tempo, a

¹⁴⁷ Ver, a propósito, FIGUEIRA JÚNIOR, 1992. Especialmente p. 276.

¹⁴⁸ Esta relação íntima entre a essência da obra e as técnicas utilizadas para apresentá-la já foi discutida neste trabalho embasada nas visões de Ernst Cassirer. Ver capítulo 2, tópico 2.2.3, p.39.

fruição também é almejada no lado do receptor. A obra é feita para que tente alcançar o observador, gerar um efeito, ainda que este só seja sentido bem mais tarde. A obra de arte tem esta característica comunicacional, conforme disse Panofsky¹⁴⁹ — busca uma responsividade no observador. Este aspecto duplo da fruição, tanto do autor durante a criação quanto do observador da obra acabada, é, portanto, outra marca da arte.

Além disso, nesse contexto criativo, a habilidade e o gosto pessoal do artista estão interagindo com o meio material. O ato criativo passa por uma subjetividade que, tendo por base um repertório cultural atrelado a uma história de vida e condicionado a um gosto pessoal, faz escolhas específicas dentro um universo das possíveis soluções. Mesmo quando se submete o fazer artístico a restrições técnicas, existem tais escolhas, o que impossibilita a existência de uma criação impessoal, isenta de influências subjetivas por parte do seu criador.

Assim, seja numa pintura renascentista, em um trançado indígena dos Wayana¹⁵⁰ ou em um site experimental da Internet a arte está presente. Esta definição mais ampla da arte provou ser capaz de contemplar as mais variadas manifestações da criação humana com o mérito de não fazer necessária a criação de uma pseudo-categoria de semi-arte, ocupada pelo design. Na verdade, os designers, com os seus projetos, são hoje os grandes responsáveis pela tradução de uma cultura em termos visuais, alimentando o imaginário social tanto quanto os mestres renascentistas o fizeram na sua época com suas pinturas, esculturas e monumentos.

3.2. A Arte e os designers

No material recolhido para este trabalho, fica bem marcada esta posição privilegiada da arte nas histórias de vida dos entrevistados. Dos trinta e cinco entrevistados, quatorze declararam textualmente que desde a infância gostavam de desenhar, reconhecendo nesta inclinação uma das razões da opção pelo design. Dos restantes, treze tiveram um contato mais intenso com a arte seja através da família ou de amigos ou já demonstravam desde cedo um desejo de criação. Nestes dados pode-se reconhecer duas vertentes: uma tendência à arte, que toca no aspecto mencionado anteriormente do gostar do fazer artístico; e também uma adequação às circunstâncias, na qual o indivíduo direciona suas aptidões a partir da bagagem oferecida pela família

¹⁴⁹ PANOFSKY, E. *Op. cit.* p.31

¹⁵⁰ Ver VELTHEM, 1998. pp.140-193, especialmente 190.

ou círculo de amigos. É curioso que vários tenham comentado que entraram em design quase que por acaso, dada a falta de informações sobre o curso.

Ao se questionar sobre o design ser ou não arte, as respostas se dividiram. Alguns foram diretos em afirmar a posição do design como arte, outros procuraram fazer certas ressalvas, encaixando o design em uma categoria de “arte técnica”, sem desprezar a arte, mas enfatizando o vínculo do design com uma metodologia precisa conforme declara Thomaz Brasil:

“O designer é um artista que trabalha a técnica. O conceito de criação é um conceito de arte, só que o mecanismo que você vai usar pra transformar isso da sua cabeça pra um serviço pro cliente, é um mecanismo técnico. Você tem todas as normas de diagramação e conceitos do que facilita a leitura. E isso qualquer um que tenha o conhecimento técnico faz. O que dá o diferencial é a capacidade criativa e aí eu posso dizer que você tem a arte atuando.”¹⁵¹

É interessante notar que entre os webdesigners vindos de outra formação que não os cursos superiores de design (André Vallias, Antônio Callado, Fábio Duarte, Leo Ehrlich, Martha Werneck e Paulo Augusto da Cunha) há uma unanimidade na classificação de design como arte, sem nenhuma ressalva quanto às suas questões técnicas. Antônio Callado comenta sua perplexidade ante essa negação da arte entre os designers que conhece:

“Os designers sempre dizem o contrário. Eu acho que o que ele faz é arte, e não sei por que a grande maioria diz que não é. [...] Eu jamais colocaria o rótulo na atividade e sim na obra, [mas] não vejo por que um designer não possa desenvolver arte. O fato de você ter função não afasta de maneira alguma a obra do conceito de arte, é até desejável..”¹⁵²

As negativas de alguns designers são muito enfáticas. Elas passam por argumentos recorrentes que dissociariam o design da categoria de arte:

- O design segue uma metodologia precisa, não sujeita à subjetividade.
- Deve ser funcional, solucionar um problema.
- Existe uma preocupação com a reprodutibilidade da peça desenvolvida.
- Deve agradar e se submeter às exigências do cliente/contratante.
- Deve se preocupar com a acessibilidade da peça pelo público.

¹⁵¹ Thomaz Brasil, entrevista em 11/10/2001.

¹⁵² Antônio Callado, entrevista em 13/12/2001.

Segundo alguns entrevistados, a existência de um objetivo claro para um projeto de design e uma metodologia utilizada para alcançá-los sugeriria uma necessária dissociação da arte, assim como sua preocupação com a funcionalidade e com a resolução de um problema. Esta é a posição de Rodolfo Capeto, professor da ESDI (Escola Superior de Desenho Industrial) ao responder à pergunta: “Design é arte?”:

“Não. De jeito nenhum, porque design trabalha efetivamente com solução de problema. Isso não é atribuição da arte. O componente estético não caracteriza a arte, ela já se livrou dessa questão da estética há muito tempo. Se a gente for tentar recuperar essa divisão de arte pela questão da estética vai estar levando uma rasteira de décadas dos artistas, pra quem essa questão já está ultrapassada. Tem uma palavra capciosa, um terreno meio movediço, que diz que certamente design não é arte. Quanto a isso eu sou bastante categórico. Não acho que isso seja um desmerecimento pro designer e sim coisas diferentes.”¹⁵³

Alguns parecem enxergar nesta metodologia um componente capaz de dar ao design um caráter mais objetivo, aproximando-o a uma atividade técnica e mesmo isentando-o de uma autoria, conforme se percebe nas palavras de Juliana Ferreira:

“Design é comunicação e não arte. Design pode ter arte, mas mesmo quando tem arte tem um objetivo muito claro de comunicar alguma coisa. [...] o design não é autoral, o design é você ter um cliente, um objetivo e ter que transmitir aquilo. Não é uma coisa sua, pode até haver projetos pessoais, mas o objetivo da disciplina como trabalho do design é comunicar. Eu defendo muito isso porque muitos designers acabam sofrendo porque acham que design é arte e não é, é comunicação.”¹⁵⁴

Já o designer Pedro Herzog acredita que enquanto perfeição técnica o design até possa se assemelhar à arte, mas cessam aí as similaridades:

“Essa palavra artista é complicada porque o cara era um arte finalista porque fazia umas bonecas maravilhosas, depois cortava o papel e no final tinha-se um livro perfeito, feito à mão. O cara é um artista. Ele não estava questionando a sociedade, mas ele faz o produto dele com tanta categoria, com tanta elegância que você pode dizer que ele é um artista. O designer pode ser artista nesse sentido, de conseguir fazer um produto tão

¹⁵³ Rodolfo Capeto, entrevista em 6/12/2001.

¹⁵⁴ Juliana Ferreira, entrevista em 27/11/2001.

elegante, tão interessante e bem acabado que você diz que ele é um artista como designer. Mas o designer não é um artista.”¹⁵⁵

Carlos Bahiana, formado em design pela Faculdade da Cidade, concorda com as objeções de Rodolfo Capeto e Juliana Ferreira, acrescentando que uma das diferenças entre design e arte seria a necessária preocupação com a reprodutibilidade da peça desenvolvida por parte do primeiro:

“Quando um artista desenvolve uma peça de arte, ele está expressando na obra de arte conceitos ou um ponto de vista pessoal sobre a realidade. Ele não pressupõe a reprodução em massa, que até pode vir a acontecer em alguns casos. O design leva em consideração aspectos estéticos, simbólicos, mas é um desenvolvedor de soluções de problemas concretos, [como] o das pessoas adquirirem através do processo comercial, produtos em massa.”¹⁵⁶

Por fim, as últimas objeções envolvem a necessidade que uma peça de design tem de agradar às exigências do cliente, assim como ser acessível ao público alvo. Nesse caso o design se apropriaria de elementos da arte, mas os tornaria mais assimiláveis ao gosto do cliente e do público consumidor. Esta interferência por parte do cliente é apontada por Luciana Berner:

“Acho que a gente é artista na medida em que pode brincar com a nossa criatividade; que a gente pode mexer com imagens, com figuras, com coisas que vão mexer com as emoções das pessoas que vão olhar aquele trabalho. Mas a gente não é artista na medida em que tem que obedecer a uma série de regras, uma série de imposições, às vezes do cliente, que não se deixa convencer de que você gostaria de fazer a coisa por um caminho e ele realmente quer outro caminho. Aí acaba arte e você entra por um caminho mais técnico mesmo. Por mais que os seus argumentos — até técnicos — [insistam] que aquela letra entre em cima e não embaixo, mas o cliente cisma que quer em embaixo... Neste ponto eu acho que a arte fica meio de lado.”¹⁵⁷

É interessante verificar que todas estas objeções ao design como arte parecem ter sido feitas tendo-se em mente a visão de uma arte pura, extremamente pessoal e totalmente descompromissada com o mercado, capaz de permitir ao artista uma livre expressão de suas visões e sentimentos. Para muitos designers, qualquer compromisso

¹⁵⁵ Pedro Herzog, entrevista em 6/12/2001.

¹⁵⁶ Carlos Bahiana, entrevista em 1/12/2001.

¹⁵⁷ Luciana Berner, entrevista em 11/10/2001.

que a obra tenha fora dela mesma a desmerece como arte. Este raciocínio é também aplicado à visão do artista como alguém livre de quaisquer comprometerimentos e obrigações além de sua própria individualidade. A obra de arte teria então este equilíbrio tão delicado que um mínimo de restrição externa a retiraria de seu local de honra. O rótulo de artista, por sua vez, traria uma noção de independência do mercado. Geertz aponta como é difícil lidar com compreensões deste tipo. Estas concepções nebulosas, que não são explícitas nem sistematizadas mas apenas assumidas como certas, acabam por moldar as atividades destes criadores em seu cotidiano.¹⁵⁸ Talvez seja esta uma das razões pelas quais muitos designers não queiram ser caracterizados como criadores de arte, por temerem receber, junto com esta classificação, o estereótipo de irresponsabilidade popularmente (e erroneamente) associado com os artistas, particularmente inadequado a um designer que precisa adquirir a confiança de seus clientes. Esta visão estereotipada da arte, embora muito difundida, é considerada prejudicial pela webdesigner e pintora Martha Werneck:

“As pessoas falam: hoje em dia é normal, eu faço qualquer coisa, lixo a tela, pinto como se estivesse lavando a pia da cozinha e está bom. E é isso, é gestual, é expressão e tudo virou muito individual. A expressão do artista virou uma coisa muito mitificada. Isso é muito negativo pra arte...”¹⁵⁹

Vale analisar, entretanto, as opiniões recolhidas à luz da definição de arte mais ampla apresentada anteriormente e em relação a outros entrevistados.:

A existência de um método de produção não descaracteriza uma obra de arte. Cada forma de expressão possui certas regras de trabalho intrínsecas ao meio utilizado, que por si só apóiam o surgimento de uma metodologia, seja ela mais ou menos rígida. Da mesma forma, conforme já foi visto, uma metodologia, por mais estrita que seja, não inibe completamente a subjetividade envolvida em uma atividade criativa. Assim, uma gravura em metal tem um processo de produção muito mais rigoroso do que um desenho a carvão, não obstante ambos, com seus respectivos potenciais e limitações, estarem permitindo a expressão pessoal do artista.

Igualmente, a funcionalidade de um objeto não pode ser vista como empecilho para sua classificação como arte. Basicamente toda a arte étnica é composta de objetos

¹⁵⁸ GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. *Op.cit.* p. 227.

¹⁵⁹ Martha Werneck, entrevista em 10/10/2001.

úteis, não obstante artísticos.¹⁶⁰ Rejeitar o funcional na arte é uma opção que carrega em si a pena de se estar desclassificando junto uma grande parte da produção artística do ser humano.

A preocupação em se reproduzir um objeto também não é prerrogativa exclusiva do design. Conforme mencionado previamente, um compositor procura escrever sua música em uma pauta musical a fim de torná-la passível de ser reproduzida mais tarde. A mesma preocupação com a reprodução é parte essencial das várias vertentes da gravura.

No que tange à interferência de terceiros no fazer do designer, seja esta por um contratante ou por em público consumidor que precisa ser cativado pelo trabalho, é importante levar em conta a intersecção de três culturas de gosto que a priori são bem diferentes: a do designer, a do seu cliente e a do consumidor. A interação entre estes três universos simbólicos será gerenciada pelo designer, em maior ou menor grau, com mais ou menos habilidade e será esta interação que será impressa no produto final do trabalho. Contudo, embora esta interferência seja um fator complexo e sem dúvida relevante, sua existência não compromete o objeto de design como obra de arte. Caberá ao designer realizar seu projeto a partir destes imaginários distintos, negociando entre eles, com sensibilidade para que o objetivo seja atingido. Martha Werneck vê nessa mescla de culturas de gosto um aspecto educacional importante que o design teria em nossa sociedade:

“Você faz uma obra única — a não ser que seja gravura, que você pode fazer várias reproduções — Mas você faz uma pintura única e ela vai estar lá exposta numa galeria e poucas pessoas vão ver. E o design não, ele é altamente abrangente, você faz uma embalagem e ela está lá no balcão da lanchonete da esquina, no supermercado, todo mundo está vendo e comprando. As pessoas têm contato visual direto com seu produto, com sua obra. Porque não deixa de ser uma obra, você fez aquilo, você criou aquela embalagem, aquelas cores e colocou tudo seu naquilo. Então acho legal porque todo mundo vê e faz parte da educação visual do povo, acho que o design é responsável por isso, pela divulgação de uma cultura.[...] O designer tem que se colocar como responsável pela educação visual do povo, como divulgador da cultura do seu próprio país. É isso que estamos precisando, valorizar a cultura. O designer que tem consciência da cultura do país faz essa cultura refletir no seu trabalho e com isso atinge a população.”¹⁶¹

¹⁶⁰ Ver, por exemplo, LIMA, Tânia Andrade. *Cerâmica Indígena Brasileira* In: RIBEIRO, Darcy (ed.), **Suma Etnológica Brasileira**. Petrópolis: Vozes, 1986, pp.173-229. *Passim*.

¹⁶¹ Martha Werneck, entrevista em 10/10/2001.

Na defesa do design como arte, os argumentos de alguns dos entrevistados lidam com os mesmos pontos abordados nas objeções, como a questão da comunicabilidade da obra, a interferência do cliente, a necessidade da funcionalidade. Em todas estas questões, entretanto, eles não vêm empecilhos à consideração do design como categoria de arte e esta posição parece mais coerente com a visão da arte adotada nesta pesquisa.

Durante a Idade Média era uma atribuição da arte sacra funcionar como elemento tradutor das altas instâncias teológicas para a compreensão do leigo. Os vitrais, afrescos e esculturas dos santos seriam uma teologia visual explícita, capaz de dar ao homem do povo uma visão abrangente da cosmogonia que professava. Nesse sentido, a pintura e escultura eram criadas necessariamente para que fossem apreensíveis.¹⁶² Educar, comunicar era sua função e objetivo e não parece ter havido questionamentos a respeito de sua dupla identidade de elemento comunicativo e obra de arte. Algo semelhante pode ser notado hoje. Ao mesmo tempo em que algumas vertentes da arte parecem se distanciar cada vez mais da compreensão do homem comum, tornando-se acessíveis somente aos “iniciados”, o design parece estar ocupando um local de mediação, responsável por traduzir códigos muito mais sofisticados em uma linguagem visual que seja interpretável pelo grande público. E da mesma forma que os vitrais da Idade Média, sua função de comunicação não desmerece sua posição como obra de arte. Martha Werneck também faz este paralelo entre arte medieval e design:

“O artista sempre serviu pra um propósito, seja pra decorar uma igreja, ou pra fazer o retrato da família real, ou pra comunicar a fé dele, no caso a comunicação, a comunicação da fé, da mensagem divina, dos hábitos do cotidiano, do que estava acontecendo de errado na sociedade. O designer também faz isso, ele comunica o produto que está sendo vendido, a idéia de uma exposição, tudo, a idéia de uma empresa, a cara de uma empresa.”¹⁶³

Osmarco Valladão, formado em Desenho Industrial pela Escola de Belas Artes da UFRJ, concorda com esta visão do design e é até mais enfático ao apontar a posição do design como importante elemento formador de nossa cultura contemporânea:

“Alguém que [manifesta] sua habilidade no uso de um determinado material e/ou linguagem para expressar sua percepção do mundo, é com

¹⁶² ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1990. p.240.

¹⁶³ Martha Werneck, entrevista em 10/10/2001.

certeza alguém que faz arte. A idéia de que ‘arte’ só merece esse nome se for usada para expressar as profundezas da alma individual do artista é um mito do século XIX. Grandes obras-primas da história foram feitas sob encomenda, segundo especificações e necessidades do ‘cliente’, num processo muito semelhante ao do dia-a-dia do designer. E ninguém questiona se Leonardo da Vinci ou Mozart foram artistas.”

“O design, aliás, é a arte mais representativa do séc. XX (e até agora, do séc. XXI, também). É através do design que a sociedade contemporânea se tem ‘retratado’. Pegue uma fotografia de uma paisagem urbana do séc. XX e compare a, por exemplo, uma paisagem urbana de uma pintura do séc. XVI. Note como o design é fundamental na paisagem do séc. XX, na forma de veículos, elementos urbanos, sinalização, logotipos, letreiros, publicidade, etc.”¹⁶⁴

É revelador também nessa discussão sobre design e arte a opinião dos entrevistados sobre o que seria uma solução ideal de design. Apesar da diversidade de opiniões e embora alguns entrevistados considerem determinantes um resultado mercadológico ou funcional, uma grande maioria considera fatores como originalidade, criatividade e estética essenciais a uma solução de design. José Augusto Fialho, professor da Escola de Belas Artes, salienta essa característica de uma solução de design:

“A criatividade. O design está inserido num contexto de expectativa por parte do público, para que apresente uma novidade tanto na forma quanto no conteúdo. Nesse aspecto ele se liga com a questão da arte, já que instaura um novo mundo, ou realidade. Acho que o design, mesmo com sua obrigação de ser acessível, tem que trazer esse algo mais, que é um acréscimo à sensibilidade do indivíduo. Um toque novo.”¹⁶⁵

Entrevistados que inclusive negaram a possibilidade do design ser arte anteriormente declararam que uma solução ideal de design seria capaz de cativar ou emocionar o cliente e o público, gerando um efeito subjetivo.¹⁶⁶ Sérgio Boiteux, por exemplo, que acredita que o design não deva ser encarado como arte em função de seu compromisso com o cliente, deixa escapar, no entanto, que é importante haver uma assinatura própria do designer no trabalho.¹⁶⁷ Igualmente Tiago Teixeira, que também

¹⁶⁴ Osmarco Valladão, entrevista em 12/01/2002.

¹⁶⁵ José Augusto Fialho, entrevista em 5/12/2001.

¹⁶⁶ Como se vê dos depoimentos de Daniela Oliveira e Lícia Rubinstein.

¹⁶⁷ Sérgio Boiteux, entrevista em 27/11/2001.

não vê o design como arte, aponta que uma solução ideal agrada não apenas ao cliente mas ao próprio designer, uma vez que este acaba se expressando.¹⁶⁸

André Vallias, por sua vez, faz uma interessante comparação entre design e poesia, ratificando-o como um fazer artístico. Talvez esta seja de fato uma excelente metáfora para se ilustrar as complexas interações entre mensagem e formato que envolvem a produção de uma peça de design:

“É quando aquela forma não poderia existir sem aquele conteúdo. E aquele conteúdo não poderia existir sem aquela forma. [Há] a perfeita integração, indissolúvel, entre os dois. [...] É um pouco o trabalho do poeta, quando ele tenta combinar palavras onde não só a palavra, o significado da palavra, mas os aspectos materiais da palavra também espelhem aquilo que ele quer dizer. Então repetições de som, ritmo, a própria composição visual do poema na página, no espaço do papel, tudo isso, toda essa combinatória, toda a interação de diversos elementos é que faz de um poema um poema.”¹⁶⁹

Clifford Geertz conta que uma análise antropológica produz uma interpretação do modo de vida de um povo ou grupo social que não esteja limitada pelas barreiras intelectuais ou culturais daquela sociedade. Consiste em captar os conceitos de experiência-próxima daquelas pessoas — aqueles conceitos que usam no seu cotidiano uns com os outros — e promover conexões com conceitos mais amplos, a partir de um arcabouço teórico, que permitam esclarecer as diversas facetas da vida social. Desta forma, busca-se entender não apenas o que os pesquisados acreditam que fazem, mas o que fazem de fato.¹⁷⁰ Aplicada às particularidades desta pesquisa, esta abordagem revela as ocasionais discrepâncias entre o fazer e o pensar dos entrevistados.¹⁷¹

Num texto anterior, em outra obra sua, Geertz já defendia a classificação do pensamento como um ato basicamente social, compartilhando um mesmo ambiente com outros atos sociais.¹⁷² Mais do que fenômenos ocultos no cérebro, o pensamento também se dá por uma manipulação de símbolos significantes na forma de objetos criados pelo homem, o qual imprime sobre eles significados específicos, culturalmente variáveis. É através dos padrões expressos nestes símbolos significantes que o ser

¹⁶⁸ Tiago Teixeira, entrevista em 28/11/2001.

¹⁶⁹ André Vallias, entrevista em 20/12/2001.

¹⁷⁰ Esta perspectiva será desenvolvida, no tocante aos informantes da pesquisa, ao longo do capítulo 5 — Considerações Finais.

¹⁷¹ GEERTZ, C. **O Saber Local**. *Op. cit.* p.88.

¹⁷² GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. *Op.cit.* p. 227.

humano ordena e compreende sua realidade. Caracteriza-se, portanto, a importância dos trabalhos de design como integrantes deste conjunto de símbolos significantes imerso em nossa sociedade, ressaltando-se que seus conteúdos conceituais não são dados intrinsecamente, antes são impostos por seus criadores, contratantes e público.¹⁷³

Concluindo, a respeito desta questão tão polêmica que é caracterizar ou não o design como fazer artístico, parece ter ficado claro, no contexto desta pesquisa, que o trabalho dos designers entrevistados, suas visões do ofício e suas aspirações como profissionais estão perfeitamente identificadas com as características da arte previamente enunciadas de forma bem concisa, ainda que os mesmos não se vejam nem verbalmente se admitam criadores de peças artísticas.

É claro que, conforme foi dito por um dos entrevistados¹⁷⁴, arte não é tanto um rótulo que se aplique a uma atividade específica, e sim muito mais uma atribuição de cada obra individual de cada artista (ou no caso, designer) especificamente. Sempre haverá aquele criador que põe mais de si em um trabalho, ainda que contratado, enquanto também sempre haverá aquele que apenas tenta cumprir seu papel social e garantir seu sustento. O que se espera com esta discussão e análise é apenas diluir esta barreira artificial que separa o design da arte, deixando clara sua posição como mais uma das inúmeras formas do ser humano se relacionar plasticamente com o mundo, com o outro, com sua cultura e com sua própria individualidade.

3.3. Formação

Os entrevistados no decorrer desta pesquisa são provenientes dos cursos de design de cinco instituições principais: UFRJ (11 entrevistados), PUC (6 entrevistados), Estácio de Sá (2 entrevistados), Faculdade da Cidade (4 entrevistados) e ESDI (6 entrevistados). Um grupo de outros seis designers não tem formação na área. Por fim, dois outros entrevistados são professores nos cursos de design em suas respectivas universidades: José Augusto Fialho (UFRJ) e Rejane Spitz (PUC).

Apesar das características particulares de cada instituição representada, ao serem perguntados sobre suas opiniões a respeito dos cursos que fizeram, três pontos foram bem recorrentes nas respostas destes designers: o questionamento das grades

¹⁷³ *Ibid.* p. 271.

¹⁷⁴ Ver página 56.

curriculares, a lacuna percebida entre ensino acadêmico e prática de mercado e por fim a noção de participação em um “mundo do design” que a faculdade proporcionaria.

A grade curricular que compõe os cursos de design foi questionada várias vezes. Apesar de alguns entrevistados declararem que tudo em sua formação acadêmica foi relevante, para um número maior de graduados as disciplinas apresentadas na faculdade foram inadequadas. Muitos criticam o que pensam serem estudos completamente dispensáveis em um curso de design em função de seu distanciamento da área de atuação do profissional como Matemática, Física, Estatística e Economia.¹⁷⁵ Já outros citam disciplinas que até teriam uma utilidade anteriormente, mas que em face dos avanços tecnológicos por que passou a profissão, teriam perdido sua relevância.¹⁷⁶ As disciplinas que envolvem produção gráfica caem nessa situação, dada a dificuldade da faculdade em se manter a par das constantes inovações que foram sendo feitas nos equipamentos das gráficas. Mesmo técnicas artísticas foram sendo deixadas de lado pelo profissional de design. Marcello Rosauo, por exemplo, considera um paradoxo o fato de, ao mesmo tempo que já trabalhava profissionalmente com o computador, ter que produzir os tradicionais exercícios de escala de cores em guache. Os designers que se graduaram quando da entrada do computador na profissão sentiram mais isso, como Luciana Berner: “[...] eu peguei exatamente a transição. Quando eu entrei na faculdade ninguém tinha computador. Quando eu saí, todo mundo tinha. Então, algumas coisas que a gente pegou no meio do caminho não foram muito úteis.”¹⁷⁷

Tiago Teixeira vai mais além ao citar a influência do computador no cotidiano acadêmico dos alunos. Segundo ele, aulas de quatro horas, originalmente pensadas para dar ao aluno uma oportunidade de fazer seus trabalhos na faculdade, são hoje inadequadas, uma vez que os trabalhos são desenvolvidos pelos estudantes em seus computadores domésticos. Pedro Herzog, por sua vez, reclama das lacunas do ensino, como por exemplo a ausência de uma disciplina de webdesign e acredita que uma revisão da grade curricular, redistribuindo as diversas cadeiras, seria muito benéfica para os estudantes. De todos estes depoimentos, fica evidente a dificuldade de um curso universitário contemplar adequadamente as variadas vertentes do design em face de sua multiplicidade e sua constante evolução.

¹⁷⁵ Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo, Lícia Rubinstein e Tiago Teixeira.

¹⁷⁶ Como se vê dos depoimentos de Daniela Oliveira, Marcello Rosauo e William Cogo.

¹⁷⁷ Luciana Berner, entrevista em 11/10/2001.

Um segundo ponto recorrente foi o distanciamento entre ensino de graduação e realidade de mercado. Essa dificuldade de aclimatação já é encarada com naturalidade por muitos e tida mesmo como inevitável, conforme explica o designer Lula Rocha, que também atua como professor universitário:

“A faculdade, por natureza, não prepara bem. O que você tem de situação real, simulação ou qualquer matéria orientada pro mercado é fraco, porque a faculdade tem uma natureza acadêmica. Eu vejo na faculdade milhões de teses de mestrado que não vão sair dali pra nada, que morrem ali mesmo, muito pouco é publicado, ou vira algo que afeta o mercado de alguma maneira. A faculdade não canaliza isso pra reverter de uma maneira positiva pra sociedade.”¹⁷⁸

Segundo André Dorigo, a faculdade não prepara o estudante para o cotidiano do design. Um professor, apesar de muitas vezes simular um cliente para um aluno, sempre vai ter um papel de orientador, ao passo que um cliente de verdade muitas vezes confunde seus objetivos, atrapalhando as funções do designer. Embora haja iniciativas por parte de alguns cursos para introduzir o aluno no mercado¹⁷⁹, em todas as instituições houve algum entrevistado apontando esta carência, que, semelhantemente ao ponto anterior, parece ter sua raiz nas inovações sucessivas e freqüentes que atingem o já vasto campo de atuações destes profissionais. Hiro Kozaka sugere que uma forma de se minimizar esta estagnação seria a própria faculdade popularizar cursos curtos de pós-graduação, a fim de que o profissional pudesse reciclar a informação recebida durante a graduação e combiná-la com a experiência adquirida no mercado de trabalho:

“Uma coisa que eu acho que a faculdade não provê são esses cursos pós-faculdade, como uma espécie de manutenção do curso. Eu acho legal ter uma pós-graduação, ou mesmo um encontro de profissionais que estão no mercado pra trocar experiências. Como o designer é um profissional muito individualista, fazer uma troca... Eu sinto muito falta disso e acho que acabei saindo um pouco de design por isso.”¹⁸⁰

O terceiro ponto levantado diz respeito a uma noção de ambiente do design. Muitos entrevistados apontaram como valiosa a experiência na faculdade em face de se estar em contato diário com professores, profissionais, idéias, teorias e projetos de

¹⁷⁸ Lula Rocha, entrevista em 20/12/2001.

¹⁷⁹ Juliana Ferreira, entrevista em 27/11/2001.

¹⁸⁰ Hiro Kozaka, entrevista em 13/12/2001.

design. Beatriz Pottier menciona a importância da literatura que o aluno acaba tendo que conhecer. Outros reconhecem na faculdade um momento de se tomar contato com as muitas manifestações do design, uma vez que é nesse momento de experimentação que o estudante vai começar a projetar seu caminho dentro da profissão.¹⁸¹ Carla Niemeyer, mesmo reconhecendo as falhas no ensino teórico e prático, aponta como valiosa a oportunidade de ter seus projetos questionados por várias pessoas, ponto também reconhecido por Sérgio Boiteux, ao recordar que muito de seu aprendizado foi a partir das experiências de seus colegas. Para Eduardo Tavares, o simples fato de permanecer quatro anos em um ambiente onde o assunto constante era design já foi um grande fator de educação visual e estímulo à profissão.¹⁸²

Luciana Berner, entretanto, salienta que sentiu falta de um pensar mais aprofundado no design dentro do curso universitário. Para ela, uma ênfase muito intensa na prática e uma ausência de pesquisa e de um debate consistente acabam por dar à faculdade um ar de curso técnico. Giorgio Seixas acrescenta que a função ideal da faculdade seria ensinar a pensar, formar pensadores e não mera mão-de-obra para o mercado.

Estas opiniões indicam a importância de um ensino sistematizado na formação do designer. Nos cursos não são passados apenas conhecimentos dos aspectos técnicos da profissão, mas inevitavelmente se toma contato com um saber local, uma forma peculiar de enxergar o mundo. É nesse momento de faculdade que se forma no estudante uma parte importante daquilo que vai ser, no futuro, a sua cultura de gosto e, portanto, um ingrediente essencial na sua produção profissional. E é nessa relação cotidiana entre aluno, colegas, professor e leitura que serão forjadas as metodologias pelas quais ele será capaz de, posteriormente, lidar com as interações muito mais complexas que envolvem o trato com o cliente e com o público.

A questão da inadequação do ensino universitário ao mercado, levantada por muitos entrevistados, traz atrelada a si a questão do estágio e dos cursos externos como complementações importantes, senão essenciais, à formação do designer. Segundo vários entrevistados, o estágio é essencial para suprir as deficiências sentidas durante o aprendizado na graduação¹⁸³. Thomaz Brasil comenta que estagiou pouco e hoje sente

¹⁸¹ Como se vê dos depoimentos de Juliana Ferreira e Rodolfo Capeto.

¹⁸² Eduardo Tavares, entrevista em 17/10/2001.

¹⁸³ Como se vê dos depoimentos de Carla Niemeyer, Eduardo Tavares Lícia Rubinstein, Sérgio Boiteux e William Cogo.

algumas dificuldades com a produção gráfica. Tiago Teixeira, por sua vez, conta das diferenças no modelo de estágio quando voltado para a Internet:

“O mais importante que fica de um estágio é o aprendizado mesmo [...] Agora, na parte de Internet a maioria dos estágios não é bem estágio, na verdade você é bem um escravo, tem que aprender na marra. [...] Internet é uma coisa meio caótica. Agora está melhorando, já foi pior. Quando começou, as empresas não tinham noção nenhuma de como fazer design para Internet, então as coisas eram completamente aleatórias, não tinha nenhuma metodologia. [...] O serviço chegava e te davam um *briefing*¹⁸⁴ muito largado: ‘Você faz assim, assim, assim...’ Desapareciam e você tinha uma hora para fazer aquilo tudo. Era completamente alucinado mas agora mudou um pouco. O tempo melhorou um pouco e com esse quebra-quebra geral que teve em tudo que é relacionado à Internet, o pessoal ficou mais profissional, deu uma parada e teve que pensar mais sobre isso.”¹⁸⁵

Os estágios ainda têm uma outra função, conforme aponta Carlos Bahiana, que é reforçar a presença do estudante neste ambiente do design. Eles permitem a criação de uma rede de contatos, a qual será muito útil mais tarde, quando da entrada efetiva no mercado de trabalho. Os cursos externos, por sua vez, se compõem em sua grande maioria de cursos técnicos específicos, principalmente voltados ao ensino de HTML, o que parece demonstrar a dificuldade do aprendizado de programação para o profissional de design. Tudo isto ratifica a visão destes designers de que, apesar de seus muitos méritos, o curso superior conforme compreendido hoje não tem bastado como formação para o profissional, o que o leva a buscar complementações de conhecimentos em cursos paralelos externos à faculdade ou, principalmente, em estágios, que passam a ocupar muito do seu tempo, muitas vezes em detrimento de sua própria formação acadêmica.¹⁸⁶ Carla Niemeyer destaca estes pontos:

“[...] eu dou um curso de marketing pra designer, e noto as pessoas tendo consciência de que a formação não é o suficiente. Então a tendência é você ter ou profissionais que são aqueles medíocres e que tem um mercado que consome este profissional, ou você vê profissionais que estão buscando um diferenciação, estão se destacando rapidamente, têm acesso à informação,

¹⁸⁴ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

¹⁸⁵ Tiago Teixeira, entrevista em 28/11/2001.

¹⁸⁶ Tiago Teixeira, entrevista em 28/11/2001.

a livros e principalmente procuram mais informalmente essa informação, não na faculdade. Não vejo a faculdade dando isso pra ninguém...”¹⁸⁷

Além disso, os depoimentos demonstram que o período de formação de um designer, compreendido pela graduação, cursos paralelos e estágios, é mais que um mero acúmulo de conhecimentos, mas também tem a particularidade de inserí-lo em um contexto cultural específico, dotado de um saber local peculiar. É este saber que, aliado às técnicas aprendidas e à sua história de vida pessoal, vão ser responsáveis por sua interpretação do mundo, da sua caracterização como profissional e sua especificidade enquanto criador de imagens, influenciando e sofrendo influências da realidade ao seu redor.

3.4. A Profissão e o Mercado

A posição do design no mercado sempre foi incerta, em face de ser uma ocupação relativamente recente e de, no Brasil pelo menos, não dispor de nenhum órgão regulador ou conselho de classe. Apesar disso, uma maioria de vinte e um entrevistados declarou em suas entrevistas que sentia uma crescente valorização da figura do designer e de sua importância nos processos de mercado.¹⁸⁸

José Augusto Fialho vê uma valorização cada vez maior da visualidade na sociedade contemporânea. Esta disseminação de uma cultura visual cada vez mais presente beneficiaria os profissionais gráficos, em especial o designer:

“[...] a questão da visualidade tem sido cada vez mais valorizada como elemento importante de comunicação e coesão social, e a visualidade acaba sendo um fator de persuasão, de manipulação e cada vez mais necessitando de profissionais formados, especialistas. A questão da comunicação na sociedade moderna, ao longo de todo o século XX, foi sendo valorizada; os problemas humanos ficaram muito mais dependentes de uma comunicação efetiva do que de políticas sociais. A questão da propaganda, da comunicação pela imagem, foi sendo cada vez mais estudada e foram surgindo os especialistas. A questão é que o profissional da imagem foi sendo cada vez mais valorizado, se tornou objeto de estudos e ganhou seu espaço de uma maneira competente.”¹⁸⁹

¹⁸⁷ Carla Niemeyer, entrevista em 24/10/2001.

¹⁸⁸ Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo, José Augusto Fialho, Leo Ehrlich, Lula Rocha, Marcello Rosauo e Valéria London, entre outros.

¹⁸⁹ José Augusto Fialho, entrevista em 5/12/2001.

Esta preocupação maior com o visual tem tornado o design mais conhecido do público em geral, a ponto de haver uma disputa das empresas pela contratação dos designers mais famosos¹⁹⁰ ou, conforme aponta Marcello Rosauero, a presença de designers de renome em certos projetos atuarem como um chamariz para o cliente. Segundo ele, o próprio reconhecimento em sociedade teria melhorado com isso.

No que tange à relação com as empresas, as opiniões se dividem. Alguns notam um reconhecimento generalizado da importância do design na confecção de um produto, outros são mais cautelosos e argumentam que, embora esta valorização ocorra em empresas grandes, as pequenas e médias ainda não entendem bem o lugar do design, vendo-o como um elemento secundário ou mesmo supérfluo. Carlos Bahiana cita as grandes corporações que estão aplicando o design como parte de sua estratégia:

“Tenho notado que as grandes corporações passaram a dar ao design o valor que ele merece, em termos financeiros e em orientar sua estratégia baseadas nele. [É] quando você vê Phillips montar equipe, gastar dinheiro, pesquisa e publicar na Internet uma série de produtos baseados em design e não em engenharia; é a mesma coisa na GM; na Intel através de produtos que ela mesma financia e outras grandes corporações investindo pesado. Tudo isso é uma sinalização de que as coisas estão orientadas nesse sentido. Por esse ponto de vista vai ser um futuro bastante agradável; por outro lado vai ser bastante exigente, porque não vão contratar designers porcaria. Temos que pensar de uma maneira ambiciosa e estarmos preparados pra atender o nível de exigência.”¹⁹¹

Segundo Daniela Oliveira, os clientes se conscientizaram de que o design pode ajudar e buscam criar marcas cada vez mais fortes. Pedro Herzog vê mesmo as pequenas e médias empresas implementando design em seus produtos. Para Valéria London, o mercado está entendendo o design e o designer, por sua vez, está se apresentando melhor:

“Tem havido mudanças enormes. Eu fui presidente da associação profissional, da APDI do Rio e fui presidente da associação latino-americana de design também, estive muito próxima da questão da organização profissional, da relação profissionais- mercado, de como essa relação do ponto de vista institucional vem se desenvolvendo. Acho que de uns dez anos

¹⁹⁰ Paulo Augusto da Cunha, entrevista em 29/11/2001.

¹⁹¹ Carlos Bahiana, entrevista em 1/12/2001.

pra cá, houve uma mudança enorme na relação design mercado, começo a ver nesses últimos dez anos um encontro entre essas duas pontas. Acho que nós falávamos pra nós mesmos, tínhamos uma formação, mas a sociedade brasileira não tinha maturidade pra entender o que era o design, mais ou menos como quando a gente estava na faculdade e não conseguia entender alguns conceitos novos. E os designers não tinham maturidade pra mostrar à sociedade na própria prática através de projetos o que era design. O que aconteceu nesses últimos dez anos foi o desenvolvimento de projetos de muito peso que fizeram com que os empresários comessem a prestar atenção, uns nos empreendimentos dos outros, no que dava certo e no que era inovador, e o design começou a aparecer como um fator de inovação. A partir daí o design recebeu um impulso muito grande, os designers começaram a se estruturar em empresas de design e não mais em estúdios, começaram a se apresentar com um aspecto mais empresarial e com isso acho que o diálogo começou a fluir melhor.”¹⁹²

Alguns relacionam esta maior valorização justamente à visibilidade que a profissão ganhou em face da popularização da Internet¹⁹³. O crescimento violento de uma rede quase que puramente gráfica, a entrada de empresas buscando sua fatia de lucros com o comércio eletrônico e uma competição acirrada pela atenção do usuário em meio a milhares de outras páginas, tornaram a presença do designer neste meio uma necessidade emergencial. Apesar da concorrência com programadores e engenheiros, é interessante notar que a maior presença dos designers na rede parece caminhar lado a lado com a sua maior projeção no mercado fora dela.

Entretanto, outros entrevistados, embora reconheçam uma significativa melhora, acreditam que falta muito do empresariado reconhecer o valor do design¹⁹⁴. Eduardo Tavares acredita que esta valorização se dá apenas em grandes corporações, embora espere uma melhora com a atual proliferação de cursos de design. Este processo de reconhecimento da profissão é também, segundo alguns, dificultado porque muitas vezes o designer não sabe deixar claro sua posição como profissional nem em que pode ajudar seu cliente.¹⁹⁵ Segundo Carla Niemeyer, esta carência é muito séria para o designer:

“Ele é altamente desvalorizado por ele mesmo, principalmente.

Você não vê um designer se anunciando, procurando um trabalho, correndo

¹⁹² Valéria London, entrevista em 21/11/2001.

¹⁹³ Como se vê dos depoimentos de Fábio Duarte, Juliana Ferreira e Sérgio Boiteux.

¹⁹⁴ Como se vê dos depoimentos de André Dorigo, Melissa Monteiro e Thomaz Brasil.

¹⁹⁵ Como se vê dos depoimentos de Carla Niemeyer, Giorgio Seixas e Hiro Kozaka.

atrás de informação, dificilmente você vê isso. O designer é muito desvalorizado, o designer em si e não a capacitação do designer, mas o nome, a palavra em si. Se você pensa em marketing, o designer está dentro sempre numa visão mais operacional, de mão-de-obra. É sempre o primo pobre da publicidade e do marketing.”¹⁹⁶

Um argumento semelhante é levantado por Rodolfo Capeto, vindo na popularização do design também um risco de sua banalização. Segundo ele, a palavra design virou um modismo que traz um estereótipo de ser apenas algo cosmético, para tornar bonito este ou aquele produto. Ele acredita que seja importante combater esta imagem caricatural da profissão e recuperar o sentido original do design. Esta preocupação parece existir também em outros entrevistados, comentando da importância em educar o cliente para que ele saiba em que o designer pode lhe ser útil.¹⁹⁷ Martha Werneck vê esta atitude como uma responsabilidade do designer:

“Acho que o que tem que ser feito é a conscientização de que o design é uma profissão, de que o design é necessário, de que não se vende sem um bom designer fazendo seu produto. Se não houver essa conscientização, [tudo] só tende a piorar porque cada vez mais gente vai ter computador, vai ter *clip art*¹⁹⁸ e colar o *clip art* na sua faixa, no seu *banner*¹⁹⁹, vai fazer o seu próprio site [...] Essas pessoas confundem o cliente porque ele não é obrigado a saber o que é certo o que é errado em design. Quem é obrigado a saber disso é o profissional, então se o cliente é enganado, às vezes é por falta de visão, falta de cultura. Mas a gente precisa de cultura visual e quem vai dar isso além de nós para o cliente?”²⁰⁰

3.5. Profissionais Não-Qualificados

Conforme dito anteriormente, o design no Brasil não possui um órgão que regule o exercício da profissão. Dessa forma, sempre teve sua cota de profissionais vindos de outras áreas que, dominando as ferramentas de produção da imagem, passavam a integrar o rol dos designers. Desde a introdução do computador na atividade, entretanto, a situação ficou mais complicada. Uma vez que os programas de computador permitem a utilização de soluções semi-prontas, seu tempo de aprendizado é bem mais curto que o

¹⁹⁶ Carla Niemeyer, entrevista em 24/10/2001.

¹⁹⁷ Como se vê dos depoimentos de Luciana Berner e William Côgo.

¹⁹⁸ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

¹⁹⁹ Idem.

²⁰⁰ Martha Werneck, entrevista em 10/10/2001.

domínio de técnicas tradicionais como a ilustração. Isso e a boa qualidade de apresentação em função das impressoras modernas fez com que um grande número de profissionais vindos de outras áreas entrassem no mercado de design, atraídos pelas facilidades do instrumento computacional e por um mercado que não exigia necessariamente uma graduação na área. Por esta razão, se popularizou o termo “micreiro” para referenciar aqueles profissionais sem treinamento em design, cuja entrada na profissão se deu mais por questões financeiras do que por inclinações pessoais, e que, por conta disso, não mantêm uma postura de aprendizado ou aprimoramento nesta atividade. É importante diferenciar o “micreiro” daquele profissional que, apesar de não ter graduação em design, procura incorporar uma reflexão e cuidado no seu trabalho, ou seja, são considerados qualificados, embora não por uma instituição de ensino superior.

Quando perguntados a respeito desta questão, os entrevistados manifestaram opiniões diversas. Enquanto alguns se opunham radicalmente ao que consideravam uma “invasão” de estranhos ao design, outros acreditavam que a própria baixa qualidade de trabalhos sem qualificação se encarregaria de eliminá-los como uma espécie de seleção natural. É interessante considerar cada uma destas posições, uma vez que este fenômeno de migração profissional para o design é ainda mais intenso no webdesign, onde os engenheiros e programadores já detêm uma presença marcante na área.

Segundo alguns, esta entrada de profissionais de outras formações ou mesmo sem formação seria inevitável, ou pelo menos, não criaria problemas.²⁰¹ Osmarco Valladão acredita que o próprio mercado deve ser o juiz de quem fica ou não:

“Toda a área de criação ou comunicação tem sua cota de autodidatas e pessoas vindas de outras áreas. É normal. Um amigo japonês me falou que por lá também é assim. Se o cara tem um trabalho de qualidade, seja bem-vindo. O mercado é que deve ter suas formas de selecionar o profissional bom do profissional ruim.”²⁰²

Esta, entretanto, é a postura de uma minoria. No outro extremo, encontram-se aqueles radicalmente contra estes profissionais não-qualificados. Segundo eles, os “micreiros” são predatórios ao mercado por desconhecerem as noções básicas de projeto, não auxiliarem ao cliente e por praticarem preços excessivamente baixos.

²⁰¹ Como se vê dos depoimentos de Carla Niemeyer, Melissa Monteiro, Tiago Teixeira e Sérgio Boiteux.

²⁰² Osmarco Valladão, entrevista em 12/01/2002.

Muitos vêem como essencial um curso em design. Para Elaine Costa, certas coisas não se aprendem só com prática. Michel Lent concorda com ela ao acrescentar que mesmo os mais talentosos sentirão falta de uma formação teórica. Já Fábio Duarte, engenheiro formado pela PUC, acredita que ninguém vai ter a competência do designer para um projeto gráfico ou mesmo uma simples escolha de cores. Alguns designers amadores até teriam uma noção nata de design, mas são a exceção. Segundo André Dorigo, a faculdade é essencial para se aprender a projetar:

“Acho que é imprescindível uma formação em design porque é uma formação conceitual de como se abordar o trabalho, como se produzir, independente de que mídia. A formação de designer é uma formação de projeto, independente do meio em que ele for feito. Então a pessoa não tendo esta formação de projeto, esta conscientização, esta cultura ela vai fazer coisas ruins. Acho que não tem dúvida.”²⁰³

Léo Ehrlich tem dezessete anos mas já atua como webdesigner. Ele se considera um micreiro mas reconhece a importância de incorporar uma base teórica para poder realizar seu trabalho convenientemente:

“As pessoas tem se preocupado [com o design]. Isso tende a [revelar] o design bom e o ruim. Vai ter o designer como eu, que é o micreiro. Mas eu estou em transição pro design bom. Nessa fase todo mundo começa aprendendo as ferramentas e vai pra técnica e teoria, mas alguns ficam só na ferramenta. É importante ter essa parte do pensamento.”²⁰⁴

Outra observação feita seria a de que estes profissionais não-qualificados, justamente por não terem uma noção sistematizada de projeto como a ensinada nos cursos de design, não apresentariam um projeto coeso ao cliente, não satisfazendo, portanto, a sua necessidade.²⁰⁵ Juliana Ferreira, embora reconheça a capacidade de muitos profissionais vindos de outras áreas, acredita que muitos profissionais que se dizem designers oferecem trabalhos de má qualidade e banalizam o design:

“Existem casos e casos, existem profissionais que são arquitetos, publicitários, pessoas que ao longo do tempo com o convívio, experiência e afinidade com o design, conseguem realmente desenvolver um trabalho consistente. [...] O que realmente me deixa bastante triste é ver pessoas

²⁰³ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

²⁰⁴ Léo Ehrlich, entrevista em 1/12/2001.

²⁰⁵ Como se vê dos depoimentos de Antônio Callado e Giorgio Seixas.

completamente leigas banalizarem o design e agirem sem a menor ética, cobrando pouquíssimo. A gente cansa de ver sites de pessoas oferecendo fórmulas tipo: ‘faço sua logomarca em três dias por tanto, você tem três opções, mande o seu *briefing* por e-mail e custa baratinho.’ Isso é ridículo, você não faz uma logomarca ou nenhum outro trabalho consistente de design dessa maneira. Qualquer profissional sério de design sabe disso, qualquer pessoa que tenha um mínimo de conhecimento do que é design, do que é criação, sabe que isso não é sério. Vejo isso de uma maneira totalmente negativa, mas acho também que a tendência é de que essas pessoas se esgotem, porque não tem mais tantas pessoas dispostas a isso. Elas ganham uma concorrência muito grande de pessoas que fazem a mesma coisa e o único diferencial de competitividade é o preço.”²⁰⁶

Além disso, estes trabalhos não-profissionais seriam predatórios, provocando um esvaziamento na visão da atividade do designer, tornando o design como um todo mal visto aos olhos do público²⁰⁷. Antônio Callado comenta as conseqüências desta visão negativa no cliente:

“O designer não habilitado causa um prejuízo ao mercado, porque quando ele não faz um bom serviço — e via de regra é isso que acontece — ele causa um impacto negativo no cliente. O cliente tem tendência a generalizar e no próximo serviço resolver pagar barato mesmo... Estes profissionais cometem erros crassos.”²⁰⁸

William Cogo acredita que a multiplicidade de trabalhos de baixa qualidade no mercado pode mesmo levar o cliente a desenvolver uma noção equivocada do que seja design e passar a esperar de um designer qualificado um trabalho com todos os vícios e modismos dos projetos feitos por designers não-qualificados:

“Hoje todo mundo acha que uma marca é uma elipse, um quadrado com um nome e tudo. Muitas vezes o cara está até esperando aquilo, não está esperando um trabalho efetivamente de design, está esperando uma elipse com um degradê, alguma coisa assim...”²⁰⁹

Além das questões da falta de projeto, há a questão da faixa de preços, que normalmente tende a ser muito inferior entre os profissionais não-qualificados. Segundo

²⁰⁶ Juliana Ferreira, entrevista em 27/11/2001.

²⁰⁷ Pedro Herzog, entrevista em 6/12/2001.

²⁰⁸ Antônio Callado, entrevista em 13/12/2001.

²⁰⁹ William Cogo, entrevista em 17/10/2001.

Thomaz Brasil, muitos destes profissionais cobram preços completamente aleatórios, o que denota uma falta de ética para com o cliente. Uma vez que não há um conselho de classe para o design que possa orientar os valores dos trabalhos, muitas vezes se cai em uma competitividade de preços destrutiva, conforme diz Érika Weinberg:

“Eles escrevem assim mesmo: que fazem curso de ‘uébidesiguine’. São coisas que você não acredita. As pessoas aprendem a tecnologia, os *softwares*²¹⁰, os aplicativos pra criação e fazem qualquer coisa e qualquer um pode colocar qualquer coisa no ar e dizer que é webdesigner. Nesse aspecto eu fico muito triste, muito abalada porque você acaba concorrendo no mercado com uma pessoa que faz um site por R\$50, R\$100, por R\$150, R\$200 Reais. Você acaba concorrendo e tem empresários que optam por pagar menos...”²¹¹

Luciana Berner aponta também profissionais ativos em outras áreas, mas que mantém o design como uma espécie de hobby, fazendo projetos por um preço irrisório uma vez que não dependem desta atividade para viver. A respeito deste fenômeno, Rejane Spitz, professora da PUC, comenta que estas incursões pelo design por outros profissionais são desvantajosas para o designer e também para o profissional, que despende uma parte valiosa de seu tempo com uma tarefa para a qual não foi qualificado:

“O trabalho do designer não é um trabalho que pareça tão científico, tão complexo, tão erudito que alguém não possa arriscar um palpite, então com tudo que a gente possa dizer contra isso, essa é a sensação que a gente tem. [...] Eu li uma vez um artigo dizendo que o problema é que todo profissional tinha virado secretário de alto nível, um tradutor, um designer de alto nível. Então qualquer pessoa numa universidade que tivesse acesso a um computador e alguns *softwares* básicos passava metade do seu dia, às vezes, fazendo seu próprio cartão de visitas. O artigo do pesquisador dizia que ele achava um absurdo esse uso das horas de um biólogo, que passa metade do dia fazendo seu cartão de visitas só porque tem acesso a alguma ferramenta que simplifica isso. Ele está usando mal o tempo que ele poderia estar ganhando. Ele gastaria muito menos, pagaria menos ao rapaz da gráfica e teria menos dificuldades em conseguir um bom cartão se contratasse um designer e ficasse fazendo biologia durante a manhã toda. [...] O que [o pesquisador] estava vendo era uma inversão, uma coisa ruim mas que todo mundo se metia a fazer.”²¹²

²¹⁰ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

²¹¹ Érika Weinberg, entrevista em 27/10/2001.

²¹² Rejane Spitz, entrevista em 7/11/2001.

A solução para estes problemas, segundo Marcello Rosauro, seria uma regulamentação rígida da atividade, o que melhoraria não apenas o exercício da profissão, mas a qualidade do design:

“Um designer não profissional cobra muito mais barato. As empresas até sabem diferenciar um bom designer de um não profissional, mas não querem pagar. E eles resolvem o problema às vezes. Na Web é pior porque tem a invasão dos engenheiros. Sou radicalmente a favor da regulamentação da profissão, acho que pra fazer design você tem que ter uma carteira na sua mão, uma prestação num conselho que te desse aval. Os valores seriam outros e com certeza a qualidade do design seria melhor.”²¹³

Tiago Teixeira, por sua vez, teme que uma regularização do design, garantindo o mercado para os profissionais, acabasse por gerar uma acomodação destes, além de impedir a entrada de autodidatas talentosos, o que reduziria as inovações no meio. De forma semelhante a ele, alguns entrevistados acreditam que os profissionais não-qualificados acabariam por atender clientes de recursos mais modestos, que não teriam condições de contratar um designer mais qualificado.²¹⁴ Eduardo Tavares, por exemplo, diz que o mercado atendido pelo “micreiro” não o interessa. Carlos Bahiana comenta também sobre estas duas faces do mercado:

“No fundo, os designers precisam entender que existem clientes e clientes. Durante um tempo, fui responsável por uma lista de discussão sobre a profissão de design. Na verdade ela pretendia organizar as pessoas em torno da regulamentação de profissão, criação de associação e daí vai. A maior queixa era contra os ‘micreiros’ e contra os clientes que desvalorizam os designers querendo pagar pouco. Na verdade existe o cliente que quer fazer um cartazinho vagabundo e tem a Varig. Você não pode querer que o ‘Zé das Couves’ ache, como a Varig, que aquele trabalho de identidade corporativa vale 10 milhões de dólares. Eles pensam diferente e o designer precisa se encontrar nesse mercado. Ele não é a solução pro ‘Zé das Couves’. Então ele nem vai se preocupar com essa concorrência.”²¹⁵

²¹³ Marcello Rosauro, entrevista em 6/12/2001.

²¹⁴ Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo e José Augusto Fialho.

²¹⁵ Carlos Bahiana, entrevista em 1/12/2001.

3.6. A Figura do Cliente

Conforme foi dito, o mercado de design, confuso em face da não-regulamentação da profissão, multiplicidade de vertentes de trabalho e entrada de inúmeros profissionais não qualificados se torna ainda mais caótico no que tange ao webdesign. Por causa do seu surgimento recente, este campo de atuação ainda não é muito claro para muitos designers e muito menos para os seus clientes, conforme explica Marcello Rosauero:

“A relação designer-cliente é a principal coisa que deveria ser melhorada, principalmente porque o cliente nunca sabe o que quer. Às vezes te contrata com a postura de que sabe tudo e na verdade não sabe nada. Ele te contrata pra ser webdesigner dele e daqui a pouco você é consultor, configura o e-mail dele, liga pro provedor dele pra resolver o problema de um formulário que não está funcionando... Ou seja, você acaba fazendo um trabalho de consultoria técnica que não está no orçamento. O principal problema é esse.”²¹⁶

Ultimamente a preocupação com as vendas on-line aumentou de forma significativa, o que exigiu dos clientes uma postura mais cuidadosa e dedicada em relação à sua presença na Internet. Segundo Thomaz Brasil, há os que entram na Internet acreditando que ela salvará seu negócio, mas há também aqueles que enxergam como uma ferramenta útil. Fábio Duarte identifica, além da questão da venda, um desejo destes clientes em conseguir um contato mais próximo com seu consumidor de uma maneira muito mais econômica que qualquer outra mídia até o momento. Esta visão mais realista das possibilidades da rede têm gerado bons frutos para tais clientes.

Entretanto, segundo a maioria dos entrevistados, ainda há muitos clientes de webdesign que não entendem a Internet e vêem o fato de ter um site como símbolo de status tecnológico, insistindo sempre que sua página tenha a última palavra em tecnologia ou tenha uma ênfase exagerada em efeitos gráficos.²¹⁷ Nas palavras de Lícia Rubinstein, este tipo de cliente sofre de um amadorismo ao tratar com a Web. Normalmente não há ninguém em sua empresa designado para criar conteúdo ou pelo menos atualizações no site, o que faz com que sua página logo fique desatualizada e apresente um aspecto de um arranjo improvisado, o que acaba por depor contra a

²¹⁶ Marcello Rosauero, entrevista em 6/12/2001.

²¹⁷ Como se vê dos depoimentos de Érika Weinberg, Léo Ehrlich e André Monteiro.

imagem da empresa. André Dorigo ressalta que o *website* de uma determinada empresa tem que ser pensado em relação a uma estratégia maior:

“A princípio eles queriam usar muitas novidades. Achavam que o importante era que o site deles tivesse os últimos modismos tecnológicos. Mas isso está começando a mudar. Quando eles percebem que o site vai ficar perdido nesta rede imensa eles começam a se preocupar e ver: “Puxa eu preciso pensar melhor o site.” Não é só pensar em termos de design, é pensar em termos de marketing, de planejamento, de conteúdo, de colocação mercadológica. Quer dizer, todos estes itens que são imprescindíveis pra sobreviver no mundo real.”²¹⁸

Alguns dos entrevistados percebem nesta fascinação com os recursos tecnológicos um fator de maior valorização do webdesign em relação ao design tradicional.²¹⁹ A própria existência do termo webdesigner seria um exemplo dessa supervalorização, uma vez que de modo geral, não há nomenclaturas específicas para outras especializações do design.²²⁰ Segundo eles, o profissional da Web se beneficiaria dessa atmosfera de tecnologia.

“Acho que é porque culturalmente ele vê como uma coisa de alta tecnologia. Acho que o cliente no Brasil supervaloriza essa questão de tecnologia, tudo que tem tecnologia é melhor, é mais valioso. Então ele vê a tecnologia não como um meio mas como um fim. Ele usa a tecnologia pra dizer que: ‘Eu sou melhor que você porque eu uso tecnologia.’ Como o webdesign é feito dentro do computador, o cliente começa a achar que este profissional, que trabalha com computadores, é melhor que o designer, que às vezes é confundido com a figura de um artista.”²²¹

Além da aura tecnológica da Internet, conforme conta Juliana Ferreira, na compreensão de muitos clientes uma logomarca acaba se traduzindo apenas em um desenho impresso em um pequeno cartão de visitas enquanto um site parece conter a promessa de ser uma nova fonte de lucros. Um site na Internet seria um investimento mais durável que um impresso ou anúncio.²²² Valéria London acredita que esta valorização tenha diminuído com o “estouro da bolha”, a crise que abalou a Internet,

²¹⁸ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

²¹⁹ Como se vê dos depoimentos de Antônio Callado, Érika Weinberg, Giorgio Seixas entre outros.

²²⁰ Lula Rocha, entrevista em 20/12/2001.

²²¹ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

²²² Paulo Augusto da Cunha, entrevista em 29/11/2001.

fechando várias empresas e retirando muitos investimentos do meio. Ainda assim, ela comenta que os profissionais reconhecidos no mercado de webdesign ganham mais do que seus colegas no design convencional.

Já outros entrevistados não vêem esta supervalorização do webdesign em relação ao design tradicional.²²³ Alguns acreditam que o webdesign é visto como de igual valor e outros ainda acreditam que ele é subvalorizado pelo cliente.²²⁴ Érika Weinberg sente esta subvalorização nem tanto por parte do cliente, mas por parte de colegas de profissão que trabalham com impressos e tendem a menosprezar os de mídia digital como se esta fosse mais fácil. Motivos principais para esta desvalorização seriam a entrada de numerosos profissionais não-qualificados no mercado e a citada crise financeira que abalou a Internet, conforme considera Rodolfo Capeto:

“Eu não acho que haja essa valorização porque, devido a essas pessoas que não são designers resolverem fazer sites, houve um completo esmagamento desse mercado. Agora as coisas não são tão simples, houve aquela célebre bolha da Internet — as *dot-com* — e naquela época você tinha clientes dispostos a investir bem. Hoje em dia isso está um pouco mais difícil porque o mercado deu uma desmoronada.”²²⁵

Segundo outros entrevistados, um problema seria a intangibilidade que um site tem em comparação com o meio impresso²²⁶. Conforme diz Tiago Teixeira, a aparente facilidade, para o contratante, com que modificações são feitas em um site ajudam a reforçar esta imagem do webdesign como algo mais trivial que o impresso. Para André Vallias o próprio termo perdeu seu prestígio e tende a ser substituído por uma designação mais ampla como designer de mídia interativa, capaz de dar conta das várias áreas em que um designer pode atuar nos meios eletrônicos. De forma semelhante, Rodolfo Capeto e Michel Lent apontam uma impropriedade neste termo webdesign, que denotaria um estreitamento na classificação do profissional e uma minimização de sua importância:

“Eu acho que a expressão webdesign é uma certa bobagem, porque ela está ligada a um esvaziamento, a um espaço ocupado por pessoas que não têm uma formação de desenho. O essencial do design é o método, a estrutura de entendimento, de uma certa relação com a formação que é completamente

²²³ Como se vê dos depoimentos de Carlos Bahiana, Daniela Oliveira e Marcello Rosauro.

²²⁴ Como se vê dos depoimentos de Léo Ehrlich, Luciana Berner e Sérgio Boiteux.

²²⁵ Rodolfo Capeto, entrevista em 6/12/2001.

²²⁶ Melissa Monteiro, entrevista em 29/11/2001.

independente do meio. É óbvio que cada meio tem características técnicas, problemas estruturais que são diferentes um do outro, mas assim como a Web tem problemas de estruturação, você tem milhares de problemas que se ligam a outros profissionais de outras áreas, e isso faz parte de qualquer meio. Então a expressão webdesigner nesse sentido eu descarto, quando alguém diz: ‘eu sou webdesigner’ quer dizer que o cara se especializou naquilo, mas não é característica do design o cara ficar fixado àquela forma. No caso da Web isso aconteceu, porque o mercado foi ocupado por um bando de gente que não tinha nenhum tipo de formação de design.”²²⁷

É importante ressaltar neste momento que o termo webdesign, utilizado no decorrer desta dissertação, descreve “design para a Web”. Apesar de muitos entrevistados preferirem a segunda expressão e rejeitarem o termo webdesign, por não o considerarem uma outra profissão dissociada do design convencional²²⁸, foi mantido o uso da palavra webdesign no texto, dada a sua popularidade e a rápida compreensão que o termo proporciona.

Seja como for, a despeito de qual vertente seja de fato mais valorizada, muitos entrevistados entendem que cada vez mais se exige do designer uma estratégia visual integrada, que possa levar em conta tanto os elementos da identidade visual como papelaria e anúncios quanto sua presença na Web.²²⁹ Segundo Thomaz Brasil: “o mercado chegou a conclusão de que webdesign sem design não funciona.”²³⁰ É justamente esta necessidade de apresentar soluções integradas para as mídias mais diversas que vai gerar nos estúdios de design uma frequência maior de trabalhos com a participação de equipes interdisciplinares.

Muitos sites na Web, especialmente os comerciais, necessitam de uma parte de programação de sistemas significativa. Sites que acessem bancos de dados, pesquisem assuntos pela rede ou possibilitem comércio eletrônico vão exigir um nível de conhecimento de linguagem computacional fora do interesse e mesmo do alcance da maioria dos designers. Se antigamente o designer ainda podia fazer todo um site sozinho, o surgimento contínuo de novas tecnologias e uma carga cada vez maior de conhecimentos para lidar com tal tarefa gera a necessidade de uma equipe.²³¹ Por conta

²²⁷ Rodolfo Capeto, entrevista em 6/12/2001.

²²⁸ Michel Lent, entrevista em 5/12/2001.

²²⁹ Pedro Herzog, entrevista em 6/12/2001.

²³⁰ Thomaz Brasil, entrevista em 11/10/2001.

²³¹ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

disso, é muito freqüente, no trabalho com a Internet, a formação de grupos mistos, normalmente compostos de designers e programadores, dividindo entre si as tarefas que vão compor o processo de confecção de um site. Este é um novo desafio trazido pela Internet, promovendo mudanças no formato de trabalho de muitos estúdios de design e fazendo a figura do designer solitário começar a ceder espaço àquele que trabalha em equipe, sob pena do site ficar pobre em possibilidades.²³² A junção de duas áreas de visões e expectativas tão diferentes parece gerar tanto conflitos quanto enriquecimento das soluções produzidas, conforme conta Antônio Callado:

“Na nossa experiência existe um aspecto conflitante, porque é extremamente subjetiva a atividade do designer. O meu interesse [como programador] é que fique bom pro cliente e o mais fácil possível para eu implementar e o interesse do designer é que fique funcional e esteticamente agradável do ponto de vista dele. O posicionamento do designer em relação ao cliente é muito mais forte que o programador. Nesse aspecto o programador é mais maleável, o designer tem mais amor em relação à criação dele. Mas em geral há uma negociação saudável.”²³³

É comum também que se faça uma terceirização de serviços específicos, como animação, ou que haja uma associação ocasional entre programador e designer, quando requerida pelo tipo de site a ser desenvolvido.²³⁴ Seja como for, embora alguns dos entrevistados tenham tido problemas no trabalho em equipes interdisciplinares, especialmente pelas visões diferenciadas dos diversos profissionais envolvidos e pela eventual confusão de atribuições,²³⁵ a maioria dos entrevistados relata que houve um bom andamento do trabalho. Para Hiro Kozaka, em um grande site a equipe tem forçosamente que ser setorizada, com profissionais para cada área e função específica. Entretanto, os entrevistados acreditam também que seja essencial que os representantes das diversas áreas tenham plena liberdade para trocar idéias e visões.²³⁶ É importante que o designer saiba o que é possível de ser feito em um site e o que não é viável tecnicamente.²³⁷ Segundo Paulo Augusto da Cunha, o ideal é que o designer possa conhecer um pouco de todas as demais áreas a fim de melhorar o diálogo.

²³² André Vallias, entrevista em 20/12/2001.

²³³ Antônio Callado, entrevista em 13/12/2001.

²³⁴ Como se vê dos depoimentos de Marcello Rosauro e Valéria London.

²³⁵ Como se vê dos depoimentos de Eduardo Tavares, Sérgio Boiteux e Tiago Teixeira.

²³⁶ Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo, Fábio Duarte, Juliana Ferreira.

²³⁷ Elaine Silva Costa, entrevista em 14/11/2001.

Os depoimentos colhidos referentes a esta parte do mercado de design mostram as percepções dos entrevistados a respeito da posição da sua profissão na escala de valores da sociedade, do cliente, em relação aos profissionais não-qualificados que pretendem fazer design e a profissionais de outras carreiras que o auxiliam nos projetos para a Internet. Fica mais evidente nestas respostas a noção de uma mescla de inúmeras culturas de gosto que acontece na arena do design. Munidos de sua bagagem pessoal, que a esta altura foi moldada e enriquecida pela experiência na graduação, nos diversos cursos e estágios, o designer tem agora que negociar suas visões e objetivos com as culturas de gosto do cliente, do público e dos profissionais com quem divide as responsabilidades de feitura dos projetos, principalmente no que tange ao webdesign.

O cliente muitas vezes não entende ou reconhece a qualificação do designer em face da desorganização do mercado, inchado por profissionais não-qualificados. Isto requer do designer uma sensibilidade especial ao apresentar suas soluções de projeto e também maleabilidade para sujeitar seu trabalho às necessidades e sugestões de seu contratante, mesmo que ocasionalmente discorde das mesmas. O público, por sua vez, tem suas expectativas do que ver e assimilar. Cabe ao designer traduzir muitas vezes sua bagagem visual sofisticada em formatos mais acessíveis, buscando justamente que sua mensagem seja adequadamente recebida. Por fim, principalmente com o advento da Internet e a entrada em cena de novos profissionais no âmbito dos projetos de websites, faz-se necessário também que o designer possa dialogar com propriedade a respeito de seu trabalho com estes profissionais que, com suas diferentes visões e abordagens, interagem conjuntamente neste processo de geração muitas vezes tanto prestando auxílio quanto impondo limitações.

Se estes fatores agem como complicadores do processo de comunicação on-line, eles também acabam por enriquecer o resultado final desta comunicação, que de outra forma seria unívoca. E justamente a capacidade do designer em transitar por todas estas várias culturas de gosto e negociar entre os vários idiomas envolvidos é o que reafirma sua posição como um dos arquitetos deste novo espaço visual.

3.7. A Visão da Internet

Se os designers são parte integrante e por vezes determinante deste novo panorama digital, sua visão do meio e suas expectativas para com o computador e Internet se revestem de especial relevância. A partir de uma série de perguntas, buscou-

se apreender quais são as considerações predominantes entre estes profissionais a respeito do ambiente digital por onde transitam.

Vários dos entrevistados já eram usuários da Internet desde seus primórdios no Brasil, em 1995. Alguns contam que não se impressionaram muito com a nova mídia, não acreditavam que fosse gerar nenhuma grande consequência. Os motivos eram variados, desde o fato de considerar a rede apenas uma ferramenta de pesquisa, até a lentidão das páginas que tornava a Web entediante para muitos designers.²³⁸ A maioria dos depoimentos apresentou a facilidade de informação e comunicação como um dos grandes benefícios da rede.²³⁹ Marcello Rosauo acredita que “*A Internet está quebrando o monopólio da televisão, com isso está levando à quebra de vários monopólios. A indústria de telecomunicações passou por uma alteração muito grande.*” Tiago Teixeira concorda, vendo na popularização dos *blogs* o caminho para a publicação de conteúdo pessoal e uma segmentação maior do público.

Quanto ao que consideram menos interessante, as opiniões se dividem. Alguns reclamam de páginas feias, demasiado complexas ou não-funcionais.²⁴⁰ Isso acontece muito em sites pessoais, embora Lícia Rubinstein comente que já viu inúmeras páginas profissionais com estes defeitos, o que, segundo ela, desqualifica qualquer empresa. Para outros, a crítica é feita em relação aos conteúdos, como a divulgação de pedofilia e nazismo pela Web, por exemplo. Fábio Duarte, por sua vez, reclama do já citado fascínio tecnológico, que sobrecarrega muitos sites:

“O que tem de menos interessante é o excesso de gráficos onde eles não foram chamados. Gráficos, não, tecnologias em geral. Tecnologias que tornam a página mais lenta e você só quer informação. Você não quer aquela arte toda que o cara está te dando, então as coisas tem que ser colocadas em contexto.”²⁴¹

Apesar da interface gráfica e os novos aplicativos terem facilitado muito o uso do computador por parte dos usuários, ainda existem várias melhorias a serem feitas. Para José Augusto Fialho, o uso da Internet ainda é dificultado justamente por estas carências da ferramenta computacional:

²³⁸ Como se vê dos depoimentos de André Dorigo, Eduardo Tavares, Juliana Ferreira, Léo Ehrlich e Lícia Rubinstein.

²³⁹ Como se vê dos depoimentos de Antônio Callado, Léo Ehrlich e Rodrigo Correa, entre outros.

²⁴⁰ Como se vê dos depoimentos de André Dorigo e Giorgio Seixas.

²⁴¹ Fábio Duarte, entrevista em 23/12/2001.

“Mais interessante é a acessibilidade à informação e a grande quantidade de informação disponível. E menos é a coisinha eletrônica na sua frente que cansa os olhos e tem que esperar conectar, baixar e às vezes cai a ligação. Ainda é complicado. Pegar um livro na estante e ler é mais fácil.”²⁴²

Quando questionados se inicialmente houve algum tipo de rejeição da mídia on-line como campo de trabalho pelos designers, as opiniões se dividiram com precisão. Metade dos entrevistados acreditam que não houve uma rejeição inicial dos designers em relação à nova mídia.²⁴³ Para Rejane Spitz, os designers tiveram interesse em aprender o novo meio:

“A Web coincide com a Web comercial aqui no Brasil. Quando os designers tomaram conhecimento da Web, ela já era Web comercial. Isso foi mais ou menos em 94 e aí eles tomaram conhecimento junto com todo o público que queria se beneficiar da Web comercial e que precisava dos designers pra fazerem suas páginas. Acho que a maioria dos designers tomaram conhecimento dos recursos possíveis junto com a demanda pra que eles então ganhassem dinheiro com esse trabalho e aprendessem. Acho que houve um interesse muito grande da classe em aprender rapidamente e pegar esse mercado crescente de trabalho.”²⁴⁴

De mesma opinião, Giorgio Seixas acrescenta que é uma característica dos designers o gosto pelas novidades. Para um profissional que já havia desenvolvido uma ampla gama de interesses a fim de se expressar visualmente, a Internet, como um meio visual e interativo seria um foco de atenção natural. Para Thomaz Brasil, ao invés de rejeição, o que houve foram expectativas exageradas a respeito da rentabilidade da Internet, o que acabou por gerar frustrações:

“Tirando raras exceções, todos [os designers] que conheço têm algum tipo de vínculo com webdesign, mesmo que não trabalhem diretamente com isso. O que eu acho é que houve uma mística em torno da Internet, de que ela resolveria tudo, que era muito fácil e que todo mundo poderia fazer. Tanto que hoje o comentário que mais se escuta no meio de webdesign é que precisa de um designer pra fazer webdesign. Descobriram que um projeto de um site tem que passar pelas mesmas fases que um projeto de um material gráfico. Descobriram que a gestão de uma empresa de

²⁴² José Augusto Fialho, entrevista em 5/12/2001.

²⁴³ Como se vê dos depoimentos de Elaine Costa, Lula Rocha e Marcello Rosauero entre outros.

²⁴⁴ Rejane Spitz, entrevista em 7/11/2001.

Internet tem que seguir o padrão de gestão de uma empresa off-line. Isso agora está fazendo com que o profissional de design que trabalha com Web seja mais valorizado. Acho que porque todos achavam que iam ficar milionários na Internet, todo mundo foi pra lá com uma noção errada do que seria. Aí, mesmo que tenha uma classe de mil designers atuando, você tem 10 mil pessoas querendo trabalhar com a Internet.”²⁴⁵

Já Carlos Bahiana não percebeu rejeição, apenas acredita que o designer teve dificuldades em tomar contato com a Internet, pelo próprio fato desta ter nascido na área técnica, projetada para satisfazer os ideais e necessidades desta área. :

“Acho que os designers demoraram a entender a Web. Primeiro a Internet nasceu no ambiente da informática, foi inteiramente concebida do ponto de vista da solução técnica. A Web nasceu num ambiente de pesquisa científica, os caras conceberam um aparato de modernidade pensando na publicação de *papers*. Os designers demoraram a se integrar nesse desenvolvimento, quando eles entraram já havia muita coisa feita, muitas coisas já haviam sido configuradas sem levar em consideração o design. Então os problemas do HTML, por exemplo, são devidos a isso. Em segundo o cliente do designer não é um grupo de pesquisa e sim uma empresa comercial, então o designer só passou a ser convocado efetivamente a partir do advento do business-to-business, da entrada do dinheiro comercial na Web, aí passou a se organizar a presença do designer.”²⁴⁶

Confirmando esta visão da demora em surgir um mercado para o designer, Hiro Kozaka conta que só foi contratado em novembro de 1995 pela Globo por conhecer HTML e não por ser designer. Segundo ele, o design de fato na Internet começa a partir de 97, quando se tornou evidente que os programadores não sabiam fazer uma página agradável visualmente.

A outra metade dos entrevistados acredita que houve uma rejeição inicial da idéia de se projetar visualmente para a Internet.²⁴⁷ Destacam razões variadas, desde a falha dos designers em reconhecer a Internet como meio de comunicação válido, até as dificuldades e restrições do meio, das quais a programação em HTML seria um dos primeiros obstáculos.

²⁴⁵ Thomaz Brasil, entrevista em 11/10/2001.

²⁴⁶ Carlos Bahiana, entrevista em 1/12/2001.

²⁴⁷ Como se vê dos depoimentos de André Vallias, Beatriz Pottier e William Côgo entre outros.

No início da Web, cada página deveria ser codificada usando instruções digitadas em um texto, uma prática muito distante do trabalho cotidiano do designer para que este se sentisse confortável. Esta necessidade, aliada a limitações de uso de fontes e imagens, pareceu confirmar, para alguns designers, a incapacidade da Web em incorporar design nas suas páginas. A recusa em programar, ou mesmo integrar um programador na equipe de desenvolvimento teria, então, afastado muitos designers.²⁴⁸ Esta situação viria a mudar mais recentemente, com os esforços da indústria de *software*, criando ferramentas mais simplificadas e intuitivas para o usuário não-técnico.

Entretanto, para Valéria London, até hoje esta rejeição ocorre, o que leva muitos estúdios de design a trabalhar em parceria com firmas de tecnologia. Tiago Teixeira comenta que se sentia considerado um designer de segunda linha ao contar que trabalhava com webdesign. Já para Pedro Herzog, foi justamente esta rejeição do webdesign por muitos escritórios conceituados de design que abriu espaços para novos estúdios, que trabalhassem com a nova mídia. Seriam estes novos escritórios os grandes inovadores, portanto, do panorama digital:

“Nós vivemos essa transição do computador. Os escritórios em que nós havíamos trabalhado não sabiam computador e começaram a terceirizar pra gente. O que possibilitou o surgimento deste [nosso] escritório foi justamente o webdesign, porque ele foi renegado um pouco pelos escritórios já estabelecidos. Talvez até por preguiça, porque o cara tem que trabalhar com muito detalhe no design normal e isso seria mais um problema pra resolver. Então eu acho que eles resolveram deixar mais pra essa galera nova.”²⁴⁹

O que se pode dizer com segurança é que, a despeito de ter havido reações extremadas de rejeição da Web, desde o seu início houve designers pioneiros que perceberam as possibilidades do meio como um novo campo da visualidade e do design. Rodolfo Capeto cita David Siegel, autor de *Criando Websites Arrasadores*, como um destes designers tradicionais que teve potencial para discorrer sobre o meio, ainda que sob uma visão mais prática. É justamente por causa destes pioneiros que se pode considerar hoje a Web como uma das grandes áreas de atuação do design.

A Web é um campo fértil para o design, mas ela pode ser artística? Se o design já sofre uma desclassificação como arte por seus elementos técnicos, seria de se esperar que

²⁴⁸ Como se vê dos depoimentos de Antônio Callado e Carla Niemeyer.

²⁴⁹ Pedro Herzog, entrevista em 6/12/2001.

o webdesign tivesse a situação ainda mais agravada, uma vez que as questões técnicas que o constituem são muito mais explícitas, além da sua história ainda por demais recente não lhe ter dado tempo de se sedimentar no imaginário social. Não obstante, ao se falar de uma arte na Web, a esmagadora maioria dos entrevistados é bem mais benevolente. Embora alguns comentem que ainda não chegaram a ver um site que pudessem considerar como obra de arte, ainda assim acreditam que a arte on-line é perfeitamente viável. José Augusto Fialho comenta que não existem fronteiras rígidas entre artes puras e artes aplicadas. Já existem até mesmo galerias de arte totalmente virtuais e mesmo movimentos artísticos on-line, como o abstracionismo em websites.²⁵⁰ Para Pedro Herzog, o site pode ser tão carregado de emoção quanto uma pintura em tela. Paulo Augusto da Cunha, por sua vez, tem o hábito de fazer cópias locais em seu computador de websites que o impressionam, criando com isso uma galeria pessoal de arte digital.

Pode-se notar, entretanto, alguma resistência em considerar um artefato digital como obra de arte.²⁵¹ Embora alguns entrevistados reconheçam uma beleza em determinadas páginas de Internet, eles próprios reconhecem em si uma espécie de bloqueio em associar a um objeto aparentemente tão tecnológico quanto um *website* a classificação de arte, conforme conta Carla Niemeyer: “*Já vi sites bonitos, o site inteiro, você vê que tem uma unidade. Não sei, pra mim é difícil chamar de obra de arte, tem uma barreira. Acho que nunca diria que é uma obra de arte.*”²⁵²

Alguns entrevistados comentaram do valor dos websites experimentais como exemplos do que viria a ser a arte da Web.²⁵³ Existem inúmeros exemplos de sites que testam os limites da experiência visual e interativa na Internet. Estes sites, além de ser uma forma de expressão artística do designer, teriam o mérito de lhe garantir intimidade com a técnica e com o meio, sugerindo soluções que poderiam ser adaptadas e aproveitadas mais tarde em trabalhos remunerados. Sérgio Boiteux mantém um site com experimentações estéticas sem outra função que não lhe descortinar novos caminhos em webdesign, passíveis de serem utilizados posteriormente. É bem interessante como ele, que acha inadequado se considerar o design como arte, comenta seu trabalho:

“A gente mesmo tem uma maneira de extravasar esta coisa do cliente: estamos desenvolvendo um site com idéias nossas, com

²⁵⁰ Como se vê dos depoimentos de de André Vallias e Érika Weinberg.

²⁵¹ Como se vê dos depoimentos de Eduardo Tavares, Luciana Berner e William Côgo.

²⁵² Carla Niemeyer, entrevista em 24/10/2001.

²⁵³ Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo, Daniela Oliveira e Sérgio Boiteux.

experimentações nossas. Criamos e dizemos: ‘Olha que maneira esta idéia’. Mas nunca vai fazer isto num trabalho pra um cliente careta. Então a gente extravasa a nossa criatividade em uma outra página sem nenhuma função. Meramente, poderia se dizer, artística. Sem querer me considerar artista... Deus me livre! (risos)”²⁵⁴

Marcello Rosauro, que é categórico ao afirmar que a Internet pode ser tudo que se deseja, já trilhou este caminho. Ele foi o criador do primeiro fanzine digital do Brasil, a revista C-Nistro, que alcançou uma grande popularidade logo no seu surgimento. Foi justamente por causa do seu trabalho nesta revista, totalmente descompromissado com qualquer coisa que não sua expressão pessoal, que ele angariou várias contratações. Mais importante do que gerar clientes, entretanto, é o fato de que nestes sites experimentais novas técnicas estão sendo forjadas, livres da censura do cliente, do cronograma, dos custos e do público. Deste meio tão fértil é que se espera que surjam as novas imagens da Internet de amanhã. Novamente, parece ser a arte apontando novos caminhos, permitindo-nos a compreensão maior deste novo ambiente:

“[Os sites pessoais de designers que eu tenho visitado] são interessantíssimos, mas principalmente, o que mais me agrada é que estão fazendo aquilo o que deve ser feito, que é tentar levar isso ao nível da arte primeiro e depois descobrir a funcionalidade. Ou seja, estão explorando qualquer possibilidade possível, qualquer coisa, qualquer tecnologia...Tudo serve de pretexto para o cara fazer uma página muito louca. E eu acho que isso daí é super importante para que se sedimentem depois as maneiras mais adequadas de você fazer uma navegação dentro de um site.”²⁵⁵

As declarações dos entrevistados a respeito da existência de um estilo visual da Internet gerou visões interessantes sobre as tendências do webdesign realizado atualmente. Alguns, como André Dorigo, apontam que o estilo da Internet tende a ser condicionado pelos efeitos disponibilizados pelo computador, ou ainda pelo surgimento de novas tecnologias conforme conta Antônio Callado:

“É o domínio da técnica que passa por certos ciclos. Na Internet eu vejo muito isso, por exemplo, o surgimento do *Flash*²⁵⁶, ou da GIF animada²⁵⁷. Antes você tinha sites de fundo cinza, estáticos e vem o advento

²⁵⁴ Sérgio Boiteux, entrevista em 27/11/2001.

²⁵⁵ Fábio Duarte, entrevista em 23/12/2001.

²⁵⁶ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

²⁵⁷ Idem.

da GIF animada e apareceram sites que pareciam um trio elétrico... O *Flash* é a mesma coisa... O declínio é o amadurecimento do uso dessa técnica, que na verdade é muito moda. A Web está cheia de modismos, assim como a animação digital. São tantas, da GIF animada, dos *flashes* indiscriminados, dos menus que se escondem e aparecem, do áudio... Uma vez a banda larga se popularizando você vai ver páginas em que você precisa ver um filme pra entrar, a moda do vídeo... Existe a moda do design, por exemplo, a sombrinha. Isso não é tecnologia, é uma técnica. Na tecnologia, por exemplo, a GIF animada, que é uma tecnologia que surgiu com uma moda de péssimo gosto de animar tudo. Força você a usar uma tecnologia independente do valor dela.”²⁵⁸

Embora alguns não acreditem que haja um estilo da Web, dada sua variedade de páginas e criadores, outros apontam alguns exemplos de padronização, que seria o caso dos portais, sites caracterizados pela oferta de uma infinidade de informações.²⁵⁹ André Dorigo identifica uma verdadeira moda dos portais, com vários sites querendo dar a impressão de dispor de um vasto conteúdo. Em muitos casos, esta multiplicidade de caminhos para se obter informação tem mais a ver com pressões de marketing do que com necessidades reais de projeto. Estes sites acabaram por estabelecer uma determinada disposição na tela a que, conforme aponta Luciana Berner, o público já se habituou:

“Quem tem muita informação – portais, sites mais complexos – eles partem todos mais ou menos para uma mesma linha. Porque de repente o usuário, o internauta, já está se acostumando a encontrar no lado esquerdo, determinado tipo de informação; no lado direito, determinado tipo de informação; em cima, propaganda; em baixo, patrocinadores... Aquela coisa assim que o internauta já está se acostumando. Então todo o mundo aproveita para seguir a mesma linha, para ter certeza de que todo mundo vai se entender com o site.”²⁶⁰

Se isto pode ser visto como um fator de maior simplicidade por parte do usuário, este padrão de leitura, segundo Thomaz Brasil, acaba muitas vezes por gerar um design pobre. Concordando com esta crítica, Marcello Rosauro reclama que todos os portais são iguais, só mudando a cor. Para Tiago Teixeira, esta quantidade de informações muitas vezes não desejada é prejudicial:

²⁵⁸ Antônio Callado, entrevista em 13/12/2001.

²⁵⁹ Como se vê dos depoimentos de Eduardo Tavares, Luciana Berner, Marcelo Rosauro e Thomaz Brasil.

²⁶⁰ Luciana Berner, entrevista em 11/10/2001.

“O problema do portal é que ele deveria entender um pouco da cultura de gosto. O portal funcionaria muito melhor se funcionasse assim, você chegasse ao portal e o cara falasse assim: Bem vindo ao portal, vou fazer uma pauta para você, do que você gosta? Aí montasse um portal com o que você quer, porque a quantidade de informação inútil que você vê no portal é horrível. Eu acho que eles devem perder muito com isso porque eu entro no site e vejo um calhamaço de informação que eu nunca vou precisar na vida. Pra você achar a coisa que você quer é complicado, o que é paradoxal, porque eles querem o maior público da Internet — tipo Uol, IG — e os sites deles são muito complicados. Se você nunca entrou na Internet [...] não vai entender nada porque ficou um caos. Acho isso muito esquisito, acho que eles iriam ganhar muito mais segmentando o portal, fazendo ele se adaptar a você ou então fazer uma hierarquia de informações. Por exemplo, eu prefiro saber sobre Casa dos Artistas do que sobre a guerra no Afeganistão, aí ele faz um *layout* pra você onde Casa dos Artistas é muito mais privilegiado e lá no fundo ele põe a guerra do Afeganistão. Se você quer botar tudo lá, pelo menos organiza um pouquinho.”²⁶¹

Outro fato levantado em um grande número de depoimentos foi a concordância em que a Internet não possui um estilo, mas uma seqüência veloz de modismos. Segundo Daniela Oliveira, esta sucessão de estilos e mudanças constantes nos sites parece ser uma exigência da Web. Lícia Rubinstein concorda, acrescentando que a rede é muito mais suscetível a modismos visuais que o meio impresso. Páginas muitas vezes copiam-se mutuamente, gerando uma canibalização de soluções e consagração de certos clichês visuais.²⁶² Muitos inclusive vêem tais clichês da Web transbordando fora dela para o meio impresso, para a televisão e até para adesivos de automóveis.²⁶³ Fábio Duarte percebe esta tendência de canibalização até em sites de designers: “Às vezes eu faço isso só para testar, vejo o portfólio inteiro de um mesmo estúdio de webdesign e percebo que os sites são rigorosamente iguais. Acho isso um absurdo completo porque os clientes não são iguais.”²⁶⁴

²⁶¹ Tiago Teixeira, entrevista em 28/11/2001.

²⁶² Como se vê dos depoimentos de Giorgio Seixas, Lula Rocha e Melissa Monteiro.

²⁶³ Como se vê dos depoimentos de Pedro Herzog, Rodrigo Correa e William Côgo.

²⁶⁴ Fábio Duarte, entrevista em 23/12/2001. Parece voltar aqui, renovada, a discussão sobre os fundamentos de arte em sociedades simples: assim como se pode depreender, a partir do estilo, o artesão-artista que criou determinado objeto, também é possível aqui, excluídos critérios ético-mercadológicos, depreender-se de qual estúdio é oriundo um dado site.

Segundo Tiago Teixeira, esta profusão de estilos e a velocidade com que se sucedem tem a ver com a facilidade de se fazer ajustes nas páginas da Internet. Ele vê neste encantamento com estilos visuais um perigo de se usar recursos totalmente inadequados à temática do site:

“É muito mais fácil de mudar, você acorda um dia pensando na coisa e muda. É muito mais rápido. Tem uns que são ótimos, tem um inspirado em vídeo games antigos, Pixel Art. Você faz o site inteiro pixelizado, faz iconezinhos... Eu acho isso muito legal, mas chegou num extremo que tudo é assim. Isso é insuportável, mas é um modismo que acontece em tudo. Uma coisa vira moda e agrada e tudo vira assim. Tem umas coisas que são insuportáveis, tem sites que não precisam disso e que são assim. Eu vi site de empresas muito sérias que não queriam passar essa imagem de brincadeira e tinham ícones todos desenhadinhos, felizes. Ficava uma coisa esquisita, parece que [alguém] viu isso, achou legal e jogou ali.”²⁶⁵

Mesmo pequenos trejeitos visuais são alçados à categoria de estilos e passam a fazer escola, conforme conta Paulo Augusto da Cunha:

“Na época em que entrei todo mundo gostava de fazer site quadrado, reto. Depois, passou todo mundo a fazer uma curvinha, entre os sites. Sempre botando no mesmo lugar. Aí depois começou a parte em que eu parei de trabalhar nessa área, quando começaram a fazer os sites psicodélicos. Aqueles sites muito doidos, que ninguém entendia nada, com várias letrinhas, até em japonês. Aberrações, na verdade.”²⁶⁶

Sobre esta questão de estilo, ou pelo menos, de modismos visuais, além dos pontos levantados, é interessante notar a própria noção de moda de uma determinada tecnologia ou recurso visual. Não é uma questão de originalidade, mas parece ser quase um dialeto visual característico de certas correntes do webdesign, uma forma de se reconhecer aqueles que estão na vanguarda da criação. Muitas vezes, segundo os entrevistados, estas tendências de uma cultura de gosto de determinados webdesigners parecem se sobrepôr a quaisquer outras considerações, seja a respeito do cliente, do público ou mesmo do meio onde transitam, com frequência prejudicando uma comunicação adequada no meio. Lícia Rubinstein comenta a respeito destas modas:

²⁶⁵ Tiago Teixeira, entrevista em 28/11/2001.

²⁶⁶ Paulo Augusto da Cunha, entrevista em 29/11/2001.

“Uma vez eu fiz um site que tinha uma linha horizontal fina, um fio, e o cara falou pra eu não botar aquele fio porque parecia mais aquelas régua, [...] Existe uma *tag*²⁶⁷ que faz aquilo automaticamente, então ficava parecido com aquilo e parecia que era muito banal. Eu não pude usar, não importa que coubesse bem ali naquele design. Eu não pude usar porque era uma ferramenta banal, que todo mundo usava. Não é uma preocupação com originalidade, é com aquilo que se tornou banal. Você não precisa ser original, você pode fazer igual todo mundo faz, desde que esteja na moda fazer aquilo.”²⁶⁸

Mais do que estilo, entretanto, surge a questão a respeito do computador e mais especificamente a Web serem ou não vistos como uma nova linguagem. Os depoimentos obtidos a partir desta ótica revelaram interessantes concepções por parte dos designers entrevistados.

Uma minoria das respostas não considera a Web como uma nova linguagem. Segundo Rodolfo Capeto, a linguagem é uma preocupação secundária em face do potencial que a Internet tem como meio de comunicação. Para ele, a televisão teria uma influência muito mais significativa. Já para Antônio Callado e Carlos Bahiana o que há é apenas uma adaptação da linguagem a um novo meio:

“Eles [os meios digitais on-line] te obrigam a restringir e adaptar a linguagem para suas limitações, por outro lado eles permitem certas formas de expressão e complementação da informação com um grau de liberdade que era inusitado até um certo tempo atrás. Não diria que eles criam uma linguagem nova. Não vamos recriar ou aprender novas formas, fundamento é fundamento pra qualquer coisa. Agora ,o uso deles é que tem oportunidades e limitações típicas que devemos entender.”²⁶⁹

De forma semelhante, Osmarco Valladão, acredita que a Web não pode, pelo menos até o momento, ser encarada como uma linguagem própria e sim como um novo meio que faz uso de recursos preexistentes:

“Ainda não, na minha visão. Um bom objeto de design gráfico ainda é um conjunto harmônico de certos elementos como formas, cores e, em certos casos (Internet e TV, por exemplo), ritmo e movimento. Esses elementos são os mesmos, quer o suporte do trabalho seja uma folha de papel

²⁶⁷ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

²⁶⁸ Lícia Rubinstein, entrevista em 3/10/2001.

²⁶⁹ Carlos Bahiana, entrevista em 1/12/2001.

ou um monitor. A maioria das ‘revistas’ que já vi pela Internet são apenas a transposição para o monitor do que já era feito no papel. A Internet ainda precisa se desenvolver como linguagem gráfica. Já vi alguns defenderem que o uso de animações e som seriam algo revolucionário, mas o que eu vi apenas repete o que já é feito em televisão.”²⁷⁰

Apesar destes argumentos, entretanto, uma grande maioria de vinte e cinco designers declararam textualmente ver o meio digital on-line como uma nova linguagem, mesmo que esta linguagem ainda esteja alcançando seu pleno desenvolvimento.²⁷¹ Rejane Spitz enfatiza as características de uma linguagem, que estão presentes na Web:

“No sentido de uma linguagem que promove diálogo. Primeiro que promove expressão, no sentido de você expressar uma idéia, uma linguagem que promove comunicação. Você expressar uma idéia e ela ser entendida e assimilada e você gerar um diálogo, obter uma resposta e entender aquela resposta. É linguagem enquanto detentora de uma semântica, há um repertório, um conjunto de conhecimentos, de técnicas e de idéias. Há palavras, no sentido de unidades pequenas que contém um significado, cada uma delas já mais ou menos absorvidas que permita que você montando determinadas palavras forme frases e expresse idéias mais complicadas. E é uma linguagem que permite vários níveis de entrada.”²⁷²

André Vallias, por sua vez, acredita que o mais radical em relação aos computadores é que eles trabalham com dados sem distinguir entre imagem e texto, número e som. É um processo mais próximo da linguagem do cérebro humano, possibilitando uma visão menos seccionada da realidade:

“Acho que a coisa principal do computador, a principal revolução, é que ele não faz distinção entre imagem e texto, número e som. Ele é uma plataforma *crossmedia* mesmo, é multimídia; como é o nosso cérebro. E na verdade, pelo sistema de educação, pela maneira como os ofícios eram muito compartimentados, a gente tendeu muito tempo a considerar as coisas muito separadas umas das outras. Na verdade o homem sempre produziu multimídia e mesmo um texto escrito é multimídia, de certa forma, porque você está vendo imagens num cenário que você mesmo está produzindo. O

²⁷⁰ Osmarco Valladão, entrevista em 12/01/2002.

²⁷¹ Como se vê dos depoimentos de Hiro Kozaka, José Augusto Fialho e Juliana Ferreira.

²⁷² Rejane Spitz, entrevista em 7/11/2001.

computador fez é tornar isso muito mais explícito e com isso acho que o grande trunfo dele é estar abrindo um leque de criação muito extenso.”²⁷³

Para estes entrevistados, a Web não apenas é uma linguagem, mas é necessário que seja vista desta forma, sob pena de sofrer um uso inadequado, capaz de limitar seus potenciais. Segundo Melissa Monteiro e Valéria London, sua forma de comunicação não-linear mistura elementos de TV e elementos de impresso, é um meio estático e dinâmico simultaneamente. Adriana Melo faz uma citação semelhante, a de que o texto na Internet tende mais ao falado, como na TV. Já Pedro Herzog, apesar de ver proximidades, aponta que a Internet têm características próprias bem distintas da televisão, como o aspecto da imagem e o uso de letras. Lula Rocha conta que: “A Internet tem que ter uma linguagem própria. [Ainda] é meio embrionário. Não é TV e também não é revista nem jornal. A crise da Internet é justamente isso...”²⁷⁴ A Web hoje seria derivada de uma aglutinação de outras mídias, desenvolvendo aos poucos sua face, conforme conta Luciana Berner:

“[Os meios digitais on-line] têm que ser vistos como uma nova linguagem. Acho que a gente ainda está muito na fase da transição: de adaptar linguagem de jornal para Internet, de adaptar a linguagem da TV para a Internet. Ainda não chegou, acho, numa linguagem de Internet. O pessoal já está bem mais envolvido. Tem que se aprender como funciona a Internet, o que ela é diferente da televisão e o que ela é parecida. Acho que a Internet já está começando a canalizar; até a gente sente: 80%, 90% dos sites são similares. Então o pessoal já está começando a canalizar, mas ela tem que descobrir a linguagem dela.”²⁷⁵

Seja como for, parece haver um consenso de que a Internet tem uma linguagem própria, mas que esta linguagem própria ainda está em estado embrionário, buscando referenciais em mídias que a antecederam. Este não é um fenômeno inédito, conforme aponta André Dorigo:

“Acho que têm que ser uma nova linguagem, porque todo primórdio de um veículo, a televisão, o cinema, todos eles quando começaram não tinham uma linguagem própria, eles buscavam referências em linguagens anteriores. Por exemplo, o cinema buscava no teatro, mas aos poucos foi

²⁷³ André Vallias, entrevista em 20/12/2001.

²⁷⁴ Lula Rocha, entrevista em 20/12/2001.

²⁷⁵ Luciana Berner, entrevista em 11/10/2001.

desenvolvendo as potencialidades específicas e aí sim desenvolveu uma linguagem própria. Foi aí que apareceram os grandes cineastas, os grandes filmes foram feitos. Então a Web ainda não tem uma linguagem porque ainda é recente, mas ela precisa ter uma linguagem nova para poder realmente ser plena em termos de veículo.”²⁷⁶

Outro ponto marcante levantado nas questões é o aspecto novo que a interatividade proporciona. Esta poderia ser vista como uma característica marcante do meio on-line. Embora o hipertexto ainda seja por vezes utilizado equivocadamente, a Internet permite uma comunicação acelerada de mão-dupla. Este aspecto de interação é algo, senão inédito, pelo menos muito mais intenso na Web que em qualquer outro meio. Este fator de interatividade dá um poder novo ao usuário, permitindo a criações de canais de comunicação através do mundo e pondo em especial relevo a importância deste usuário.²⁷⁷ Fábio Duarte comenta destas inovações que geram nova liberdade de escolha:

“[Por exemplo,] hipertexto é uma coisa que sem o computador não existe. Hipertexto é considerado uma nova forma de publicar uma idéia. Você pode fazer um roteiro seqüencial ou um hipertexto, só que no caso do papel o hipertexto não é possível. [Nos aspectos visuais muda] na medida em que você pode ter também link de dentro do gráfico para maiores detalhes daquele gráfico. Você na verdade tem hoje o poder de fazer o infográfico, sem o cara que faz a revista decidir para você quais são os pontos do gráfico que te interessam. Você pode decidir por você mesmo, [...] simplesmente faz a informação aparecer somente quando é chamada. Isso só o computador faz.”²⁷⁸

Esta democratização da voz, popularizada pela Internet e refletida em peças gráficas que permitem a intervenção do usuário, que são os websites, seria, segundo os entrevistados, uma das marcas principais desta linguagem da Web. O reconhecimento da existência desta nova linguagem vai ser vital na abordagem destes profissionais em sua relação de trabalho e na concepção visual da Web. É a partir desta ótica que se questionou a cada um deles que tipo de mudanças seriam trazidas pela Internet.

Um grupo de designers acredita que uma das mudanças mais marcantes que a Internet vem trazendo se dá na concepção do tempo.²⁷⁹ Segundo eles o tempo parece correr mais rápido, a velocidade aumenta e, com ela, a profusão de novas informações e

²⁷⁶ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

²⁷⁷ Como se vê dos depoimentos de Lula Rocha e Marcello Rosauro.

²⁷⁸ Fábio Duarte, entrevista em 23/12/2001.

²⁷⁹ Como se vê dos depoimentos de André Dorigo, Luciana Berner e Thomaz Brasil.

contatos, exigindo das pessoas uma adaptação. Léo Ehrlich conta que o computador e a Internet acostumam o usuário a fazer várias coisas ao mesmo tempo, através de múltiplas janelas. Este tempo, repleto de mudanças que se sucedem aceleradamente, é compactado por elas a ponto de aparentar ter sido anulado. Esta percepção dos designers confirma as impressões apresentadas por Walter Ong e Pierre Lévy de que a extrema quantificação de processos proporcionados pelos meios eletrônicos, em especial o computador, geraria um tempo pontual, um presente aparentemente simultâneo devido à sua extrema velocidade e seqüencialidade.²⁸⁰

Outros entrevistados vêm na intensa profusão da informação causada pela Web um ponto marcante de mudança.²⁸¹ Nunca houve tantos dados disponíveis sem restrições nem censura aos usuários de computador. Esta facilidade em se obter informação através da rede causa mudanças no mínimo interessantes. As gerações mais novas já desenvolveram o hábito de buscar informações na Web e não em uma enciclopédia.²⁸² Tiago Teixeira comenta que, quando vê um determinado assunto em um livro, sente falta de poder clicar ali pra aprender mais. Segundo Hiro Kozaka, a questão da informação é um fator definitivo para se considerar a Internet revolucionária:

“Sob o ponto de vista da divulgação da informação, a Internet é uma revolução tão grande quanto a criação da imprensa pelo Gutenberg. É uma coisa de dar a todos acesso a informação. Imagina como era há cinco anos atrás... Você lembra da sua vida sem e-mail? Era diferente... Você lembra como era sua vida sem celular, sem Internet? Hoje você tem disponível um conhecimento absurdo, é só saber usar. Isso gera uma revolução e muda as relações, muda. Não só em design, como em toda a sociedade.”²⁸³

Entretanto, um aspecto negativo apontado por Giorgio Seixas seria que justamente o excesso de informação pode gerar um desinteresse pela mesma, passando ela a ser vista cada vez mais como moeda. Antônio Callado aponta como benefício da Internet uma democratização do conhecimento, causando mudanças importantes de relações sociais, embora veja como um mal necessário da rede uma pulverização de informações, dificultando a apreensão plena de determinado assunto:

²⁸⁰ Ver capítulo 2, tópico 2.1.3, pp. 29, 30.

²⁸¹ Como se vê dos depoimentos de Elaine Costa, Rejane Spitz e Valéria London.

²⁸² Beatriz Pottier, entrevista em 7/11/2001.

²⁸³ Hiro Kozaka, entrevista em 13/12/2001.

“É fruto dessa pulverização você ter uma apreensão fragmentada em geral. Você tem um movimento de cursos on-line que vão estruturar a informação de maneira semelhante à dada em sala de aula. A pulverização força a informação a ser fragmentada e isso é uma característica da Web. Quanto a mídia, é o mesmo processo da democratização da computação no início, e a medida que você vai descentralizando o poder computacional, você democratiza o poder. É igual ao conhecimento, em que você tinha a figura do professor e da biblioteca e o acesso internacional era complicado. Você tinha um monopólio de conhecimento. Isso é aplicável ao design. No Brasil, onde você colhia o conhecimento, você ficava disponível ao que o professor dissesse, hoje a Internet nos dá essa liberdade de pesquisa. A função do professor mudou muito. E a relação do aluno e do professor mudou .”²⁸⁴

Alguns designers também reclamaram de uma superficialidade generalizada no tratamento de informações em sites da Internet, paralela ao dinamismo do meio.²⁸⁵ Isto parece ser uma conseqüência conjunta da aceleração do tempo e desta multiplicidade de informações, que, ao mesmo tempo em que multiplicam o conhecimento, tornam menor o tempo disponível para aprendê-lo.

“Está muito mais fragmentado. Hoje você vê muito menos. Eu diria que isso está acompanhando o fenômeno das pessoas prestarem cada vez menos atenção a informação muito longa. Você precisa condensar cada vez mais, porque ninguém vai prestar atenção no seu site, seja lá o que for que você está publicando, durante muito tempo. O cara vai clicar no link e vai embora. Então isso daí faz com que as pessoas comecem a ter cada vez mais pílulas de cada vez mais assuntos e se aprofundem cada vez menos [...]. Isso é um dos efeitos que acontecem.”²⁸⁶

As mudanças são sentidas pelos designers até em pequenos eventos cotidianos, como o uso de gírias derivadas da Internet ou mesmo no ato de escrever conforme notam Lícia Rubinstein e Rodolfo Capeto:²⁸⁷

“Eu não consigo mais escrever a mão, porque a mão você rabisca, vira uma confusão enorme e você não consegue entender nada. Escrever no computador é muito mais fácil, então simplesmente eu não consigo mais escrever a mão...É muito mais fácil criar no computador, porque tenho medo de

²⁸⁴ Antônio Callado, entrevista em 13/12/2001.

²⁸⁵ Carla Niemeyer, entrevista em 24/10/2001.

²⁸⁶ Fábio Duarte, entrevista em 23/12/2001.

²⁸⁷ Ver capítulo 2, tópico 2.2.1, p.32.

errar, e antigamente tinha que fazer colagens com tintas. Era tudo muito mais difícil e se caísse uma água em cima acabava o seu trabalho, um horror...”²⁸⁸

Outra impressão que alguns entrevistados têm é a de diminuição das distâncias trazida pela Internet, que estaria mudando a compreensão de mundo e o contato entre os povos, quebrando barreiras culturais e ampliando horizontes.²⁸⁹ Este tipo de proximidade, conjuntamente com a interação permitida pelo rede, acabaria por estimular uma participação maior na sociedade, tornando as pessoas mais dinâmicas, capazes de apreender tudo ao seu redor.²⁹⁰ Érika Weinberg e Osmarco Valladão citam a mudança até no processo de trabalho, que mais do que nunca pode ser feito em casa e até para clientes no exterior.

Por outro lado, alguns entrevistados compartilham uma certa preocupação de que o ser humano comece a pensar cada vez mais como um computador. Segundo eles, a convivência com a ferramenta e com a Internet tenderia a forjar uma mente mais sistematizada, cartesiana. Entretanto, fazem uma ressalva de que isto pode ser apenas uma reação intensificada pela novidade destes fenômenos e com o tempo as expectativas da sociedade sofrerem um novo reajuste.²⁹¹

Já outros entrevistados criticam a forma como muitos outros setores tentam copiar alguns trejeitos da imagem digital.²⁹² Carla Niemeyer percebe nisso uma tendência equivocada, mais relacionada a questões de mercado que propriamente de design:

“[Quanto à utilização do visual da Web em impressos], acho ridículo, porque, na verdade, cada material que a gente tem possui uma linguagem. Acho que é uma tentativa de agregar modernidade à capa de um livro, agregar uma coisa meio internacional, globalizada.”²⁹³

Tiago Teixeira, por sua vez, manifesta o temor de uma ação da Internet como uma uniformizadora da imagem a nível global.²⁹⁴ Entretanto, outros vêm na rede justamente o oposto, um grande espaço fértil para a diversidade cultural. André Vallias defende a visão da rede como um dos principais meios que permitem o resgate e a permanência das culturas minoritárias por meio da sua multiplicidade de fontes de informação:

²⁸⁸ Lícia Rubinstein, entrevista em 3/10/2001.

²⁸⁹ Como se vê dos depoimentos de Hiro Kozaka e Valéria London.

²⁹⁰ Martha Werneck, entrevista em 10/10/2001.

²⁹¹ Como se vê dos depoimentos de Pedro Herzog e Sérgio Boiteux.

²⁹² William Cogo, entrevista em 17/10/2001.

²⁹³ Carla Niemeyer, entrevista em 24/10/2001.

²⁹⁴ Tiago Teixeira, entrevista em 28/11/2001.

“Inclusive a Internet foi uma das grandes armas da diversidade cultural sobreviver. Antigamente, por exemplo, na cultura de massa, você só podia publicar uma revista se tivesse um número x de leitores. Isso fazia com que se ficasse muito dependente de ter uma certa representatividade num determinado contexto social. Então ficava muito difícil você estar tendo uma publicação num determinado espaço que não tivesse x número de leitores que justificasse o pagamento de toda a infra-estrutura que demanda a publicação. A Internet torna o processo de publicação muito fácil além do que você está atuando num espaço que não é mais geográfico. Então uma minoria lingüística passou a ter a possibilidade de estar preservando a sua língua dentro de um *website*, interagindo com esses elementos onde quer que eles estivessem. Porque no fundo foi sempre esse o problema. As minorias acabaram sendo forçadas a se dispersarem no mundo, perderam seu espaço comunitário por forças econômicas. De repente encontraram na Internet uma maneira de formar de novo a sua comunidade. Hoje a Internet é um grande espaço de formação de comunidades. E essa formação de comunidades é bastante dispersa, bastante pontual. Onde tiver três pessoas dialogando você já tem uma comunidade na Internet.”²⁹⁵

Da mesma forma, no que tange aos aspectos visuais, muitos reconhecem na Web um formidável elemento de popularização da cultura visual. As pessoas começam a receber um novo conteúdo no seu imaginário, de forma semelhante ao que aconteceu com a TV.²⁹⁶ As facilidades de acesso das imagens, sua apropriação e mesmo sua alteração por parte do usuário da rede mudam as relações entre obra e espectador, diluindo, a partir de sucessivas interferências, a noção de autoria. É interessante notar a semelhança com um passado oral, cujas produções culturais normalmente eram forjadas com a participação contínua de uma coletividade.²⁹⁷ Mais especificamente, a Web pôs em evidência não apenas um fluxo ininterrupto de informação, mas também a imagem em geral e o design em particular como um elemento componente da sociedade. Nas palavras de Fábio Duarte, ela não apenas dá aos usuários uma oportunidade de expressão verbal mas também permite uma expressão gráfica, através dos websites:

“O que eu queria colocar sobre a Internet é que ela dá hoje oportunidade de divulgação de informação para pessoas que antes não tinham essa oportunidade, porque as mídias eram todas muito caras. Hoje em dia o

²⁹⁵ André Vallias, entrevista em 20/12/2001.

²⁹⁶ Lula Rocha, entrevista em 20/12/2001.

²⁹⁷ Ver capítulo 2, tópico 2.1.1, p.18.

que você tem é todo mundo brincando de fazer design, todo mundo querendo comunicar algum tipo de coisa porque normalmente é de graça ou pelo menos custa somente o seu custo de provedor de acesso discado à Internet. Você já tem um espaço para fazer uma página. Então é engraçado que a Internet de uma certa maneira democratizou a informação, mas ela ao fazer isso democratizou o design também. Todo mundo hoje quer ser um pouco de designer; se interessou por isso até pela quantidade de páginas feias que proliferaram. Acho que as pessoas hoje entendem muito melhor do que antes o lugar do designer no processo criativo, no processo de publicação e informação. Isso daí eu acredito que é um mercado muito promissor e que tem para todo mundo. O que aconteceu foi um grande boom de uma coisa que antes não existia e que trouxe o design para a linha de frente das batalhas pela atenção das pessoas.”²⁹⁸

A despeito de tudo isso, existem pessoas com notória dificuldade em integrar o meio digital. Quando perguntados a este respeito, a maioria dos entrevistados considerou que a causa deste fato seria uma falta de familiaridade com o computador.

Na opinião de quatorze dos entrevistados, a carga cognitiva exigida para o uso computador é muito grande.²⁹⁹ O computador como instrumento cotidiano ainda é um fato relativamente novo na sociedade para que houvesse uma convivência e um aprendizado mais suave. Este conhecimento mínimo para se operar a máquina seria um esforço demasiado custoso para um leigo que ainda não consegue visualizar as vantagens que tal uso lhe traria.³⁰⁰ Já André Dorigo acredita que as dificuldades com o computador são apenas um exemplo de uma dificuldade com máquinas em geral:

“Acho que a dificuldades das pessoas usarem o computador é porque elas não têm familiaridade com máquinas. Você tem que se familiarizar. Quando você sabe manusear uma máquina de calcular, por exemplo, você não vai estranhar tanto usar um caixa eletrônico de banco, mexer no computador e vice-versa. Quando a pessoa não tem familiaridade nenhuma com nada eletrônico, com uma televisão ou videocassete, aí ela vai ter muita dificuldade pra mexer com o computador. Acho que as pessoas têm dificuldade porque não têm familiaridade com objetos eletrônicos. Ela não consegue interagir. Não foi acostumada com isso. Daí o preconceito em tentar entender como funciona o computador.”³⁰¹

²⁹⁸ Fábio Duarte, entrevista em 23/12/2001.

²⁹⁹ Como se vê dos depoimentos de Elaine Costa, Léo Ehrlich e Lícia Rubinstein, entre outros.

³⁰⁰ Thomaz Brasil, entrevista em 11/10/2001.

³⁰¹ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

Esta opinião é compartilhada por outros entrevistados, que reconhecem no uso básico de um computador uma grande quantidade de detalhes a serem atendidos.³⁰² Carlos Bahiana exemplifica, apontando o número de pessoas que não sabe programar videocassete, um instrumento comparativamente mais simples. Por estas razões, Juliana Ferreira assegura a importância de se colocar no lugar do usuário: “A maior dificuldade é compreender que existem usuários de todo tipo e que não têm essa compreensão de computador e Internet que a gente tem.”³⁰³

Paulo Augusto da Cunha, conquanto também perceba no computador uma gama de possibilidades que para o iniciante pode ser desorientadora, vê neste aprendizado um fator de desenvolvimento do pensamento. Um contato freqüente com o computador tenderia a minimizar as dificuldades na opinião de alguns.³⁰⁴ Martha Werneck faz um paralelo com outro meio tecnológico, comentando que não existem pessoas sem jeito para TV. Um esforço por parte do usuário, portanto, acabaria vencendo as barreiras e rendendo bons frutos. Para Fábio Duarte, embora seja de fato difícil usar o computador, com a freqüência de uso ele se torna, não mais simples, mas pelo menos mais utilizável.

Já alguns depoimentos vêm esta falta de familiaridade mais evidente em gerações mais antigas. As pessoas mais velhas não teria tido tempo ou necessidade para conviver com esta realidade.³⁰⁵ Ao contrário deles, existe hoje uma geração que convive com eletrônicos desde a infância e esta convivência agiria como um elemento facilitador na apreensão dos conceitos relativos ao uso do computador.³⁰⁶ Para André Vallias, esta questão de gerações fica bem evidente ao se fazer um paralelo com o surgimento do telefone. Gerações anteriores precisaram aprender a usar o telefone, que hoje parece algo óbvio, mas na época era demorado, incômodo e difícil, além de ser considerado um artigo de luxo. Uma vez que a tecnologia sofre uma maior disseminação a ponto de ser absorvida pela sociedade, estes fenômenos vão diminuindo. Ainda segundo ele, esta dificuldade seria fruto também de uma geração formada pela cultura de massa, acostumada com uma passividade, enquanto hoje busca-se uma personalização e interação cada vez maior.³⁰⁷

³⁰² Como se vê dos depoimentos de José Augusto Fialho e Lula Rocha.

³⁰³ Juliana Ferreira, entrevista em 27/11/2001.

³⁰⁴ Sérgio Boiteux, entrevista em 27/11/2001.

³⁰⁵ Como se vê dos depoimentos de Daniela Oliveira, Eduardo Tavares e Rodrigo Correa.

³⁰⁶ Tiago Teixeira, entrevista em 28/11/2001.

³⁰⁷ André Vallias, entrevista em 20/12/2001.

Existiria, segundo alguns, um medo ou bloqueio em algumas pessoas ao se lidar com instrumentos de alta tecnologia, como um computador. Esta preocupação em se apertar o botão errado ou estragar a máquina seria causadora de um rejeição por parte do indivíduo em participar do processo de contato com o equipamento.³⁰⁸ Segundo Hiro Kozaka, o medo da novidade ou de se danificar o computador geraria bloqueios psicológicos difíceis de serem vencidos. Rodolfo Capeto concorda, acrescentando que percebe esta tendência mais freqüentemente em pessoas mais velhas ou de pouca erudição. Luciana Berner conta uma experiência pessoal que vivenciou com sua mãe:

“Tirando pela minha mãe: minha mãe, outro dia, sentou aqui e eu fui mostrar um negócio para ela. Ela, ao invés de olhar para a tela, olhava para o mouse e não conseguia entender como é que o mouse andava. Ela segurava o mouse, olhava para ele e não olhava para a tela. Eu acho que é falta de hábito, e de repente, pânico, bloqueio, alguma coisa desse tipo... Tem muita gente que tem medo de apertar um botão e desaparecer tudo. O pessoal fica intranquilo porque acha que vai apertar um negócio errado e vai desaparecer tudo...”³⁰⁹

Por fim, outros entrevistados culpam questões econômicas e sociais por esta falta de familiaridade com o computador. Segundo Pedro Herzog, esta dificuldade é ela mesma uma prova do quanto o uso do computador molda a mentalidade das pessoas e vê como essencial investimentos nos setores carentes, para que não se agrave ainda mais sua exclusão social. Giorgio Seixas vê o perigo de uma exclusão social e uma exclusão digital se retroalimentando:

“Pra ser usuário de Internet, hoje, você tem que ter um computador, uma linha telefônica, saber usar o *browser* e ter um conhecimento de um pouco de inglês. Num país em que as pessoas falam mal o português, passam fome, e pra você precisar acessar a Internet você precisa disso, você filtra muita gente, aumenta o abismo social, ela acentua as diferenças. O mercado pede isso e essa adaptação aos quarenta e cinco, cinqüenta anos pra mais fica muito difícil, porque a forma de pensar do cara já está feita. Mudar isso é difícil, por causa dos vícios e coisas novas. A adaptação de quem usava a máquina de escrever pro computador foi traumática... Essa adaptação é quase que dolorosa pros excluídos.”³¹⁰

³⁰⁸ Como se vê dos depoimentos de Beatriz Pottier, Érika Weinberg e Melissa Monteiro.

³⁰⁹ Luciana Berner, entrevista em 11/10/2001.

³¹⁰ Giorgio Seixas, entrevista em 20/10/2001.

Talvez este seja o fator de limitação no uso do computador mais grave e que requeira uma ação mais emergencial. Na medida em que cada dia mais as oportunidades no mercado de trabalho e na sociedade em geral demandam um conhecimento de informática e destreza no uso da Internet, mais evidente fica a necessidade de que todos tenham acesso a este tipo de educação. Mais importante ainda, conforme foi visto no capítulo anterior, conquistas tecnológicas como a escrita e a imprensa marcam também avanços consideráveis no desenvolvimento de novas mentalidades, concepções do mundo e de si mesmo mais sofisticadas. Ao se entender a fluência no uso do computador e da Internet como mais um degrau desta progressão, fica patente a importância de iniciativas destinadas a difundir esta “literacia digital” nas camadas mais carentes, distribuindo o conhecimento igualmente. E isto não apenas para que estes indivíduos formem uma força de trabalho competente, mas para que possam estar melhor integrados como cidadãos de sua época.

O mesmo argumento em favor de uma melhoria de qualidade de vida pode ser aplicado a cada um dos grupos com dificuldades com o computador citados anteriormente. Uma compreensão e utilização do computador vão gerar benefícios muito maiores e mais sutis do que apenas poder digitar um texto ou se comunicar a distância via e-mail. Numa sociedade cada dia mais aceleradamente informatizada e cada vez mais dependente desta tecnologia em seu cotidiano, questões mais profundas como exercício pleno de cidadania, participação política, apreensão da realidade e mesmo auto-estima do indivíduo vão estar intimamente vinculados à sua capacidade de se relacionar com máquinas, especialmente o computador, seja para processamento de dados ou comunicação. A própria maneira de pensar sofrerá influências por parte destes novos processos materiais. É um erro pensar que se pode afastá-las de si mesmo por medo ou desinteresse, ou dos outros, negando atenção aos excluídos digitais. Rejeitar os instrumentos computacionais e a Internet por considerá-los província de uma categoria específica de técnicos e cientistas, ignorando sua disseminação avassaladora por todos os níveis do tecido social é tanto prejudicial quanto inútil, conforme o comentário de Pierre Lévy:

“O cúmulo da cegueira é atingido quando as antigas técnicas são declaradas culturais e impregnadas de valores, enquanto que as novas são denunciadas como bárbaras e contrárias à vida. Alguém que condena informática não pensaria nunca em criticar a impressão e menos ainda a

escrita. Isto porque a impressão e a escrita (que são técnicas!) o constituem em demasia para que ele pense em apontá-las como estrangeiras. Não percebe que sua maneira de pensar, de comunicar-se com seus semelhantes, e mesmo de acreditar em Deus [...] são condicionadas por processos materiais.”³¹¹

Neste ponto fica evidente uma especial importância da atuação dos designers como facilitadores desta compreensão da Internet por parte das categorias iniciantes. Um trabalho consciente de melhoria da comunicação digital nos websites por parte destes profissionais irá compor uma ajuda inestimável na redução das dificuldades com o meio digital e na transição destes indivíduos para uma integração na sociedade de informação.

³¹¹ LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. São Paulo: Ed. 34, 1993. p.15.

4. O USUÁRIO ENQUANTO CRIADOR: WEBDESIGN

A posição do designer é um elemento determinante na imagem da Web. Entretanto, antes mesmo de se considerar esta atuação, procurou-se obter uma visão de como este profissional encara seu processo de trabalho quando realizado para outros meios, no caso a mídia impressa. Este tipo de paralelo permite que se esboce com mais clareza as diferenças envolvidas na criação visual para estas duas mídias.

4.1. A Metodologia Apreendida

Dentre os entrevistados, aqueles que não atenderam a cursos regulares de design também não receberam nenhum tipo de treinamento metodológico visual. Fábio Duarte destaca que durante a graduação realizou alguns trabalhos acadêmicos envolvendo projetos de interface, os quais, entretanto, foram realizados mais do ponto de vista da programação do que do design propriamente dito. Estes profissionais contam que acabaram por desenvolver uma metodologia própria com o passar dos anos e o aumento de sua experiência no mercado.³¹² Paulo Augusto da Cunha conta que desenvolveu a sua a partir da observação de outros sites e de sua interação com eles a nível de usuário.

Dos entrevistados restantes, alguns sentem uma carência nessa parte de sua formação, acreditando que o ensino de uma metodologia de criação não teria sido dado adequadamente.³¹³ Thomaz Brasil conta que durante a graduação os próprios professores revelavam não possuir nenhuma metodologia. A despeito dessa dificuldade, este grupo de entrevistados caracterizou alguns passos que comporiam uma metodologia: *briefing* (que consiste na apresentação do problema por parte do professor/cliente), pesquisa (onde se colhe material sobre o assunto, assim como referências visuais), geração de opções (onde se exploravam várias vertentes para o projeto) e seleção final com a orientação do professor.³¹⁴ O professor orientador tomava

³¹² André Vallias, entrevista em 20/12/2001.

³¹³ Como se vê dos depoimentos de Carlos Bahiana, Eduardo Tavares e Érika Weinberg.

³¹⁴ Como se vê dos depoimentos de Lícia Rubinstein, Luciana Berner e William Cogo.

o lugar de cliente para o aluno, mas esta simulação, segundo André Dorigo, não era tão realista, uma vez que em um projeto de verdade a metodologia sofre muito com as limitações financeiras e criativas impostas pelo cliente:

“Claro que na depois, na prática, a gente descobriu que dialogar com o cliente é mais difícil. O professor é um profissional preparado para ajudar a nos esclarecer as coisas. O cliente pode tornar tudo ainda mais confuso.”³¹⁵

Um outro grupo entende que aprendeu uma metodologia mais rígida, que foi mais rigorosamente ensinada. Estes entrevistados ressaltam a importância de uma fase de conceituação do projeto, quando, a partir das especificações e desejos do cliente e das limitações físicas e econômicas do produto, o designer cria uma abordagem a fim de individualizá-lo perante seus concorrentes. Esta abordagem vai direcionar a geração de idéias e se incorporará em toda a estratégia visual que envolve o produto.³¹⁶ Valéria London destaca uma etapa adicional de *feedback*, onde se efetuam revisões do projeto original a partir dos testes.

Uma vez atuando profissionalmente, entretanto, é importante considerar as mutações que esta metodologia, aprendida no âmbito acadêmico, sofre em contato com as realidades do mercado e, mais recentemente, a entrada do computador como ferramenta no processo criativo. Apesar de boa parte dos entrevistados já terem chegado a um contexto de mercado onde a utilização do computador era comum, ainda assim é importante ouvir suas avaliações em comparação com os processos mais manuais de projeto em design.

4.2. O Papel do Computador

Dos trinta e um entrevistados que responderam à pergunta sobre o processo criativo para a mídia impressa, uma maioria de vinte revelou que, apesar de usar o computador cotidianamente, começa um projeto esboçando em papel. Os designers vêem na simplicidade dos esboços em papel uma maior liberdade para exprimir idéias iniciais, das quais aquelas que se mostrarem mais promissoras serão desenvolvidas e arte-finalizadas em computador.³¹⁷

³¹⁵ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

³¹⁶ Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo, Hiro Kozaka e Rodolfo Capeto.

³¹⁷ Como se vê dos depoimentos de Beatriz Pottier, Elaine Costa e Tiago Teixeira.

Para eles, um início direto no computador pode bloquear a criatividade, como sentem Giorgio Seixas, que só vai para o computador com idéias predefinidas e Osmarco Valladão, que voltou a esboçar em papel quando percebeu que seus trabalhos estavam seguindo sempre o mesmo caminho quando iniciados diretamente no computador. Adriana Melo ressalta a importância dos esboços em papel por deixarem mais evidente a força ou não de determinada idéia:

“Por exemplo, para um logotipo a gente faz um *brainstorm*. Idéias que tenham a ver com aquele assunto. Seleccionamos umas três idéias e tentamos dar forma. Isto tudo é feito à mão aqui. Até para ter a idéia mesmo, porque no computador rapidinho fica bom, mas por trás não tem idéia nenhuma. Enquanto que no papel só fica bom se a idéia for boa.”³¹⁸

Existe um grupo que ocasionalmente alterna o computador com o papel. Lícia Rubinstein acredita que é mais conveniente iniciar no computador em certos projetos, como quando faz, por exemplo, o projeto gráfico de livros. Já Pedro Herzog comenta que só parte do computador quando já sabe de antemão o que quer desenvolver. Mesmo aqueles que iniciam o trabalho no computador com mais frequência, como Carlos Bahiana, alertam para o perigo que o designer tem de se deixar conduzir pela máquina. Valéria London acredita que aqueles com pouca experiência sejam particularmente suscetíveis às normatizações sutis do computador:

“Eu não rabisco mais fora do computador, não desenho mais fora do computador, mas não deixo as pessoas que trabalham aqui no escritório, a não ser aquelas que tem muita experiência, fazerem isso. As que tem pouca experiência não devem fazer isso, porque o computador através das facilidades que te oferece, arma muitas armadilhas, aparentes simplificações, só que através de maneiras de resolver projetos sempre da mesma forma. [...] O computador cria estilos, vícios, acho que pessoas que tem pouca experiência de projeto tendem a achar que estes vícios são facilitadores de projeto, mas na realidade não são, são mesmices que você vai ver em duzentos outros ‘projetos’, entre aspas porque não são projetos de verdade. São facilidades aparentes de desenvolver um projeto.”³¹⁹

É interessante que, apesar de toda a popularização dos computadores nos meios de design, ainda haja esta recorrência dos esboços em papel, que ocorrem mesmo em se

³¹⁸ Adriana Melo, entrevista em 29/11/2001.

³¹⁹ Valéria London, entrevista em 21/11/2001.

tratando de desenvolvimento de projetos on-line. A relação mais orgânica que o contato físico com o papel e lápis proporcionam parece ter um efeito fundamental na liberação da criatividade de certos designers. Esta maior liberdade de expressão gráfica com uma certa ferramenta em detrimento de outra parece depor contra a visão do design como uma atividade marcadamente técnica. Uma outra explicação é dada por Lula Rocha, citando as limitações que ainda entravam o computador como instrumento de desenho:

“Pra muita coisa eu faço desenho na mão, mas são sempre uns esquemas mais conceituais e esquemáticos. Na mão é mais rápido. [Na] criação de marca eu faço o desenho à mão. É impossível você desenhar com o computador do jeito que você desenha à mão no papel. No computador você não tem controle motor fino porque pra isso você teria que estar olhando para o mesmo lugar onde está o efeito que seu movimento está produzindo. Vai melhorar quando a mesa em que estamos apoiados virar a tela e a caneta. O *tablet*³²⁰ piorou, não serve pra nada, porque continua dissociado, na hora que a *tablet* for a tela aí vai melhorar.”³²¹

Após os esboços, entretanto, quase que inevitavelmente o computador assume como principal ferramenta de projeto. Talvez haja poucas as atividades que foram tão transformadas pelo advento do computador quanto o design, que hoje depende da máquina em praticamente todos os passos do projeto. O depoimento de Valéria London a este respeito é bem enfático:

“É uma ferramenta nova e as pessoas, principalmente as formadas há mais tempo em design, tem ojeriza, horror, pavor do computador. Não por ele ser uma ferramenta ruim, mas por ser uma ameaça de extinção, por não saberem mexer com ele. No design hoje, quem não trabalha com computador não consegue projetar, seja no design de produto, no gráfico, no detalhamento, no que for. Não há um cliente que não te cobre no final, um CD como resultado do seu projeto. As pessoas que não sabem utilizar essa ferramenta se sentam ameaçadas e isso gera um pânico.”³²²

As opiniões dos designers a respeito da entrada do computador e de seus efeitos no processo de trabalho se concentraram em torno de dois pólos. Um grupo apontou como diferencial mais evidente o ganho de tempo que computador proporciona em

³²⁰ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³²¹ Lula Rocha, entrevista em 20/12/2001.

³²² Valéria London, entrevista em 21/11/2001.

relação a uma rotina de trabalho tradicional.³²³ Segundo estes entrevistados, a perfeição do computador em apresentar uma arte-final permitiu que este ganho de tempo fosse aplicado em uma criação mais refinada, conforme conta Beatriz Pottier:

“Eu sou super fã do computador, e sou do tempo em que não tinha computador. O diretor criava um esboço em x horas e você tinha que ter 4x horas para todos os outros darem o acabamento. Para você ter um estúdio de criação você precisava de uma estrutura grande, era a estrutura de uma agência de publicidade. [...] Você [agora] tem uma liberdade de aumentar o número de horas que você cria e diminuir a do acabamento. Hoje em dia o que você cria e o que você acaba fica na mesma coisa, o tempo gasto. Antes do computador às vezes aquilo tudo tinha que ser refeito, isso era um prejuízo de tempo inacreditável, o computador fez a gente ganhar um tempo louco.”³²⁴

Este argumento é reforçado também pela quantidade de experimentações virtualmente ilimitadas e imediatas que a máquina permite.³²⁵ O trabalho do designer seria então mais livre das pressões do cronograma e também do receio de ousar novas possibilidades. Uma vez que não há risco de se danificar um suposto original, o trabalho ganharia em qualidade técnica e profundidade. Em conjunção com o ganho de tempo, alguns entrevistados perceberam mudanças mais marcantes em seu trabalho. Eduardo Tavares, por exemplo, conta como seu estilo de ilustrar passou a ser direcionado para o computador, deliberadamente mudando seu traço para que ele seja mais adequado ao meio digital. Da mesma forma Lícia Rubinstein comenta que passou a misturar técnicas de ilustração a mão livre com interferências no computador.

Apesar destas vantagens, por outro lado o computador também eliminaria outros profissionais que participavam do desenvolvimento de um projeto de design, pondo um maior controle nas mãos do designer, mas ao mesmo tempo exigindo dele uma gama de novas responsabilidades:

“Mudou completamente, tanto que quando entrei na faculdade era uma coisa e quando saí era outra. Quando entrei nem se falava em computador e quando saí meu projeto final foi desenvolvido em *software*. Eu fui da água pro vinho em quatro anos. Foi uma ferramenta muito importante porque agiliza nosso trabalho, potencializa nosso trabalho. Você trabalha com muito mais rapidez podendo produzir mais opções, perde a noção do original,

³²³ Como se vê dos depoimentos de Beatriz Pottier, Daniela Oliveira e Marcelo Rosauero.

³²⁴ Beatriz Pottier, entrevista em 7/11/2001.

³²⁵ Tiago Teixeira, entrevista em 28/11/2001.

uma vez que você tem ele disponível eletronicamente. Você tem muito mais liberdade para produzir, mexer, mudar. Mas isso também trouxe conseqüências pra área, porque você passa a ter muitos outros trabalhos que não tinha antes. Tem que preparar o arquivo pro fotolito, enfim, fazer várias coisas ao mesmo tempo. Você tem que entender o que é um fotolito.”³²⁶

Além disso, foi apontado que determinados clientes tendem a possuir uma visão estereotipada do computador, como uma máquina que resolve imediatamente qualquer problema. Em sua concepção, os projetos de design são resolvidos rapidamente com alguns cliques do mouse. Esta compreensão torna muitos clientes incapazes de entender os prazos pedidos pelos designers. A conseqüência disso é que, ao mesmo tempo em que o computador diminui o prazo necessário para determinado projeto, ele também torna o cliente mais exigente de resultados mais rápidos e mais baratos por parte do profissional.³²⁷

Outro grupo visualiza problemas mais sérios decorrentes do uso do computador em design. Segundo eles, um uso desavisado da máquina poderia fazer com o que o usuário passasse a se contentar com as soluções mais corriqueiras oferecidas por ela.³²⁸ Para Carla Niemeyer, as soluções ficaram mais triviais, porque todos usam as mesmas ferramentas ao mesmo tempo em que os conceitos são vazios:

“Ficou muito simplista. E muito mais prático. Absurdamente prático. Lembro que trabalhava com Letraset, palito, cotonete, guache... umas coisas muito loucas. Acho que ficou também uma coisa muito impessoal, porque no micro as pessoas usam quase sempre as mesmas ferramentas, são as mais fáceis. A tendência é você pegar uma marca, falar com o cliente, sair correndo e começar a fazer no micro ao invés de ir ao mercado pra ver o que existe e num segundo momento fazer os traços, até pra você se soltar. Aí sim sentar no micro e usar as ferramentas que ele dá, porque é a melhor forma pra testar letra, testar cor, digamos limpar o trabalho. Se você for direto pro micro você vai acabar usando as coisas [mais fáceis] que ele te dá, não é a toa que você tem milhares de ‘*nikes*’³²⁹ sendo usados, essas marcas de elite. Essa coisa é desesperadora. Você acaba caindo num padrão. [...] Ao invés de usar o computador pro que elas querem, as pessoas fazem o que o computador deixa elas fazerem.”³³⁰

³²⁶ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

³²⁷ Adriana Melo, entrevista em 29/11/2001.

³²⁸ Como se vê dos depoimentos de Elaine Costa, Pedro Herzog e William Côgo.

³²⁹ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³³⁰ Carla Niemeyer, entrevista em 24/10/2001.

Rejane Spitz acrescenta que o problema com esta massificação de soluções de design não é do computador, mas dos aplicativos, que, na tentativa de facilitar o uso por parte dos usuários, acabam criando modismos visuais:

“Esse é o grande problema: não é o computador, são os aplicativos. O computador é um camaleão que vai fazer o que a gente quiser, vai se transformar na cor que a gente quiser, ele vai se moldar à tarefa. [...] O que inibe, o que cerceia, o que de certa forma vai limitar é a maneira como o pessoal que está desenvolvendo *softwares* acha, e com toda razão, que o usuário quer usar a coisa mais simples, mais fácil. Ele pensa: todo mundo gosta de usar sombra, [...] então é claro que o cara que inventa uma função que joga sombra do jeito que a gente quer, vai fazer com que muito mais gente use sombra. [...] Você não parte do mundo real onde as coisas têm sombra quando estão iluminadas, mas você parte de uma função que está disponível, que é fácil de usar e que você já viu em algum lugar e continua usando. Certamente é uma camisa de força, mas a culpa não é do computador e sim da cabeça comercial cada vez mais conservadora das pessoas que estão desenvolvendo determinados aplicativos da área gráfica. Isso não acontece em todas as áreas, é mais comum nas áreas gráficas.”³³¹

Estes modismos visuais que caracterizam um uso superficial dos recursos do computador seriam recorrentes em profissionais que se deixem ficar atrelados à ferramenta. Para alguns entrevistados, esta na verdade seria a marca de um mau designer.³³² Segundo Giorgio Seixas, para não se tornar escravo do computador é preciso conhecê-lo profundamente, ler os manuais dos aplicativos. Ele comenta que freqüentemente vê pessoas usando só dez por cento de um programa, repetindo etapas porque não conhecem a sua metodologia de funcionamento. Já para Sérgio Boiteux, a despeito de todos os avanços, o aprendizado de certos métodos antigos é útil na formação, porque livra o designer da perfeição artificial do computador e o força a ter uma dose extra de atenção. Thomaz Brasil acrescenta que o desenho à mão livre ainda é um diferencial positivo no trabalho de design.

Rodolfo Capeto acredita que mudou alguma coisa no caráter dos trabalhos impressos atualmente. Os recursos de cores e fotos proporcionados pelo computador tornou sua essência mais fotográfica e imagética e menos gráfica propriamente dita. Ele

³³¹ Rejane Spitz, entrevista em 7/11/2001.

³³² Como se vê dos depoimentos de Fábio Duarte, Hiro Kozaka e Lula Rocha.

comenta sobre estes trabalhos adaptados a partir do uso do computador, alertando para uma perda da noção de projeto:

“Eu acho que isso tudo junta no processo da degradação da palavra e do entendimento do design. [...] Aquilo que é projeto perdeu em termos de qualidade de design e aquilo que é simplesmente um *draft*³³³ ficou tentando simular esse design. Por exemplo, hoje em dia em vez de esse documento ser feito com letra de máquina de escrever, você bota uma *Times*, uma letra aqui com uma sombra, e aquilo passa a ser uma espécie do que seria um projeto e [no entanto] não tem um projeto efetivo, ou seja, meditado, trabalhado.”³³⁴

Valéria London acrescenta que o uso de *softwares* pode fazer o usuário confundir uma mera cópia ou adaptação de modelos com o ato efetivo de projetar. Este tipo de fenômeno aconteceria particularmente com os profissionais não-qualificados, que, conforme dito anteriormente, teriam sua grande porta de entrada para o mundo do design através das facilidades proporcionadas por programas gráficos de computador:

“Existem softwares que parecem que tornam fácil o ato de projetar, só que na verdade essas pessoas não estão projetando, estão copiando modelitos, *samples*³³⁵, imagens, fórmulas de fazer um impresso ou uma tela de uma *home page*. Eu não considero essas pessoas designers. Podem até vir a ser, podem se tornar autodidatas da mesma forma que no design gráfico e de produto as pessoas se tornaram designers de forma autodidata. Aloísio Magalhães era advogado [...] e, no entanto, reconhecidamente é o maior designer gráfico do país. Enquanto você não tem escolas oficialmente reconhecidas ou currículos que englobem essa matéria de forma institucional, as pessoas vão fazendo por conta própria, e vão fazendo tendo formação de design ou não. Alguns podem ter sucesso.”³³⁶

Para Carlos Bahiana, entretanto, qualquer técnica material de expressão tem o potencial de criar estilos ou mesmo vícios. É uma inevitabilidade natural na relação do homem com os meios materiais, cabendo apenas ao artista estar atento para não se deixar limitar:

“Tudo cria estilo ou vício. Sempre o aparato técnico conduz a solução formal de alguma forma. Se vou desenvolver em papel e lápis, as

³³³ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³³⁴ Rodolfo Capeto, entrevista em 6/12/2001.

³³⁵ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³³⁶ Valéria London, entrevista em 21/11/2001.

limitações e facilidades desse dispositivo técnico me conduzem a representar as coisas com certo grau de liberdade e limitação. O que não pode acontecer é desconsiderar que isso acontece com qualquer meio técnico. Se o computador potencializa minha capacidade, tudo bem; agora, se eu for estúpido o suficiente pra achar que ele faz por mim, estou perdido. Então o problema é comigo e não com ele.”³³⁷

José Augusto Fialho reforça esta noção, argumentando que antes de se acusar a ferramenta é importante observar aquele que a utiliza. Ele conta como as novas técnicas influenciaram na criação da forma no curso da História da Arte:

“[Pode criar estilos ou vícios de projeto] sim. A gente vê em toda a História da Arte que toda técnica nova afetou a criação da forma, a forma é sempre afetada ou enriquecida pela introdução da técnica. Por exemplo, a técnica do óleo abriu dimensões absolutamente novas e enriquecedoras pra criação da pintura ocidental. E pode criar maus hábitos também, porque toda nova técnica é sedutora pela novidade e isso parece que é uma dimensão inata do psiquismo humano: o gosto pela novidade, pela forma em si mesma, sem valorização de aspectos mais profundos. Mas isso não é culpa da técnica e sim da humanidade.”³³⁸

André Vallias critica a forma como muitos criadores passaram a ver no computador um bloqueio criativo ou um elemento de necessária pasteurização de soluções: “*Não é o computador que vai garantir a criatividade. Ele nem ajuda nem prejudica nesse sentido. Quem cria, na verdade, é um ser humano. Vai depender do ser humano fazer alguma coisa criativa com a ferramenta.*”³³⁹ Ele acrescenta ainda que vê benefícios a longo prazo nesta intensificação sem precedentes da imagem que o computador e os seus aplicativos possibilitaram, mesmo com a proliferação de tantos profissionais não qualificados no mercado:

“Eu acho que o computador de certa forma democratizou muito o acesso às ferramentas, que antes eram muito restritas a um grupo de pessoas que se especializavam num determinado segmento. Hoje você tem programas que te dão possibilidade de estar criando desenhos, compondo através de bibliotecas de *clip art*. Tem um efeito pernicioso, mas também eu acho que tem um efeito positivo, de difusão da cultura visual. Quer dizer, você nota

³³⁷ Carlos Bahiana, entrevista em 1/12/2001.

³³⁸ José Augusto Fialho, entrevista em 5/12/2001.

³³⁹ André Vallias, entrevista em 20/12/2001.

que a nossa cultura tem se visualizado crescentemente. Então as informações, hoje, são cada vez mais dependentes de visualização. E isso faz com que o campo de atuação do designer também aumente. Existe muita concorrência, como sempre existiu, mas eu acho que essa democratização também tem um efeito mais a longo prazo... Quase todo mundo hoje tem condição de pegar a máquina fotográfica e tirar uma foto, só que na verdade é uma porcentagem muito pequena da população que se intitula fotógrafo. Você precisa ter um *know-how* muito mais sofisticado, um repertório, uma cultura visual muito mais sofisticada para se dizer fotógrafo. A mesma coisa no design. Embora as pessoas hoje possam estar montando os seus cartõezinhos, fazendo cartão de visita, boletim no computador, imprimindo isso em gráficas rápidas. Acho que isso não tira o mercado do designer... O monopólio do acesso às ferramentas não é o que determina quem é o profissional.”³⁴⁰

O computador no design causou mudanças profundas, não só em termos econômicos através da alteração de relações de trabalho e mesmo de funcionamento estrutural dos estúdios, mas também em termos de processos criativos, influenciando a dinâmica de desenvolvimento de projetos, concentrando mais atribuições nas mãos do designer e ao mesmo tempo permitindo a ele um grau de liberdade e de experimentação nunca visto. Os trabalhos de design têm contado com estes novos recursos, atingindo novos patamares em termos de perfeição técnica e apuro conceitual, mas ao mesmo tempo há uma proliferação de soluções estereotipadas, provenientes de recursos computacionais pré-fabricados e repetidos à exaustão nos aplicativos gráficos. Estes recursos encantam muitos profissionais desavisados, especialmente os não-qualificados e fazem com que muitos designers se questionem a respeito do valor real do instrumento computacional como ferramenta criativa. Nestes depoimentos apresentados, entretanto, considero patente que o lugar do computador como meio material de expressão gráfica está evidenciado e que, se hoje o que se verifica é uma explosão de exageros visuais, é esta mesma multiplicidade de formas geradas com o auxílio da máquina que está sensibilizando o indivíduo para uma atenção maior com os aspectos visuais da realidade que o cerca. Novamente, esta tendência põe em relevo o papel dos designers como principais arquitetos desta visualidade, capazes de educar seus semelhantes para um aproveitamento de todo o potencial que existe nos meios gráfico-visuais.

³⁴⁰ André Vallias, entrevista em 20/12/2001.

4.3. A Entrada no Webdesign

Como parte importante desta atuação, se investiga agora como estes designers se colocam frente ao meio on-line, como foram atraídos e como fizeram frente aos desafios de um novo panorama visual, até então inexplorado.

A maioria dos designers contou que entrou no webdesign como forma de ampliar seu mercado de trabalho ou por curiosidade ou afinidade em relação à Internet, embora uma pequena parte dos entrevistados de certa maneira tenha sido conduzida ao webdesign por circunstâncias muitas vezes alheias à sua vontade.³⁴¹

A grande divulgação da Internet subitamente criou um enorme mercado para profissionais criadores de webdesign, que eram muito escassos na ocasião, em face da novidade do meio.³⁴² Esta pressão do mercado induziu alguns designers a se aventurarem pelo meio on-line. Adriana Melo e Osmarco Valladão contam que foram seus próprios clientes de trabalhos impressos que começaram a pedir trabalhos de webdesign. Além disso, o webdesign seria um nicho de mercado no qual os escritórios famosos de design ainda não tinham domínio, favorecendo os escritórios recém-formados, compostos por profissionais com maior tempo de convivência com o computador. A Internet teria trazido inclusive uma maior valorização do jovem profissional, em oposição ao designer com muito tempo na área:

“No começo era uma maneira de trabalhar diferente. Você tinha de aprender a mexer em programação. Tinha que saber tratar a imagem, conhecer o que era imagem de 32 bits, 24 bits ou 8 bits, indexar³⁴³. São poucas pessoas que entendem a fundo. Se bem que agora, todos os que mexem em computador só têm uma noção, mas era uma informação muito distante do mundo que o pessoal estava acostumado. E a gente que começou em 96 tem uma facilidade. Por isso é mais fácil para eles contratarem pessoas como a gente, do que aprenderem. Creio também que as pessoas começaram a dar valor ao pessoal novo, isso de geração da Internet. Acaba que, ao contrário de antigamente, em que eles queriam pessoas com muito tempo no mercado, eles querem um pessoal que atenda a empresa deles com idéias novas.”³⁴⁴

Reforçando esta noção, Marcello Rosauro, que foi um dos primeiros designers a criar sites profissionalmente no Brasil, conta que na Web já se é considerado um

³⁴¹ Como se vê dos depoimentos de André Vallias, Carlos Bahiana, Érika Weinberg e Luciana Berner.

³⁴² Tiago Teixeira, entrevista em 28/11/2001.

³⁴³ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³⁴⁴ Sérgio Boiteux, entrevista em 27/11/2001.

veterano com apenas cinco anos de experiência. Este tipo de valorização de novos talentos veio a atrair mais designers em um segundo momento, quando o mercado de webdesign já estava em franca expansão e ainda faltavam profissionais.³⁴⁵ Retomando a questão da maior valorização do webdesign em relação ao design convencional, Lícia Rubinstein conta que entrou na área porque os clientes pareciam mais dispostos a pagar por um *website* do que por projetos impressos.

Outro grupo, entretanto, declara ter entrado na área por curiosidade, afinidade e interesse com o computador e com a Internet, além de buscar as múltiplas oportunidades que só estariam disponíveis on-line.³⁴⁶ Thomaz Brasil, por exemplo, conta que a velocidade do meio o atraiu, enquanto para Elaine Costa, o interessante era expressar-se em uma nova área, opinião compartilhada por Melissa Monteiro e Valéria London. Michel Lent se sentiu atraído pela amplitude de publicação de conteúdo que a Web permite. Esta também foi a razão de entrada de Eduardo Tavares e Rodrigo Correa, sendo que ambos também vêm na Internet uma forma rápida e fácil de desenvolver seus projetos pessoais de animação e distribuí-los de uma maneira eficiente. A facilidade de publicação foi também o que atraiu Léo Ehrlich e Fábio Duarte. Para o primeiro, a Web, além de poder ser vista globalmente, não depende de fotolitos, impressão e gráficas. Fábio Duarte acrescenta que a Internet permite realizar projetos de forma muito mais fácil e barata que no mundo real, como construir uma loja virtual cuja infra-estrutura é basicamente programação:

“Você tem um monte de coisas que o computador te permite automatizar. São processos em que, não necessariamente, você precisa gastar dinheiro, como você pagar um salário para alguém ou montar uma casa para ter um estoque ou nada disso. Então você pode fazer serviços como eu fiz lá no Centro Acadêmico da PUC que era um monte de coisas que só funcionavam com a Internet e a gente não tinha sede. A nossa sede ficava na Internet.”³⁴⁷

Questionados sobre se um bom designer seria necessariamente um bom webdesigner, as respostas em sua grande maioria apontaram que não obrigatoriamente esta transição acontece, envolvendo uma dedicação por parte do profissional para que este aprendesse as peculiaridades da mídia on-line. Dezenove dos trinta e dois

³⁴⁵ Como se vê dos depoimentos de André Dorigo, Beatriz Pottier, Giorgio Seixas e William Côgo.

³⁴⁶ Como se vê dos depoimentos de Daniela Oliveira, Hiro Kozaka e Rodolfo Capeto.

³⁴⁷ Fábio Duarte, entrevista em 23/12/2001.

entrevistados que responderam a esta pergunta foram de opinião que, em face das marcadas diferenças para o meio on-line, este demanda um estudo e compreensão pelo designer.³⁴⁸ Para Pedro Herzog, o designer já sabe estruturar informação e ver o projeto como um todo, mas precisa aprender os detalhes do meio, uma vez que, na sua opinião, a Internet mesclou as duas habilitações tradicionais do design: o projeto de produto e a comunicação visual.

Os entrevistados ressaltam que é muito mais fácil um designer se tornar um webdesigner que alguém possuidor apenas de formação e experiência na Web se tornar um designer pleno.³⁴⁹ Nesse contexto, é revelador o testemunho de alguém partindo do webdesign para o design convencional, dado por Paulo Augusto da Cunha:

“Eu sou da Internet. Se fosse pro papel, eu não iria conseguir fazer nada, mesmo trabalhando em um programa gráfico. Porque eu não sei desenhar no papel. Mesmo se fosse em um programa gráfico eu seria uma negação. O meu design não é design arte, é design *layout*, é design portal. É design para os outros, pra todo mundo usar. Eu faço do jeito que agrada a todo mundo.”³⁵⁰

Tiago Teixeira conta que, apesar da base ser a mesma, com frequência vê designers criando páginas de Internet que são reproduções on-line de *folders* impressos. Outros entrevistados comentam de designers que se bloqueiam e simplesmente não se adaptam ao novo meio.³⁵¹ Na opinião de Fábio Duarte, como uma grande maioria dos sites tende à venda, o designer tem que desenvolver não apenas habilidades técnicas, mas um olhar mais publicitário. Juliana Ferreira acredita que o profissional tem que se forçar a abandonar certos conceitos típicos da mídia impressa:

“Acho que se pode ser um bom webdesigner a partir do momento em que [alguém] consegue se desvincular dos conceitos que tem tão arraigados do design impresso. Mas essa passagem é difícil dependendo da pessoa, da experiência que ela tem com design, porque é uma maneira de ver e criar totalmente diferente. E realmente pra Internet e pra multimídia tem que ter um pouquinho de noção de tecnologia, pelo menos entender como a coisa funciona. Assim como você tem que entender como um fotolito e uma gráfica funcionam. Existem designers que tem uma tendência a gostar da área

³⁴⁸ Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo, Beatriz Pottier e Elaine Costa entre outros.

³⁴⁹ Como se vê dos depoimentos de Eduardo Tavares e Giorgio Seixas.

³⁵⁰ Paulo Augusto da Cunha, entrevista em 29/11/2001.

³⁵¹ Como se vê dos depoimentos de André Vallias, Daniela Oliveira e Sérgio Boiteux.

de tecnologia e acabam programando pra algumas mídias. Eu acho sim que pode ser, mas vai depender muito do designer. Vejo que o pessoal das antigas tem dificuldade até em aceitar o webdesign, tendem até a desvalorizar. Já ouvi até que Internet não é design.”³⁵²

Outros entrevistados, entretanto, consideram que adaptabilidade ao meio técnico já é considerada uma característica intrínseca de um bom designer.³⁵³ Segundo Carlos Bahiana, seria desnecessário enfatizar a questão da necessidade de adaptação à Internet para o designer em sua visão:

“Vai [ser bom em webdesign] se a gente está dizendo que é um bom designer no sentido completo da coisa. Ele é bom designer se sabe fazer bons projetos. Não quer dizer que ele é bom porque faz design à moda antiga, mas se é um sujeito que se mantém atualizado e sabe adaptar as soluções ao meio técnico disponível. Se o sujeito é um ótimo designer mas só conhece rotogravura³⁵⁴, [se] ele só vai ser capaz de se expressar enquanto solução de problemas na rotogravura, então não é um bom designer.”³⁵⁵

A visão apresentada nas palavras de Carlos Bahiana expressam com precisão as expectativas para o trabalho de um bom designer. Entretanto, com o passar do tempo, esta compreensão pareceu ceder face ao aumento e ramificação de vertentes do design e às novas possibilidades de cada uma destas áreas. Esta caracterização do profissional como alguém capaz de se adaptar às mais variadas formas de expressão parece ter sido substituída por uma compreensão de que o designer deveria se especializar em linhas específicas a fim de fazer trabalhos melhores. Neste contexto, faz sentido se falar de uma necessária adaptação porque hoje, desde a graduação, os estudantes já direcionam seus estudos, projetos e estágios para aquelas especialidades que mais os atraem. Embora não se pretenda aqui prever o futuro, a tendência no campo do design parece ser justamente a de criar uma ampla gama de especializações, das quais façam parte o webdesign, ou *new media design*, ou ainda design para mídias interativas.³⁵⁶ Esta seria uma necessidade não só de mercado, mas também do próprio aumento de

³⁵² Juliana Ferreira, entrevista em 27/11/2001.

³⁵³ Como se vê dos depoimentos de Léo Ehrlich, Marcello Rosauero, Rodolfo Capeto, Rodrigo Correa e Valéria London.

³⁵⁴ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³⁵⁵ Carlos Bahiana, entrevista em 1/12/2001.

³⁵⁶ Conforme classificam Juliana Ferreira e André Vallias, respectivamente.

conhecimentos básicos para se atuar em cada área, impossibilitando que um único designer pudesse se sair bem em trabalhos muito díspares.

Esta necessária adaptação, portanto, acontece em maior ou menor grau com cada profissional e a investigação de como isto ocorreu e ainda está ocorrendo com os entrevistados é um ponto focal desta pesquisa. Cerca de um terço dos entrevistados declarou não ter tido contato com nenhuma teoria e ter iniciado seu aprendizado na Web através de livros, análise de sites e quando muito orientações de amigos. Alguns basearam-se apenas em sites, como Tiago Teixeira, que considera os livros pouco úteis, porque chegam ao Brasil já defasados. André Dorigo e Rodolfo Capeto declararam desconhecer teorias para Web, opinião compartilhada por Juliana Ferreira, que comenta que nos seminários que assiste o que se vê é apenas divulgação de avanços tecnológicos. Adriana Melo acredita que as teorias de Jakob Nielsen a respeito de praticidade na Web foram muito úteis, embora faça uma ressalva quanto ao seu uso em sites de entretenimento. Alguns entrevistados disseram usar as teorias de design gráfico convencional, adaptada para as limitações e peculiaridades da realidade on-line.³⁵⁷ Segundo eles, estas teorias seriam perfeitamente aplicáveis à Web.³⁵⁸ Beatriz Pottier conta que, apesar de usar hoje os mesmos programas que usava quando projetando para impressos, sua forma de usá-los mudou:

“[Adaptação] é um processo longo porque eu fiquei dezessete anos trabalhando no papel e é uma mudança enorme da forma como você vê e trabalha com o mesmo programa. Por exemplo, eu trabalhava com o *Photoshop*³⁵⁹ de uma maneira totalmente diferente da maneira com que eu trabalho hoje. Quando fiz o primeiro site pra Web eu imprimi todas as páginas porque eu tive necessidade de vê-las impressas. Hoje em dia eu não imprimo mais. Foi aqui que eu aprendi tudo que eu trabalho.”³⁶⁰

Outro grupo de designers relatou não ter tido problemas que não os do necessário aprendizado técnico. Alguns destes puderam se valer de suas experiências anteriores e aplicá-las ao webdesign, como trabalhos em multimídia e diagramação.³⁶¹

³⁵⁷ Giorgio Seixas, entrevista em 20/10/2001.

³⁵⁸ Como se vê dos depoimentos de Érika Weinberg, Lícia Rubinstein e Sérgio Boiteux.

³⁵⁹ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³⁶⁰ Beatriz Pottier, entrevista em 7/11/2001.

³⁶¹ Como se vê dos depoimentos de André Vallias, Marcello Rosauo e Michel Lent.

Já Daniela Oliveira acredita que foi justamente sua experiência com design pra vídeo que dificultou sua adaptação ao webdesign, uma vez que tendia a usar letras e imagens grandes demais nos primeiros trabalhos para Internet. Marcello Rosauro, por sua vez, conscientizou-se da importância do webdesign em um curso de HTML feito na PUC:

“Fiz na PUC um [curso] de HTML que foi o mais significativo na minha transição entre o CD-ROM e a Web. Nele eu entendi que se tratava de um código, entendi que se tratava de um código relacionado a imagens. Aí me conscientizei da importância da imagem na interface, de como é difícil ler coisas no monitor, cheguei à conclusão que o designer tem uma importância crucial no desenvolvimento da Web. Tem que sintetizar o assunto e transformar em imagens pra que o cara veja ao invés de ler. Aí comecei minha experiência na Web.”³⁶²

Sobre esta adaptação, Fábio Duarte conta que os designers normalmente não estão acostumados a pensar em automação de processos mas hoje eles devem atentar também para isto. Ele conta ter lido muito a respeito da teoria de projetos de interface e relatórios de pesquisas de comportamento de usuários frente ao computador. Apesar do cuidado com a praticidade, entretanto, ele acredita que a estética de um site detém uma importância vital:

“Eu não sou do time que acha que o site tem que ser claro e ponto final, eu acredito na estática também. Então você precisa de uma experiência boa. Eu quero que o cliente que entre no site tenha uma experiência gostosa, ele se sinta bem acolhido e bem-vindo assim como uma loja muito bem decorada para fazer com que a pessoa demore mais tempo comprando. Em um *website* bonito, o cliente lê com mais calma as coisas que tem lá e talvez pergunte sobre os produtos ou talvez faça uma compra se o site for de compras. Então a dificuldade, onde eu preciso me dedicar mais ou talvez precisaria aprender mais, é na composição mesmo de imagem, de como você fazer a programação da informação na parte mais artística, estética.”³⁶³

Analisando estes depoimentos, pude confirmar uma percepção que tinha desde o princípio da pesquisa: a de que o trabalho em webdesign era uma atividade ainda por demais recente para que tivesse havido tempo de se forjar uma teoria. Os designers têm buscado seu caminho de expressão através de tentativa e erro, muitas vezes isolados uns

³⁶² Marcello Rosauro, entrevista em 6/12/2001.

³⁶³ Fábio Duarte, entrevista em 23/12/2001.

dos outros. Algumas técnicas são assimiladas aqui e ali, mas a criação tem muito mais a ver com a subjetividade de cada um do que com diretrizes específicas do meio. Embora haja similaridades em muitos casos, cada designer parece seguir seu próprio curso de mudanças para o meio on-line.

4.4. As Mudanças no Processo de Trabalho

As mudanças sentidas ocorreram em diversos momentos do processo de trabalho. As mais corriqueiras envolviam atenção a pequenos detalhes típicos do novo meio. Os designers sentiram, por exemplo, uma liberdade muito maior no uso de cores em seu projetos. Diferentemente do design impresso, onde cada cor adicional aumentava os custos de impressão, os sites na Internet podiam contar, no início, com 256 cores e agora, com monitores de vídeo e placas gráficas mais avançadas, com milhões de cores à disposição do designer sem que isto implique em nenhum custo adicional.³⁶⁴ Adicionalmente, estas cores são obtidas através de luz emitida diretamente pelo monitor e não luz refletida, como é o caso das tintas de impressão. Esta qualidade torna a cor nos monitores muito mais intensa e impactante que em impressos.³⁶⁵ Luciana Berner conta como mudou as bases do trabalho no que tange à cor:

“Um conceito de mídia impressa que a gente simplesmente abandonou é a questão de não usar colorido. É o processo inverso. Na gráfica, muitas vezes, o cliente, por questão de orçamento, logo diz de cara: ‘É uma cor só’. Você já se limita a trabalhar uma cor só. Na Web, você parte do pressuposto que você pode usar todas as cores que você quiser e você pode optar por fazer uma coisa monocromática se for uma coisa muito específica para um determinado cliente, como um estilo.”³⁶⁶

Justamente por causa destes avanços, ao mesmo tempo em que se desfruta de uma liberdade cromática intensa, os entrevistados comentam da necessidade de se estar atento a um exagero visual, uma vez que as múltiplas possibilidades aumentam o risco de um fascínio pela técnica:

“O grande mistério é este: com uma possibilidade infinita de recursos, não cair no lugar comum, nos modismo, no fascínio tecnológico. Limitações são possibilidades conforme dizia um professor. Quando você

³⁶⁴ Luciana Berner, entrevista em 11/10/2001.

³⁶⁵ Carla Niemeyer, entrevista em 24/10/2001.

³⁶⁶ Luciana Berner, entrevista em 11/10/2001.

tem limitações, você procura buscar soluções criativas, onde a mente, a criatividade vai fazer diferença.”³⁶⁷

Na verdade, há toda uma série de limitações apontadas pelos entrevistados que devem ser levadas em conta. O uso da imagem na Internet é a principal delas. Uma imagem de uma página pode ser maior em termos de *bytes*³⁶⁸ que todo o texto contido nesta página, isto porque uma imagem precisa de muito mais informação do que um texto para ser carregada, isto é, reproduzida no computador do usuário. Portanto, o uso de imagens em páginas de Internet é visto com cautela pelos designers, uma vez que uma página com muitas figuras vai demorar a surgir no computador de um usuário. Esta limitação técnica afeta muito a criação destes profissionais e torna muitas idéias simplesmente impossíveis de serem implementadas com a infra-estrutura atual da Internet. Beatriz Pottier, por exemplo, teve de abandonar uma técnica que costumava usar no design impresso, que era o uso de imagens grandes e estouro de fotos, uma vez que seu uso tornaria o carregamento da página por demais demorado. Paradoxalmente, o monitor do computador tem uma resolução³⁶⁹ muito baixa, ou seja, há um limite ótico para se apresentar a informação. Isto faz que com as fotos tenham uma baixa nitidez e desaconselha o uso de imagens com muitos detalhes.³⁷⁰

A mesma baixa resolução do monitor acarreta uma limitação quanto à quantidade de texto ideal para uma página. Devido a esta pouca nitidez e à luz emitida pela tela, a leitura feita diretamente no computador é muito cansativa e incômoda. Por isso, o texto para Internet normalmente é mais resumido a fim de minimizar o tempo de leitura para o usuário. Outra limitação que os designers sofrem com respeito ao texto se relaciona com o uso de tipologias diferentes. Como uma página de Internet é vista em cada computador com as fontes de letras disponíveis neste sistema, os criadores de páginas acabam tendo que escolher entre um grupo pequeno de tipos de letras, o que lhes assegura que a página será vista corretamente pelo usuário. Sutilezas com tipografia são inviáveis neste caso, inclusive porque o HTML não permite um ajuste adequado de espaçamento entre letras ou entre linhas.³⁷¹

³⁶⁷ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

³⁶⁸ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³⁶⁹ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³⁷⁰ Rodolfo Capeto, entrevista em 6/12/2001.

³⁷¹ Sérgio Boiteux, entrevista em 27/11/2001.

Alguns entrevistados apontam a própria tela do computador como um fator limitador, uma vez que ela força a um determinado arranjo de informações na página. Martha Werneck conta da importância de se entender o caminho visual pela tela, percebendo os pontos que recebem maior atenção. É necessário um cuidado muito maior com a definição e organização destas informações, conforme comenta Carla Niemeyer:

“Primeiro que você tem um público vastíssimo. Você não tem nem noção desse público. Segundo, que você tem uma tela e essa moldura te dá um nível de informação x, não adianta você botar mais coisa que o cara vai ter que rolar a barrinha do lado e aí perde o impacto visual. Você vai ter que adequar. [...] E tem também a coisa da Internet ser muito ágil, se você fizer uma coisa que as pessoas se percam muito, elas acabam esquecendo o site em que estavam.”³⁷²

Esta preocupação com a organização de dados parece bem difundida. A maioria dos entrevistados contou que inicia um projeto de webdesign com a organização de informações, criando a partir daí a estrutura de navegação ou mapa do site, estabelecendo como as diversas páginas que o compõem se interligarão.³⁷³ Este é um trabalho muito delicado, uma vez que de modo geral, em um *website*, não se deve estabelecer uma determinada ordem de leitura, mas há uma simultaneidade de opções perante o usuário.³⁷⁴ É a partir do caminho que o usuário percorre no site que a informação vai se desdobrando para ele. Este é um processo de atualização de um conhecimento virtual, conforme citado por Pierre Lévy.³⁷⁵ Luciana Berner, aponta esta necessidade de uma especial atenção para a navegação, em particular os recursos do hipertexto:

“O que mudou é que você tem que se lembrar que determinadas palavras no texto têm que ser ‘linkadas’ com outras palavras. Então é uma navegação mais tridimensional. Só adiciona complicação na hora de dividir a informação em blocos. Porque se você não sabe qual é o caminho que o visitante vai tomar, você tem que dividir os blocos de informação de tal forma que eles independentemente façam sentido. Na mídia impressa você faz o sentido correr da esquerda para direita, de cima para baixo, e pronto.”³⁷⁶

³⁷² Carla Niemeyer, entrevista em 24/10/2001.

³⁷³ Como se vê dos depoimentos de Daniela Oliveira, Marcello Rosauro e Osmarco Valladão entre outros.

³⁷⁴ José Augusto Fialho, entrevista em 5/12/2001.

³⁷⁵ Ver capítulo 2, tópico 2.3.2, p.48.

³⁷⁶ Luciana Berner, entrevista em 11/10/2001.

Em conjunção com a organização entre as diversas páginas, há uma necessidade de que elas mantenham algum tipo de identidade visual, para o que o usuário esteja sempre certo de que continua no mesmo site, assim como há uma necessidade de organização interna entre os elementos de cada página. Para isso, alguns designers comentaram que diversas técnicas de diagramação em papel podem ser adaptadas eficientemente para a Internet.³⁷⁷

“Em primeiro lugar uma coisa que me ajudou muito, uma base que eu tive do design impresso, foi que eu fiz muita coisa editorial, e isso aplicado em sites é muito bom porque você aprende a categorizar e hierarquizar a informação e a definição de estilo pra fazer essa categorização. Isso me facilitou muito. O que teve que mudar foi em primeiro lugar ter que trabalhar sempre com um limite de espaço.”³⁷⁸

Um exemplo de ferramenta de diagramação impressa que foi adaptada para a Web seria o *grid*³⁷⁹, um gabarito que estabelece em uma página de jornal ou revista os espaços específicos para cada elemento, seja foto, texto ou bordas. Segundo Hiro Kozaka, uma vez que a imagem de um site é, como o impresso, um meio de duas dimensões, o *grid* pode ser utilizado com sucesso na criação de uma adequada organização visual.

A incorporação do tempo ao raciocínio do designer foi uma mudança significativa em relação ao design convencional.³⁸⁰ Com o advento de novas tecnologias, a rede possibilitou criar animações de baixo custo com relativa facilidade e distribuí-las on-line. Um *website* hoje com frequência tem elementos animados para chamar a atenção do usuário ou apresentar informações novas. Apesar disso, este tipo de animação é bem diferente da tradicional e Lula Rocha comenta da importância de se compreender o momento em que ela é necessária:

“A coisa que o designer complementaria sua formação seria um conhecimento maior na parte de cinema e animação com vídeo, não existe ainda, tem que ser formada, pesquisada. A Web é mais dinâmica que um jornal. Um bom uso do *Flash* por exemplo, é quando você o usa para acrescentar um grau de qualidade na informação que você não poderia fazer

³⁷⁷ Como se vê dos depoimentos de Juliana Ferreira e Lícia Rubinstein.

³⁷⁸ Juliana Ferreira, entrevista em 27/11/2001.

³⁷⁹ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³⁸⁰ Antônio Callado, entrevista em 13/12/2001.

de outra maneira, a não ser com uma coisa animada. Aí você acrescenta uma dimensão que é o tempo, de forma útil.”³⁸¹

O uso de animação é a marca mais evidente da entrada do tempo na pauta de trabalho dos designers, mas não é a única. Hoje os designers têm que considerar quanto tempo determinada página vai demorar a ser carregada no computador do usuário. Quanto mais conteúdo e, principalmente, quanto mais imagens, mais tempo vai ser preciso para que a página possa ser adequadamente vista. Este fator limitante altera drasticamente o projeto de um *website*, uma vez que passa a existir uma fase de teste específica para se saber se o tempo de carregamento do site é aceitável para usuários com conexões de Internet mais lentas. Com base nisso, não apenas a metodologia muda, mas a própria concepção do artista, uma vez que seu repertório imagético se estreita em função do meio técnico.

Outras mudanças inserem sob responsabilidade do designer preocupações de ordem menos técnica e mais gerencial. Dada a amplitude de possibilidades dentro de um site da Internet, o cuidado com os seus objetivos tem que ser muito mais minucioso e se traduzir desde o conteúdo, até a navegação e elementos estéticos.³⁸² Um *briefing* mais exaustivo é essencial para que o foco do projeto não seja perdido e possa atender às necessidades do cliente.³⁸³ Acrescentam a isso a importância de um processo de trabalho bem rigoroso, cuidadosamente gerenciado, a fim de poder integrar as diversas soluções (estética, tecnológica e navegação) em um site coeso e funcional.³⁸⁴ Muitas vezes cabe a este profissional auxiliar o cliente no estabelecimento de um foco específico para o site e algumas vezes pensar toda uma conceituação para o projeto. Segundo André Vallias, existe uma tendência hoje de se encarar a comunicação de forma mais integrada. Dessa maneira, a Web seria mais um setor da estratégia de comunicação de uma empresa, lado a lado com sua identidade visual sobre o papel.

Por conta destes fatores, a atenção ao público desponta como um fator essencial no sucesso de um *website*.³⁸⁵ O designer tem que estar muito mais atento à receptividade do público do que no design convencional, em face do alcance universal que a Internet proporciona. O site deve ser acessível ao público não apenas a um nível

³⁸¹ Lula Rocha, entrevista em 20/12/2001.

³⁸² Martha Werneck, entrevista em 10/10/2001.

³⁸³ Como se vê dos depoimentos de Antônio Callado, Luciana Berner e Thomaz Brasil.

³⁸⁴ Como se vê dos depoimentos de Lula Rocha e Valéria London.

³⁸⁵ Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo e Melissa Monteiro.

cognitivo, mas também tecnológico. Carlos Bahiana comenta que embora anteriormente usasse as tecnologias mais sofisticadas à disposição, mudou sua prática quando percebeu que o público muitas vezes não dispunha de computadores ou conexões potentes o suficiente para ver aquelas soluções. É crucial respeitar as limitações de quem acessa um site.

“Apesar do meu interesse por computadores, não tenho a última palavra em acesso nem em computador, assim como a imensa maioria que acessa [Internet]. Já abandonei mais de uma vez o site de alguma grande empresa porque não tive paciência de esperar carregar. Se a gente considerar que o design é um processo de dar solução ao problema de uma pessoa levando em consideração suas habilidades e capacidades, a gente não pode dar uma solução que é perfeita pra meia dúzia de pessoas porque você resolveu se expressar livremente.”³⁸⁶

Alguns entrevistados apontaram como uma mudança significativa passos novos na metodologia de trabalho. Nos diversos casos em que há uma parceria com um programador ou mesmo uma empresa de tecnologia com a qual se dividem as responsabilidades do projeto, este passo seria a apresentação do *layout* criado em um programa de ilustração ao programador, a fim de verificar sua viabilidade técnica na Internet.³⁸⁷ Este *layout* meramente imagético (uma espécie de *pré-layout*) seria traduzido em HTML para que se tornasse funcional posteriormente à aprovação do cliente. No design convencional o processo, grosso modo, se compunha de pesquisa, conceituação, esboços, seleção, *layout*, aprovação pelo cliente e por fim impressão. Segundo alguns entrevistados, em muitos casos o processo de trabalho de webdesign se divide em pesquisa, conceituação, esboços, seleção, *layout* gráfico, aprovação pelo cliente, tradução do *layout* para HTML, nova aprovação, desta vez para o funcionamento e por fim colocação on-line.³⁸⁸

A própria forma de se cobrar um trabalho por vezes sofre mudanças quando o objetivo é um site na Internet. Lula Rocha, por exemplo, conta que precisou desenvolver um método para que não cobrasse de forma inadequada seus clientes de Internet. Há um *briefing* estratégico, um criativo e um tecnológico, usando questionários como guias. A partir disso, ele cria primeiro um detalhamento do site em papel, que chama de

³⁸⁶ Carlos Bahiana, entrevista em 1/12/2001.

³⁸⁷ Como se vê dos depoimentos de Melissa Monteiro e Osmarco Valladão e Valéria London.

³⁸⁸ Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo e Thomaz Brasil.

“navegação abstrata” a fim de obter uma visão clara do tempo e trabalho que terá com o projeto. Com estes dados, ele pode fornecer ao cliente orçamento e o cronograma de desenvolvimento. Além disso, com o projeto já desenvolvido, é dado ao cliente um manual de identidade visual do site, semelhante a manuais de identidade visual de empresas, para que inserções posteriores de dados nas páginas do site por terceiros possam seguir o padrão já desenvolvido e implementado.³⁸⁹

Além destas mudanças, um site na Internet envolve uma atualização mais ou menos constante. Uma página na rede, mais do que uma mostra estática de uma empresa, deve apresentar uma existência dinâmica, ser de fato uma presença daquela instituição on-line. Sites abandonados, que passam meses sem atualização, depõem contra a sua imagem. Assim, normalmente um projeto de site é acompanhado por uma proposta de manutenção ou atualização, de forma a se garantir seu funcionamento contínuo. Para Adriana Melo esta é uma particularidade do trabalho para Internet: *“Outra coisa que eu acho importante em site e que não havia no impresso é a manutenção. A gente tem que saber como aquela página vai ser atualizada.”*³⁹⁰

Também é neste ponto que se podem analisar os primeiros resultados com o projeto. Fábio Duarte cita ainda um segundo momento, onde, a partir dos dados de visitação do público, obtidos do provedor onde o site está hospedado, é possível saber quais páginas estão sendo acessadas, quanto tempo os usuários têm ficado em cada uma, caminhos que têm preferido e outros que têm ignorado e muitas outras estatísticas técnicas. Estes dados são essenciais para se poder avaliar a eficiência de um site e, em alguns casos, sugerir ajustes, mudanças na navegação ou reorganização das informações em uma página:

“Depois disso, eu acho que tem que ser com revisitação, porque é comum aquilo que você imaginou para navegação talvez não estar funcionando da maneira como espera. Você tem que estar sensível às estatísticas do *log*³⁹¹ de uso do servidor. É outra coisa que só a Internet dá e que é muito importante. Você tem que dar para o cliente o que a Internet permite. É uma coisa preciosa para você perceber se o cliente está navegando da maneira que você imaginou ou se ele está tentando outras formas de navegação. Aí você tem que redesenhar o seu projeto e talvez fazer alterações aqui e ali.”³⁹²

³⁸⁹ Lula Rocha, entrevista em 20/12/2001.

³⁹⁰ Adriana Melo, entrevista em 29/11/2001.

³⁹¹ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

³⁹² Fábio Duarte, entrevista em 23/12/2001.

Dos depoimentos obtidos, percebem-se as mudanças variadas que o projeto para Web impõe aos designers entrevistados. É importante ressaltar que estas mudanças ultrapassam as adaptações meramente técnicas, algumas das quais exemplificadas aqui, e afetam também as responsabilidades do designer em relação ao projeto, sua criação estética, seu fluxo de trabalho no cotidiano do escritório e mesmo a forma de se relacionar com o cliente, cobrar seus honorários e se comunicar com o público e com a obra acabada. Tais mudanças respondem a desafios apresentados pela Web ao design e para se mapear estas áreas de maior dificuldade, foi perguntado aos entrevistados quais consideravam os maiores desafios do webdesign ao design convencional.

O mais evidente desafio, citado por vários entrevistados, é justamente conhecer o meio, uma vez que este é muito recente e o webdesign como disciplina mais ainda. Segundo Beatriz Pottier: “*Não existe enciclopédia de webdesign.*”³⁹³ Os conhecimentos a respeito da Web ainda estão dispersos, não existem como um campo de saber coerente e orgânico. Para Carla Niemeyer os próprios professores nos cursos de design têm um pouco de receio desta coisa nova que é a Web, receio de serem deixados pra trás pelos avanços tecnológicos. José Augusto Fialho fala da necessidade de se compreender a essência do meio, suas necessidades e peculiaridades. Sem uma compreensão aprofundada da Web, quaisquer outros conhecimentos particulares ficam relegados ao nível de técnicas isoladas, incapazes de orientar de fato um projeto. Outros concordam com ele, sendo que Tiago Teixeira acredita que um desafio particular é abandonar alguns padrões do trabalho impresso que seriam inúteis para o webdesign.³⁹⁴

Paralelo a esta compreensão, outros entrevistados apontam a necessidade de se aprender as novas técnicas e ferramentas apropriadas à mídia digital on-line. Consideram este um desafio particularmente difícil em face da quantidade de informações novas e de ferramentas aprimoradas que estão constantemente surgindo. O webdesign, muito mais dependente da ferramenta computacional e das inovações tecnológicas que o design convencional, exige um esforço muito mais concentrado do profissional para se manter um mínimo de atualização.³⁹⁵ Michel Lent acrescenta que a própria forma de pensar o espaço muda, por conta da interface gráfica que media entre usuário e Internet:

³⁹³ Beatriz Pottier, entrevista em 7/11/2001.

³⁹⁴ Como se vê dos depoimentos de Rodrigo Correa e Valéria London.

³⁹⁵ Como se vê dos depoimentos de Elaine Costa, Giorgio Seixas e Lícia Rubinstein.

“A diferença está na forma de se pensar a relação da forma com o espaço. Tudo no design para a Web está retido dentro de uma interface gráfica, limitada pelo espaço da tela, mas libertada pelo movimento. É uma linguagem específica que precisa ser dominada.”³⁹⁶

Outros entrevistados apontaram elementos novos à prática de design, como a preocupação com o tempo e com a interação que devem ser levados em conta ao se projetar um site da Internet.³⁹⁷ Lidar com o movimento nas animações utilizadas nas páginas de Internet, concebê-lo com elemento integrante de uma experiência on-line seria uma dificuldade marcante no exercício do webdesign, tornando-o por vezes mais parecido com a TV do que com o impresso.³⁹⁸ Já Léo Ehrlich, que iniciou no webdesign quando este já contava com animação em *Flash*, não tem esta dificuldade:

“Tem que pensar na interatividade, o papel não é interativo. A Internet está virando uma coisa animada por *Flash*. Quando eu penso nisso já penso animado. Quando faço uma marca, um logo, já penso nele animado.”³⁹⁹

Segundo Rejane Spitz, o tempo é um grande desafio porque um designer não está preparado para isso. Estes conceitos são difíceis de serem ensinados, pelo menos até o momento, e aparentemente sua compreensão depende de uma experiência do designer com o meio on-line:

“Você tem matérias inseridas no currículo básico de multimídia, animação. Na minha época [...] tinha cadeira de vídeo, mas era uma coisa separada. Era como se eu estivesse sendo designer quando faz 2D e 3D e uma outra coisa que não é bem ser designer quando fazia vinheta, abertura e alguma coisa assim. A Web traz esse problema pra mais perto do designer. É impossível você trabalhar com a Web sem pensar que está trabalhando com 4D. O quarta dimensão é o tempo e não a animação. Animação é você fazer alguma coisa se modificar ao longo do tempo. O tempo é o grande problema, o tempo de navegação, de escolha, de decisão, de carregamento, de baixar alguma coisa. O fator tempo, [...] trabalhar com as outras dimensões e o tempo é o que o designer não sabe. Ele não está sendo preparado pra isso. [...] Eu não preciso dar ao aluno essa noção de tempo, eles já estão sendo criados com ela. [...] Resumindo, o que acontece é que isso não vem de fora pra

³⁹⁶ Michel Lent, entrevista em 5/12/2001.

³⁹⁷ Como se vê dos depoimentos de Juliana Ferreira e Pedro Herzog.

³⁹⁸ Como se vê dos depoimentos de Érika Weinberg e Luciana Berner.

³⁹⁹ Léo Ehrlich, entrevista em 1/12/2001.

dentro, não dá pra ensinar esse conceito, você vivencia, essa inquietação brota dentro de você.”⁴⁰⁰

Paralela ao tempo está o desafio da interatividade, que força o designer a projetar em uma espécie de parceria com o futuro usuário daquele site. Para Martha Werneck há pouca informação sobre a interatividade e Osmarco Valladão comenta que é um conceito difícil de ser aprendido porque o designer está acostumado com um espectador passivo. Um exemplo desta dificuldade é que embora muito se fale de interatividade, na maioria dos sites tudo que se pode fazer é mudar de página.⁴⁰¹ Na verdade, a interatividade é uma das marcas que diferencia a Web de outros meio de comunicação de massa e envolve o conceito de participação ativa na busca de informação, gerando da mesma forma um reposicionamento dos conversadores um em relação ao outro⁴⁰². Uma vez que esta interferência do usuário sobre uma página na Web é mais direta (na escolha do tamanho da janela do *browser* e no tamanho das fontes, por exemplo), a diagramação nos sites tende a ser um pouco menos rigorosa, perdendo em refinamento, mas ganhando em flexibilidade a fim de ser capaz de suportar as diferentes perspectivas de cada um.

Uma das formas pelas quais a interação entre usuário e site ocorre é através da navegação, quando se distribui o conteúdo do site em várias páginas, criando-se conexões entre elas. Não por acaso, é um outro desafio apontado por vários dos entrevistados.⁴⁰³ Segundo Fábio Duarte, o hipertexto tem uma leitura não seqüencial, que afeta profundamente o projeto de um site. André Dorigo concorda, acrescentando que a navegação cria uma espécie de terceira dimensão do trabalho gráfico:

“A navegação é uma coisa muito difícil. Com o hipertexto você adentra pelo trabalho, não é uma coisa bidimensional como um cartaz, uma revista. Você não tem aquela ordem natural de ver as coisas. Você pode ver as coisas de maneiras particulares. Então esta realidade foge do tradicional e o webdesigner tem que ter a noção de que a pessoa vai poder usar o trabalho de formas completamente diferentes, de maneiras completamente diferentes umas das outras. A própria solução gráfica vem a partir da navegação. É difícil tornar aquele negócio não muito chato pro usuário. A forma vem com mais facilidade quando se tem a função definida.”⁴⁰⁴

⁴⁰⁰ Rejane Spitz, entrevista em 7/11/2001.

⁴⁰¹ Osmarco Valladão, entrevista em 12/01/2002.

⁴⁰² LÉVY, P. *Cibercultura*. *Op. cit.* p.79.

⁴⁰³ Como se vê dos depoimentos de Paulo Augusto da Cunha e Sérgio Boiteux.

⁴⁰⁴ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

As preocupações envolvendo a apresentação de vastas quantidades de informação em meios digitais, especialmente a Web, acabaram por estimular a criação de uma área de estudos interdisciplinar conhecida como Arquitetura de Informação. Esta expressão foi cunhada por Richard Saul Wurman, que foi um dos primeiros a alertar para gigantesca quantidade de dados produzida pelo mundo diariamente e que necessita de uma organização adequada a fim de não gerar uma sobrecarga cognitiva nos seres humanos.⁴⁰⁵ Hoje, já existem em escritórios de webdesign profissionais especializados nesta organização de dados, chamados justamente de arquitetos de informação. Eles acompanham desde o início o projeto, categorizando as informações que precisam ser apresentadas e as organizando convenientemente nas páginas. É com seu trabalho que se forma a estrutura de navegação de um site.⁴⁰⁶

Entretanto, apenas uma pequena parte dos escritórios de webdesign pode arcar com profissionais específicos para esta área e o que acontece normalmente é que muitas vezes — como entre a maioria dos entrevistados nesta pesquisa — o próprio designer vai acumular esta função e ser o responsável pela organização adequada de informações.⁴⁰⁷ Este tipo de atividade não é novidade para este profissional, uma vez que a comunicação visual impressa com frequência exige dele os mesmos talentos de categorização e estabelecimento de prioridades na informação a ser comunicada. A principal diferença da Web é o nível muito mais visceral que esta atividade assume para o webdesigner, cabendo muitas vezes somente a ele estabelecer todo o fluxo de comunicação entre um site e seu público. Dada a quantidade de informação e caminhos disponíveis em muitos sites, esta atuação é especialmente necessária, conforme aponta Thomaz Brasil:

“Você tem que orientar a navegação do usuário. Fazendo um paralelo com o jornal, antes você tinha uma ordem para ler o jornal, hoje em dia você tem um jornal que tanto faz você começar da primeira ou da última página, porque a última página do caderno de esportes é a capa do caderno de esportes. Essa diagramação orienta a leitura do usuário e na Internet é igual, você tem uma informação a ser passada e você quer que ele siga uma ordem e através do sistema de navegação do site você faz com que ele siga essa ordem. É um trabalho de engenharia de informação, você tem que ter um conhecimento dessa parte.”⁴⁰⁸

⁴⁰⁵ WURMAN *Apud* RADFAHRER, Luli. **Design/Web/design**. São Paulo: Market Press, 1999. p.111.

⁴⁰⁶ RADFAHRER, L. *Op.cit.* p.166.

⁴⁰⁷ Beatriz Pottier, entrevista em 7/11/2001.

⁴⁰⁸ Thomaz Brasil, entrevista em 11/10/2001.

Outro desafio apontado pelos entrevistados se constitui na amplitude que um projeto de webdesign pode assumir. O site pode assumir inúmeras formas. O tamanho, formato, estratégias de comunicação, navegação, tudo pode assumir diversos padrões de projeto para projeto.⁴⁰⁹ Isso exige que uma proposta de trabalho de webdesign seja mais detalhada que um trabalho impresso, a fim de se definir melhor a opção desejada dentro do vasto universo de possibilidades.⁴¹⁰

Por fim, alguns entrevistados apontaram como desafio a falta de padronização entre os programas de navegação (*browsers*), monitores, resoluções, plataformas computacionais. Isto faz com que muitas vezes diversos usuários vejam o mesmo site de formas completamente diferentes.⁴¹¹ Embora a disparidade entre os *browsers* tenha diminuído com o passar do tempo, a questão de diferenças de equipamento mudaram pouco. Assim, um usuário que tem um monitor de uma determinada marca, vai ver as cores na tela ligeiramente diferentes do que um usuário com outra marca de monitor. Quando se fala em diferenças de plataforma (PC e Macintosh sendo as duas principais), as disparidades aumentam ainda mais, o que por vezes dá ao designer uma sensação de insegurança quanto à visualização do seu projeto. André Dorigo compara o uso da cor no impresso e na Internet:

“É complicada a questão da cor porque a cor impressa é definida. Você escolhe o Pantone X e você vai ter a reprodução daquele Pantone⁴¹² o mais próxima possível. Na Web esta cor vai ser vista de diversas formas em diversas telas diferentes e você tem que ter um conhecimento bem específico. Muda o paradigma.”⁴¹³

Mesmo fatores mais simples, como a resolução de tela ou o tamanho da letra que cada um prefere afetam drasticamente soluções de webdesign.⁴¹⁴ Por conta disso, os profissionais se restringem muitas vezes a soluções mais simplificadas a fim de garantir que todos possam ter acesso ao conteúdo do site que estão projetando.⁴¹⁵ A solução definitiva para este problema repousa em avanços técnicos que ainda são esperados a fim de padronizar os equipamentos e permitir uma comunicação mais universal entre os

⁴⁰⁹ Como se vê dos depoimentos de André Vallias e Carlos Bahiana.

⁴¹⁰ Luciana Berner, entrevista em 11/10/2001.

⁴¹¹ Como se vê dos depoimentos de Antônio Callado, Fábio Duarte e Melissa Monteiro.

⁴¹² Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

⁴¹³ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

⁴¹⁴ Marcello Rosauo, entrevista em 6/12/2001.

⁴¹⁵ Daniela de Oliveira, entrevista em 27/11/2001.

diversos sites e seus usuários. Uma forma de minimizar esta situação, apontada por Rodolfo Capeto, é realizar exaustivos testes de usuário, uma técnica pouco usada em design convencional. Vários entrevistados procedem desta forma, testando seu site em várias versões de *browsers* e computadores diferentes, conseguindo com isso, uma maior segurança no resultado final.⁴¹⁶ Luciana Berner explica este processo de teste em seu trabalho de webdesign:

“Eu trabalho sempre pesquisando quais são os [*browsers*] mais usados. Atualmente é o Explorer⁴¹⁷, seguido pelo Netscape⁴¹⁸ e aí vem pingadinhos os outros *browsers*. Eu tenho o [*Internet*] Explorer e o Netscape instalados na minha máquina e eu trabalho para os dois. Em geral eu faço um site testando no Explorer, quando termino uma determinada fase, passo para o Netscape, testo, está funcionando? Muito bem, continuo trabalhando. E os demais, infelizmente, no presente momento, eu nem considero. A gente tenta trabalhar com o HTML o mais simples possível para que atenda a estes outros *browsers*. A questão de cor a gente testa aqui nas duas máquinas que a gente tem. Na hora em que vai mostrar para o cliente, a gente acaba vendo na máquina do cliente, testa em casa, testa na máquina deste, daquele...Tenta ver pelo menos umas cinco ou seis máquinas diferentes para cor da tela, contraste e tal. Se está mais ou menos similar é o que a gente pode fazer, porque não tem como controlar os não sei quantos milhões de internautas pelo mundo afora. A gente trabalha com uma tabela de cores *safe colors*⁴¹⁹ da Internet, aquela tabela já certinha, que com certeza não vai aparecer muito borrado nos outros lugares.”⁴²⁰

Muitas vezes este cuidado preventivo se torna uma parte integrante do método criativo do designer. Tiago Teixeira conta que adquiriu o hábito de só pensar em cores *websafe*, que são as cores estabelecidas como “universais”, as que sofrem pouca ou nenhuma variação de máquina para máquina. Este tipo de cuidado e o processo de testes exaustivos é uma característica típica do webdesign e foi integrada à rotina destes escritórios.

A partir dos desafios considerados pelos webdesigners, é interessante perceber como estes profissionais vêm direcionando seus conhecimentos, abordagens de trabalho,

⁴¹⁶ Como se vê dos depoimentos de Daniela Oliveira e Thomaz Brasil.

⁴¹⁷ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

⁴¹⁸ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

⁴¹⁹ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

⁴²⁰ Luciana Berner, entrevista em 11/10/2001.

metodologias e processo criativo a fim de minimizar suas deficiências na prática profissional e expressão gráfica on-line. A questão da navegação, a preocupação com o tempo e a interatividade e as reclamações quanto à falta de padronização de visualização compõem um desafio maior a cada webdesigner, que é melhorar o acesso à informação em si. Segundo Hiro Kozaka, o designer é um mediador entre a máquina e o usuário:

“O designer tem por papel o que já está no nome: comunicação visual. Ele tem que facilitar em qualquer interface, não só em computador. As interfaces foram feitas por programadores e isso não foi feito para o usuário, a lógica dele não é de usuário. No momento que veio o designer, com a Apple, que sabia que o design é parte integrante do produto, ela foi a primeira a usar isso. É um papel de designer ser essa interface entre o usuário e a comunicação, um mediador.”⁴²¹

A forma de se responder a este desafio envolve pensar melhor a interface, conhecer suas características e as demandas que um usuário espera dela. A maioria dos entrevistados acredita que melhorar o acesso à informação envolve torná-la cada vez mais simples⁴²². Esta simplicidade se traduz em um site com navegação mais rápida e organizada, cujas páginas não se estendem em inúmeros caminhos, mas é colocada próxima ao usuário, conforme explica Marcello Rosauero:

“[É] tornar o sistema o mais simples possível. Simplificar ao máximo a interface. Aquela coisa dos dois níveis. Se quiser trabalhar com um site de massa, faça no máximo dois níveis, não avança três ou quatro níveis porque é roubada. Interface não é uma coisa de RPG⁴²³, de descobertas. Não é. [...] Simplificar o máximo possível, quanto mais simples melhor. Agora, uma coisa simples não quer dizer uma coisa feia ou ruim. A magia de um bom webdesigner é fazer uma coisa simples e impactante, bonita de acordo com o roteiro, com o alvo e a postura do cliente.”⁴²⁴

Clareza é outra característica desejável e nas páginas ela se caracteriza por páginas auto-explicativas, com diagramação adequada e poucos elementos. Os entrevistados acreditam que com isso o usuário, principalmente o usuário iniciante, não vai se sentir intimidado com a enorme quantidade de escolhas disponíveis e terá uma

⁴²¹ Hiro Kozaka, entrevista em 13/12/2001.

⁴²² Como se vê dos depoimentos de André Dorigo, Elaine Costa e Sérgio Boiteux.

⁴²³ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

⁴²⁴ Marcello Rosauero, entrevista em 6/12/2001.

experiência mais proveitosa.⁴²⁵ Juliana Ferreira acrescenta que às vezes alguma redundância de informação, como por exemplo duas formas de se chegar à mesma informação, pode ajudar o usuário. Lula Rocha acredita que o excesso de recursos tecnológicos (como o uso indiscriminado de *Flash*) ou a criação de convenções ousadas demais pode gerar uma sobrecarga cognitiva no usuário:

“Você tem a interface que é o *browser*, o site também é uma interface porque você tem *link*. Se dentro da página de HTML você coloca mais uma interface e faz ele todo em *Flash*, você está gastando uma energia enorme em uma coisa que vai ficar pior, ruim pro cliente, pro site, pro usuário. Não é questão se é bonito ou feio, a verdade é que o se *link* não for azul, você está colocando no seu usuário uma sobrecarga cognitiva e isso é ruim. Imagina se em cada site tem uma interface diferente com botões, animações e eu tenho que aprender tudo de novo toda hora?”⁴²⁶

Esta preocupação com a clareza envolve também apresentar a informação de um ponto de vista do leigo e não daquele do designer.⁴²⁷ Considerar o tipo de público do site, suas expectativas e nível cultural é uma forma de saber se a linguagem certa está sendo utilizada. As páginas devem ser auto-explicativas e segmentadas a partir de uma organização compreensível para o usuário.⁴²⁸ Em alguns casos, como no dos portais citados anteriormente, vale o uso de certas convenções visuais e conceituais que se tornaram correntes para usuários com alguma experiência na Internet e padronizam ações.⁴²⁹ O uso de certas metáforas, como o carrinho de compras em sites de comércio eletrônico ou o posicionamento do menu principal do site no alto da página à esquerda, um arranjo típico dos portais, seriam exemplos destas convenções. Segundo alguns entrevistados, estes elementos, dada sua recorrência pelos sites da Internet, agiriam como facilitadores no seu uso, possibilitando o acesso de um maior número de pessoas.

Estes depoimentos põem em destaque a importância da comunicação no ofício do designer. Se no design convencional ela já estava presente, no webdesign a informação condiciona toda a abordagem projetual do criador. Estes novos desafios apresentados aos designers e a necessidade de se passar a mensagem de maneira muito mais precisa condicionam atribuições específicas para o designer no projeto de sites para a Internet.

⁴²⁵ Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo, Lícia Rubinstein e Osmarco Valladão.

⁴²⁶ Lula Rocha, entrevista em 20/12/2001.

⁴²⁷ Como se vê dos depoimentos de Carlos Bahiana, Eduardo Tavares e Rodrigo Correa.

⁴²⁸ Como se vê dos depoimentos de Léo Ehrlich, Melissa Monteiro e Tiago Teixeira.

⁴²⁹ Como se vê dos depoimentos de Daniela Oliveira, Lula Rocha e Paulo Augusto da Cunha.

4.5. Atribuições do Designer no Projeto de Sites

Alguns designers cuidam apenas da parte estética, por contarem com especialistas em conteúdo na sua empresa.⁴³⁰ Entretanto, de modo geral os entrevistados sentem que as atribuições dos designers na criação de sites ultrapassam as preocupações estéticas.⁴³¹ A organização da informação e criação de um mapa de navegação adequado seriam algumas destas atribuições, segundo Rejane Spitz, indissociáveis do trabalho de design:

“Não há como separar [estética e navegação]. É como falar: ‘eu vou tratar a tipografia dos títulos e você vai tratar da tipografia dos sub títulos.’ Não é assim. Título e sub título são coisas relacionadas, você saber que cor você está usando, pra tipografia, qual o tom. Não há como separar, não há mais isso. Não há navegação e o design. Não consigo imaginar um designer que não trabalhe navegação.”⁴³²

Este processo de organização das páginas é tarefa essencial para o projeto de site e é visto como extremamente importante.⁴³³ André Vallias acredita que o designer deve concentrar seus esforços a fim de tornar a navegação interessante, ou seja, atrair não apenas pela estética, mas também pelos caminhos de acesso:

“A questão da navegação faz com que o designer também tenha uma função quase que de prever um pouco a reação das pessoas. Tem que saber seduzir as pessoas, canalizar o fluxo de pessoas para uma determinada área ou assunto. Então essas estratégias de conteúdo da própria interface, como ela é bolada, usabilidade, tudo isso são coisas que misturam o design com sociologia, psicologia, o próprio urbanismo. A sua função hoje é muito parecida com um urbanista tentando dar ordem num fluxo de uma cidade.”⁴³⁴

Juliana Ferreira tem uma opinião semelhante, enfatizando a tendência atual de se pensar os sites como espaços de fato, onde os usuários interagem com o sistema:

“A Internet valorizou muito o design porque as pessoas vêem a importância que a interface tem e sempre teve, mesmo com essa mudança toda que está acontecendo ela vai passar a ter mais ainda. [...] Depois de dois anos aqui, vejo que o design pra Internet está muito mais preso em você conceituar. Quando você constrói um interface, é um ambiente. O usuário

⁴³⁰ Como se vê dos depoimentos de Beatriz Pottier e Juliana Ferreira.

⁴³¹ Como se vê dos depoimentos de Lícia Rubinstein, Martha Werneck e Valéria London.

⁴³² Rejane Spitz, entrevista em 7/11/2001.

⁴³³ José Augusto Fialho, entrevista em 5/12/2001.

⁴³⁴ André Vallias, entrevista em 20/12/2001.

não é um espectador, ele interage, então você tem que criar um ambiente pra ele. Capturar ele ali pra dentro a ponto dele voltar, dele usar aquele meio. Isso é um conceito muito mais complexo até do que você elaborar um impresso. Isso me fascina muito na Web.”⁴³⁵

A usabilidade é uma das novas disciplinas surgidas a partir dos avanços eletrônicos. Próxima à ergonomia, ela determina a facilidade de uso de um equipamento, um programa de computador ou a interface de um *website*. No desenvolvimento da Web ela tem sido essencial para que se melhorem as relações usuário-computador. Esta preocupação com uso tornaria, segundo Sérgio Boiteux, o webdesign mais próximo do projeto de produto, o qual se debruça com mais profundidade sobre a questão da resposta do usuário. Michel Lent aponta que esta preocupação com o uso é uma das características do design. Um site com uma facilidade de uso seria um dos objetivos de um bom designer:

“Como no design de objetos, o designer é responsável pelo uso daquilo que cria. Navegação e usabilidade são características inerentes a uma boa solução de design. Design sem usabilidade se transforma em uma proposta meramente estética e portanto deixa de ser design, se transformando em arte.”⁴³⁶

A maioria dos entrevistados acredita que o designer deve estar presente em todas as etapas do processo.⁴³⁷ Seria sua responsabilidade tratar a informação em todas as fases.⁴³⁸ Segundo Eduardo Tavares e Thomaz Brasil, o designer tem que participar de tudo, inclusive da geração de conteúdo. Embora deva haver diálogo com os especialistas de cada área, o designer, por sua natureza interdisciplinar, seria o profissional mais adequado para gerenciar o projeto, centralizar a informação e de modo geral dar uma forma final ao todo.⁴³⁹ Eduardo Tavares sintetiza a questão da interdependência da estética e navegação, com um paralelo interessante:

“Um filme pode ter vários efeitos especiais excepcionais, que você vai ao cinema só pra ver os efeitos especiais. Mas quando é ruim, você sai do cinema achando que o filme foi ruim, independente dos efeitos especiais.

⁴³⁵ Juliana Ferreira, entrevista em 27/11/2001.

⁴³⁶ Michel Lent, entrevista em 5/12/2001.

⁴³⁷ Como se vê dos depoimentos de Daniela Oliveira, Rodrigo Correa e William Côgo.

⁴³⁸ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

⁴³⁹ Como se vê dos depoimentos de Hiro Kozaka, Lula Rocha e Pedro Herzog.

Acho que Internet é um pouco assim, as pessoas não vão na Internet pra ver efeitos especiais. O efeito especial pode até enriquecer, mas o pessoal vai atrás de um conteúdo específico. O importante seria isso, na minha opinião. O que é fundamental no site é passar aquela informação e o resto enriquece. O designer tem que estar atento a isso. Eu acho que onde sai o designer, talvez, no site, é quando rola alguma programação Java⁴⁴⁰, ASP⁴⁴¹. Isso talvez fuja. Mas desde o conteúdo até o projeto gráfico o designer tem que estar inserido.”⁴⁴²

Para Adriana Melo e André Vallias, cabe ao profissional de design criar o conceito e a própria estratégia do site. Fábio Duarte vai mais longe, vendo o designer como o responsável por ajudar o seu cliente a pensar a Internet, agindo também como mediador entre o cliente e meio, orientando-o sobre a melhor forma de apresentação on-line:

“Porque o cliente dele também vai procurá-lo para estabelecer essa ponte entre a empresa dele e a Internet. Muitas vezes, o cliente não sabe nada de Internet e precisa que o designer possa dizer a ele quais são as possibilidades. Então o designer tem que se enxergar como isso, como uma ponte para o cliente. Ele é que vai dizer o que a Internet tem a oferecer, então deve estar bem inteirado daquilo que o cliente faz e também de todas as tecnologias que a Internet oferece. [...] O que ele está fazendo no processo da empresa não é simplesmente a publicação de informação, mas é automação de certos processos. É um canal de venda novo que surge, ou então é um novo canal de comunicação com o cliente. Antes só tinha o telefone e agora você vai ter uma página com mais informação ainda para o cliente ou você pode fazer um controle de estoque pela Web ou coisa desse tipo. O designer está muito mais integrado dentro do funcionamento interno da empresa quando ele está fazendo um *website* do que como nos trabalhos anteriores antes do advento da Web. Eu acho que o designer hoje está ficando mais generalista, tem que entender melhor o que a empresa pensa e como funciona.”⁴⁴³

O crescimento da Internet e a multiplicação dos sites tem contribuído para ressaltar perante aos olhos do público a necessidade de um projeto adequado na relação homem-máquina, que é justamente uma importante atribuição do designer. Esta

⁴⁴⁰ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

⁴⁴¹ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

⁴⁴² Eduardo Tavares, entrevista em 17/10/2001.

⁴⁴³ Fábio Duarte, entrevista em 23/12/2001.

valorização da interface sobrepõe até mesmo valores mais objetivos como tecnologia e segurança e é bem descrita pela consideração de Fábio Duarte:

“Com certeza o projeto de interface hoje é tudo. As pessoas definem o sistema operacional com maior facilidade muito mais pelo projeto de interface do que pelo se é funcional ou não. O Windows é um programa instável e sem segurança nenhuma mas fez do Bill Gates o que ele é hoje. Simplesmente por causa da interface criada. O Bill Gates deve toda a fortuna dele ao design.”⁴⁴⁴

As respostas dos entrevistados refletem como mudaram, não apenas as atribuições do designer, mas também o quanto eles se integram com mais profundidade nos processos da comunicação, buscando maior conhecimento das empresas que atendem, do público que recebe sua mensagem e do meio a partir do qual a transmitem. Mudou também a própria percepção de sua função e importância em sociedade, na medida em que seu trabalho na Web não é apenas uma atividade decorativa, mas constitui a própria face do meio. Carlos Bahiana deixa bem claro esta importância da entrada dos designers na Internet:

“[O designer] demorou um pouco mas descobriu que é ele quem faz esse negócio [de Internet] dar certo. Em 99 houve um pico do uso da Web pra fins comerciais, principalmente do *business to consumer*. Existe uma estimativa de que um enorme número de processos de compra foram abandonados pelo caminho por erros de design de tela, mau comportamento do sistema, má usabilidade e tal, que são atribuições do designer. Essa quantidade toda de dinheiro teria sido recuperada em parte se tivessem sido tomadas as medidas corretas de design. Isso representou em 1999 U\$ 6.1 bilhões de dólares! Isso foi jogado no lixo em um ano por mau design de tela. Esse é o grau de importância que nós temos.”⁴⁴⁵

4.6. As Diferenças entre Imagem Real e Imagem Virtual

Muitas questões levantadas envolvem uma compreensão diferenciada da imagem on-line em relação a sua contraparte física. Quando perguntados diretamente sobre as diferenças que percebiam entre a imagem impressa e a virtual, alguns entrevistados disseram não perceber nenhuma diferença.⁴⁴⁶ Já outros se detiveram nas

⁴⁴⁴ *Idem.*

⁴⁴⁵ Carlos Bahiana, entrevista em 1/12/2001.

⁴⁴⁶ Como se vê dos depoimentos de Giorgio Seixas, Lula Rocha e Paulo Augusto da Cunha.

características físicas de ambos os meios, citando diferenças como a textura (que inexistente na imagem virtual) ou o movimento (que o impresso não permite).⁴⁴⁷ Marcello Rosauro ressalta que considera o virtual e o impresso como possuindo o mesmo valor. Rodrigo Correa, por sua vez, acredita que uma imagem animada é capaz de transmitir uma idéia de maneira mais rápida.

Outras respostas, entretanto, abordaram a questão das cores, um dos pontos centrais da diferença entre impresso e virtual. Esta diferença se dá porque a cor vista ao se observar uma imagem impressa é uma cor que é refletida a partir da luz que incide sobre o papel. Por conseguinte, a impressão que esta imagem causa é muito dependente das condições de iluminação do ambiente onde está sendo vista. A imagem em um monitor de computador (assim como na televisão) é composta de focos de luz colorida que são emitidos diretamente da tela para o olho do observador. Portanto, enquanto a impressa é mais orgânica, interagindo com o ambiente, a virtual permanece a mesma, a não ser que se altere a regulação do monitor.⁴⁴⁸ Uma peculiaridade desta cor diretamente emitida é sua pureza e brilho.⁴⁴⁹ Entretanto, alguns a consideram muito agressiva e irritante ao olho humano, sendo uma das razões pelas quais é tão incômodo se ler diretamente na tela do computador.⁴⁵⁰

Mais interessante, entretanto, são opiniões a respeito de efeitos mais subjetivos da imagem. Segundo André Dorigo, enquanto que a virtual ganha difusão mais ampla, ela paralelamente parece perder sua aura.⁴⁵¹ Esta percepção é parecida com a de Tiago Teixeira, que acha que o que é feito no computador tem uma característica meio etérea. De modo semelhante, Carla Niemeyer acha a imagem virtual mais frágil, aparentando menor relevância. Lícia Rubinstein, por sua vez, comenta que não tem mais o conceito de original. Os originais de seus trabalhos seriam meramente arquivos gravados em forma binária e guardados em meios magnéticos.

Esta ausência do tátil poderia ser uma razão para estas impressões, segundo Melissa Monteiro. Ela também acarretaria uma noção de que o site não tem valor por si, dado o baixo custo em mantê-lo no ar, conforme pensa Pedro Herzog:

⁴⁴⁷ Como se vê dos depoimentos de Hiro Kozaka, Juliana Ferreira e Léo Ehrlich.

⁴⁴⁸ Martha Werneck, entrevista em 10/10/2001.

⁴⁴⁹ Como se vê dos depoimentos de Érika Weinberg e Sérgio Boiteux.

⁴⁵⁰ Como se vê dos depoimentos de Pedro Herzog e Thomaz Brasil.

⁴⁵¹ Ver capítulo 2, tópico 2.1.2, p.23.

“Pode ser subjetivo, mas eu tenho mais confiança no que eu leio impresso, porque rolou um fotolito, teve mil revisões, tem dinheiro envolvido e uma tiragem determinada. Na virtual não existe um culpado, não há referência, garantias de que aquilo presta para alguma coisa.”⁴⁵²

Além disto, uma imagem em um site, por sua mutabilidade, pareceria ter um caráter menos importante.⁴⁵³ Esta transitoriedade é reconhecida como um dos motivos para a tendência de se considerar a imagem virtual menos importante, segundo Carla Niemeyer:

“Até pela minha formação, acho que tudo foi voltado pra uma tecnologia diferente, pra um suporte diferente, matérias diferentes, gramatura, papel, gráfica, fotolito, prelo. E, de repente, você faz uma coisa que em dois minutos está pronto. Parece que não é uma coisa séria, ainda não sinto aquela coisa... [...] É muito mais fácil. Pra fazer um livro, um impresso, tem uma série de processos e um custo altíssimo. Pra fazer um site, não precisa fazer nada, você vai lá senta e faz, bota num daqueles domínios e pronto.”⁴⁵⁴

Já Pedro Herzog, embora reconheça a mesma transitoriedade nas páginas da Internet, não vê nisso um problema mas considera uma característica do meio:

“O aspecto visual me fascina, mas é tão dinâmico. Você vê uma página num dia e no dia seguinte ela nem está mais lá. A Internet não é uma solução definitiva de design, e por isso eu não perco muito tempo. Ser transitório é uma coisa essencial. O sucesso de uma página envolve renovação.”⁴⁵⁵

Estas impressões pessoais parecem ecoar as preocupações de Paul Virilio com o que ele chama de *crise do inteiro*. Conforme a sociedade e a o cotidiano se enchem de tecnologia, estas novas velocidades trazidas pelas comunicações e aparatos computadorizados alterariam drasticamente nossas percepções, gerando o risco até mesmo de uma perda de contato com a realidade. Os referenciais concretos estariam cedendo sua posição a conceitos cada vez mais abstratos e fugidios.⁴⁵⁶ Já Pierre Lévy, por sua vez, identifica na ascensão do virtual não uma destruição do real, mas uma possibilidade de se criar novas modalidades de conhecimento e participação social a

⁴⁵² Pedro Herzog, entrevista em 6/12/2001.

⁴⁵³ José Augusto Fialho, entrevista em 5/12/2001.

⁴⁵⁴ Carla Niemeyer, entrevista em 24/10/2001.

⁴⁵⁵ Pedro Herzog, entrevista em 6/12/2001.

⁴⁵⁶ VIRILIO, Paul. **O Espaço Crítico**. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993. p.108ss.

partir da sua mesclagem com os processos sociais e perceptivos já existentes. Conforme foi visto no capítulo 2, a literacia não aniquilou a fala e nem o rádio eliminou os livros. Da mesma forma, o computador não destrói as tecnologias que o precederam, mas as enriquece. As conquistas tecnológicas, portanto, longe de criarem um distanciamento da realidade, permitem que esta seja apreendida de múltiplas e inéditas maneiras.⁴⁵⁷

É significativo, entretanto, que as percepções mencionadas existam em profissionais que trabalham o tempo todo com a imagem virtual, não apenas na Internet, mas mesmo as destinadas a impressão, que são manipuladas em computador e, portanto, têm também um caráter virtual durante sua criação. Este fato lembra o que se disse anteriormente de Platão, de como, na aurora da literacia, ele argumentava que a sabedoria não podia ser escrita. Parece haver um paralelo com este momento quando desponta um novo meio de comunicação, talvez uma nova forma de literacia: assim como Platão e seus contemporâneos o fizeram em relação à escrita, temos uma relutância em considerar os novos meios eletrônicos dignos de confiança. Se esta questão seguir este mesmo padrão histórico, então, provavelmente, a confiabilidade do virtual se seguirá em breve.⁴⁵⁸

4.7. A Formação de um Webdesigner

Voltando às questões de formação e habilitação, os entrevistados deram suas opiniões a respeito do estabelecimento de uma graduação específica para webdesigners. Uma esmagadora maioria de vinte e seis entrevistados declarou ser desnecessário uma graduação para webdesign. Ao invés disto, sugerem que ele poderia ser uma especialização ou mesmo uma habilitação. Segundo eles, a informação dada no curso de design é essencial e um profissional de webdesign iria precisar dos mesmos fundamentos que um designer para meio impresso. Valéria London acredita que o essencial é ensinar o aluno a projetar:

“Pode ser uma especialização. Vai depender muito da formulação do curso. Se for um curso independente, mas for um curso de design, onde você aprende a conceituar, pensar e projetar design e consiga elaborar seu projeto de webdesign, aí tudo bem. Vai ser um curso de design com habilitação em webdesign funcionando bem. Agora, se for um curso como esses aí fora, que se chamam curso de webdesign, onde você aprende a lidar com linguagens de

⁴⁵⁷ LÉVY, P. *Cibercultura*. *Op. cit. Passim*.

⁴⁵⁸ Ver capítulo 2, tópico 2.1.2, p.23 e capítulo 2, tópico 2.2.1, p.32.

softwares, aí acho que não funciona. Você não aprende a projetar, aprende a lidar com linguagem de *softwares*. Tudo tem que ser ensinado profundamente, linguagem e *softwares* também. Tem que fornecer todo o ferramental técnico necessário pra trabalhar com Web. Talvez, dadas as características dos cursos que a gente vê por aí, seria melhor que o curso de Web estivesse dentro de uma faculdade de design, talvez fosse menos arriscado. ”⁴⁵⁹

Para Antônio Callado, a atividade não vai ser tão diferente a ponto de justificar um curso exclusivo. Mesmo que, por razões organizacionais em função da muita procura, fosse necessário separar os cursos, ainda assim a base seria que envolver design.⁴⁶⁰ O que poderia ser feito, segundo alguns designers, seria alterar a grade curricular a fim de ensinar algumas disciplinas de webdesign na graduação, além de levá-lo para a graduação na forma de projetos. No curso normal de graduação seriam trabalhados projetos de webdesign também, assim como existem hoje projetos de logomarcas e projetos editoriais.⁴⁶¹

Alguns entrevistados acreditam que um curso específico, com experimentação exaustiva para que o aluno descobrisse seus próprios caminhos, seria mais adequado.⁴⁶² Hiro Kozaka acredita que poderia ser um curso de Design Digital, como já existe no exterior, envolvendo todas as mídias digitais. Sérgio Boiteux parece concordar com ele citando a Faculdade de Mídias em Colônia, Alemanha onde o curso abrange webdesign, multimídia, interface e animação. Lá é dada uma visão global e depois o aluno se direciona para uma mídia. Ele acredita que no futuro a tendência será agrupar todas estas áreas de conhecimento em um curso.

André Vallias, entretanto, aponta uma questão séria a respeito da velocidade com que surgem as inovações e a posição da universidade em relação a estas. Na visão dele, talvez a questão de haver ou não curso de webdesign seja irrelevante face à disseminação do conhecimento disponível na própria Web:

“Eu acho que a universidade vive um problema muito grande: morosidade em relação ao conhecimento. Então como essas coisas estão se processando de uma maneira cada vez mais rápida têm na Internet, na verdade, sua grande universidade, que é um fórum de comunicação de profissionais de mais elevados níveis com pessoas leigas. A universidade vai ter que repensar

⁴⁵⁹ Valéria London, entrevista em 21/11/2001.

⁴⁶⁰ Como se vê dos depoimentos de Eduardo Tavares e Lula Rocha.

⁴⁶¹ Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo, Lícia Rubinstein e Pedro Herzog.

⁴⁶² Como se vê dos depoimentos de Érika Weinberg e Marcelo Rosauro.

sua participação nesse processo, porque senão ela corre o risco de se tornar supérflua em vários setores. Porque são setores que estão caminhando numa velocidade muito rápida e o processo da universidade de digerir esse conhecimento, de montar um curso e oferecer esse curso é muito lento. Aí, quando ele é oferecido, já está defasado e esses profissionais acabam recebendo uma informação inferior do que se estivessem em casa acessando listas de discussão, dialogando diretamente em sites disponíveis para aprendizado. Se você está interessado em aprender *Flash*, você vai achar vários profissionais dando dicas de como fazer sites. Quer dizer, pensar que uma universidade contrate um especialista de *Flash*, para montar um curso de seis meses de *Flash*... Acho um absurdo. Então talvez a universidade tenha que se dedicar muito mais a questões conceituais de criação de diálogo pessoal, para deixar essa parte de informação, de simplesmente transferir a informação para os canais que passam essa informação de uma maneira mais rápida.”⁴⁶³

Seja por meio de um curso de graduação ou uma especialização, procurou-se descobrir o que, para estes entrevistados, seria importante ensinar aos futuros webdesigners. É interessante perceber como os depoimentos se polarizaram em dois grupos. O primeiro deles listou basicamente conhecimentos técnicos que deveriam ser ensinados. Estes entrevistados apresentaram uma ampla gama de conhecimentos da técnica, necessários, em sua opinião, para se formar webdesigners competentes. Foram mencionadas áreas específicas da Internet como arquitetura de informação, comportamento do usuário na Internet e ergonomia para Internet, assim como conhecimentos mais práticos como o uso de banco de dados e páginas dinâmicas⁴⁶⁴, linguagens de automação, noções de programação e comércio eletrônico, passando também por questões mais gerenciais, como trato com o provedor, cobrança, contratos, proteção dos direitos e uma maior ênfase na defesa de projetos, importante na hora de apresentar o site para o cliente. O depoimento de Luciana Berner mostra estas preocupações:

“Acho que, mesmo que a gente não vá desenvolver a linguagem ASP ou Perl⁴⁶⁵, a gente precisa entender como é que um banco de dados funciona, como é que uma ferramenta de pesquisa usando uma linguagem dessas funciona. Porque se você não consegue entender isso, você não

⁴⁶³ André Vallias, entrevista em 20/12/2001.

⁴⁶⁴ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

⁴⁶⁵ Idem.

consegue preparar o *layout* do teu site para absorver isso. Você não entende todo o fluxo do site. É essencial alguma coisa de Informática. E, é claro, todas as ferramentas: Photoshop, *Flash*, *Real Player*⁴⁶⁶, Java... O Java entra nessa categoria porque você não precisa saber escrever o Java do início até o fim, porque tem um monte de código de Java já pronto. Mas você precisa entender como é que o Java pensa e como você pode usar o Java dentro do teu site. Nem que você ainda continue precisando contratar um profissional de Informática para resolver esta parte...”⁴⁶⁷

Acredito que esta preocupação com tantos detalhes técnicos surge por conta das instabilidades de um meio ainda não muito protegido por legislações (daí a preocupação com preços e contratos) e alvo de uma série contínua de inovações tecnológicas (daí a preocupação com o aprendizado de linguagens de programação e afins). Provavelmente, à medida que os conhecimentos relativos à Internet e ao webdesign forem se sedimentando em torno de disciplinas mais coesas e ao mesmo tempo o meio digital passar a ser mais regulamentado, estes detalhes técnicos e preocupações de ordem legal serão integrados naturalmente na formação de um webdesigner como disciplinas específicas.

O segundo grupo concentrou-se em listar conhecimentos típicos de design e outros mais conceituais sobre a natureza do meio on-line. Para estes, a questão mais essencial envolve uma compreensão profunda da Internet e de suas possibilidades. Esta teoria, aliada a um repertório cultural e visual vasto, seria essencial para usufruir plenamente dos potenciais da rede.⁴⁶⁸ José Augusto Fialho acredita na utilidade de se desenvolver uma cultura visual apurada e na aplicabilidade da teoria da Gestalt ao meio on-line:

“[É preciso ensinar] uma boa educação visual e uma boa compreensão do novo meio em que vai trabalhar. Uma boa estética, compreensão dos mecanismos da visualidade tanto no tempo quanto no espaço, e uma compreensão das novas ferramentas. Mas quanto às ferramentas, isso é secundário, qualquer um aprende isso em semanas. Infelizmente a maioria dos alunos com que tenho contato está preocupada com recursos gráficos, visuais, de software. E alguns poucos percebem a importância da inteligência visual que deve ser desenvolvida e valorizam qualquer informação nesse sentido. A maioria quer solução mágica. Parto da teoria da percepção e a teoria da Gestalt que é mais objetiva e é a mais

⁴⁶⁶ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

⁴⁶⁷ Luciana Berner, entrevista em 11/10/2001.

⁴⁶⁸ Como se vê dos depoimentos de André Dorigo, André Vallias e Antônio Callado.

estudada em qualquer escola de arte. Pra questão da visão é muito útil. O webdesign se dá no campo da visualidade e tem que se compreender primeiro a visualidade.”⁴⁶⁹

Já Carlos Bahiana enfatiza a importância de se inteirar completamente do meio on-line, não apenas no papel de criador, mas também no de usuário, como condição básica para se fazer webdesign:

“[O webdesigner] tem que se conhecer o dispositivo, entender um pouco de computador, do mesmo jeito que um designer de automóveis tem que entender um pouquinho de carro. Entender de design primeiro e depois daquele aparato. Saber usar meia dúzia de ferramentas de desenvolvimento. O que o diferencia é que ele tem que conhecer as práticas em termos de uso de computador fora da sua realidade imediata, o que está sendo usado como resolução de tela, profundidade de cor, velocidade de acesso, forma de acesso e tal, então, um pouco de demografia e estatística de uso da Internet. Tem que saber o perfil do usuário. Tem que ter paixão por novidade, não pra sair usando mas pra saber pra onde as coisas vão e saber julgar em que momento começar a usar uma solução técnica. O cara também tem que ser muito usuário de Internet pra saber a realidade das coisas, pra não apenas pressupor. Conhecer as tendências técnicas, ser um usuário crítico e saber propor uma solução.”⁴⁷⁰

Alguns dos designers entrevistados acrescentaram também conceitos de marketing e de posicionamento estratégico do conteúdo, a fim de que o designer pudesse estar mais a par das formas de se apresentar a informação ao público.⁴⁷¹ Embora a maioria acredite que o ensino de softwares seja dispensável, alguns apontam a necessidade de se conhecer um pouco que seja de programação para a Internet, nem tanto para programar, mas para saber de que recursos dispõe e como dialogar com o programador.⁴⁷²

No âmbito da compreensão da Internet, Rejane Spitz faz uma ressalva a respeito dos futuros usuários. Segundo ela, quem já nasceu navegando na Internet, vai ter os aspectos mais básicos, mesmo os técnicos, já incorporados. O curso de design vai

⁴⁶⁹ José Augusto Fialho, entrevista em 5/12/2001.

⁴⁷⁰ Carlos Bahiana, entrevista em 1/12/2001.

⁴⁷¹ Juliana Ferreira, entrevista em 27/11/2001.

⁴⁷² Como se vê dos depoimentos de Adriana Melo, Hiro Kozaka, Giorgio Seixas, Juliana Ferreira, Rodolfo Capeto e Sérgio Boiteux.

ensinar o mais profundo, o âmbito do design e não da técnica. Osmarco Valladão sintetiza estes conhecimentos de design aplicados à Internet:

“O ‘designer para Internet’ ideal será um profissional com uma sólida formação teórica, o que o ajudará a evitar os ‘modismos’ e ‘modernismos’ desnecessários e uma natural sintonia com esse meio. Deverá saber pensar na tipologia ideal, mas também no tempo ou no ritmo ideal. Terá que descobrir soluções para quantidades enormes de informação em espaços pequenos. E, principalmente, trabalhará num dos meios mais dinâmicos já inventados, o que exigirá um esforço de atualização constante. Na minha visão, esse profissional deverá ter conhecimentos da ‘construção da página’, mas isso é trabalho de um outro profissional. Mais ou menos como a relação entre o diretor de arte e um fotógrafo ou ilustrador, por exemplo. Mas assim como existem designers que ilustram, podem existir webdesigners que queiram fazer o trabalho completo. Apenas acho que a formação do webdesigner deve se concentrar nos aspectos do design.”⁴⁷³

4.8. Um Olhar para o Futuro

Por fim, como agentes nessa criação contínua da Web, os entrevistados propuseram seus sonhos, expectativas e mesmo temores que guardam em relação à Internet e ao ofício de webdesign. Mais a curto prazo, os entrevistados esperam uma melhoria dos sites e da experiência on-line como um todo. De modo geral acreditam que os sites ficarão mais aprimorados, com uma melhor interação, aperfeiçoando o fluxo de trabalho. Adriana Melo comenta desta expectativa: *“Eu acho que o futuro vai ser mais por aí porque os sites tem que começar a funcionar. Não adianta só ele existir se não trazer lucro, retorno à empresa.”*⁴⁷⁴

Mais adiante, os designers sugerem rumos para a evolução da Internet. Muitos acreditam que ela se mesclará à televisão de algum modo, absorvendo a interatividade e facilidades de publicação da Internet com a popularidade da TV.⁴⁷⁵ Esta transformação acabará por facilitar ainda mais o acesso à Internet e trará como consequência uma valorização maior dos webdesigners como criadores de conteúdo para a rede.⁴⁷⁶ Alguns ressaltam que a Internet do futuro não estará necessariamente atrelada ao computador,

⁴⁷³ Osmarco Valladão, entrevista em 12/01/2002.

⁴⁷⁴ Adriana Melo, entrevista em 29/11/2001.

⁴⁷⁵ Eduardo Tavares, entrevista em 17/10/2001.

⁴⁷⁶ Como se vê dos depoimentos de Daniela Oliveira e Marcelo Rosauro.

mas será pulverizada em uma série de outros equipamentos, seguindo a tendência que se vê hoje com os telefones celulares de última geração.⁴⁷⁷ A criação vai ficar mais complexa e exigir mais especialização, fazendo com que um profissional já não possa ser capaz de atuar em vários campos do design.⁴⁷⁸ Com a transparência cada vez menor da máquina e uma melhor usabilidade, a Web concretizará sua vocação de se tornar uma imensa rede unindo pessoas, serviços e conhecimento.⁴⁷⁹

Um grupo de entrevistados arriscou expectativas mais a longo prazo. Osmarco Valladão acredita que a exploração criativa do meio e a evolução das tecnologias de realidade virtual vão exigir dos webdesigners não mais a diagramação de páginas, mas a criação de ambientes tridimensionais inteiros para ser vivenciados pelos usuários da rede. A partir de uma imersão sensorial total, sem mouse ou teclado, os usuários vão interagir com o computador de uma forma quase pessoal.⁴⁸⁰ Fábio Duarte, entretanto, acrescenta que neste período de tempo que conhece a Internet ela mudou tão radicalmente que não dá pra imaginar as mudanças por que passará nos próximos dez anos. O que parece certo é que a demanda por bons websites, seja qual for a forma que assumam, só tende a aumentar.⁴⁸¹ Hiro Kozaka acredita que as mudanças não excluam esta necessidade de um projetista: *“Aí eu mato o termo webdesign, porque isso não vai existir daqui a dez anos, vai ser uma outra plataforma. Não existir projetistas, pessoas preocupadas com a adequação daquele projeto de forma estética e funcional, preocupados com a forma e com a função.”*⁴⁸²

É a partir desta expectativa que outros entrevistados torcem por um maior reconhecimento do profissional. As opiniões variam quanto a este profissional ser o designer ou um novo tipo de profissional, conforme acredita Antônio Callado, um ‘híbrido’ situado entre o design gráfico e o projeto de produto. Seja como for, ele será capaz de integrar cada vez mais a Internet no cotidiano de cada um e gerenciar a imagem on-line.⁴⁸³ É com base nesta esperança que André Dorigo acredita que a importância do designer na sociedade tenderá a crescer:

⁴⁷⁷ Como se vê dos depoimentos de Martha Werneck e Michel Lent.

⁴⁷⁸ André Vallias, entrevista em 20/12/2001.

⁴⁷⁹ Juliana Ferreira, entrevista em 27/11/2001.

⁴⁸⁰ Carlos Bahiana, entrevista em 1/12/2001.

⁴⁸¹ Lula Rocha, entrevista em 20/12/2001.

⁴⁸² Hiro Kozaka, entrevista em 13/12/2001.

⁴⁸³ Como se vê dos depoimentos de José Augusto Fialho e Thomaz Brasil.

“Acho que o design e o webdesign têm muito ainda a crescer e a profissão de designer tem que ser mais bem representada. As pessoas tem que se mostrar mais úteis à sociedade porque esta não tem consciência da utilidade delas. O design é uma peça fundamental pra acessar a informação na Internet. O designer é dotado de muito poder e capacidade e tem que assumir sua função na sociedade, chamar a responsabilidade. Mas é complicado porque você luta com uma sociedade que não vê função. É uma profissão de fé. No Brasil, o design ainda é um profissão de fé. Não sei ainda por quanto tempo ela vai continuar sendo.”⁴⁸⁴

As expectativas e até mesmo tentativas de previsões expressas nestes depoimentos permitem perceber que estes profissionais de design estão procurando se manter atentos às mudanças que os avanços tecnológicos e a Internet em particular têm trazido à sociedade em geral e, especificamente, ao seu ramo de atividade. É importante deixar claro também que estas percepções se dão no contexto espacial e temporal desta série de entrevistas, mas que, a despeito de representarem uma amostragem pontual face à quantidade de profissionais no mercado, podem ser analisadas de forma frutífera à luz umas das outras e delinear tendências significantes no contexto profissional e pessoal destes designers.

Sua visão é importante porque, conforme já foi mencionado, neste panorama online os designers têm uma importância fundamental no acesso e distribuição da informação e também no molde dos processos cognitivos que ainda estão se cristalizando em torno da apreensão do conhecimento via Web. Em um contexto sujeito a mudanças tão frenéticas e até mesmo violentas, uma classe de criadores, artistas e pensadores que se disponha a agir como mediadores não apenas entre empresas e clientes, mas também entre pessoas e conhecimento, marcará sua influência nos novos processos de formação de mentalidades que se farão necessários. A sua reflexão a respeito do presente e sua disposição em buscar as soluções que direcionarão o futuro, integrantes desta pesquisa, permitirão uma melhor compreensão da imagem na Web e do papel do designer como seu criador.

⁴⁸⁴ André Dorigo, entrevista em 3/10/2001.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um leitura linear e integral dos presentes resultados da pesquisa destaca aspectos que merecem ser enfatizados em distintos níveis: inicialmente, quanto a questões técnicas e estéticas que o problema central levanta; a seguir, quanto à inserção no mercado e na sociedade dos profissionais envolvidos pela temática e por fim, mas com não menor importância, quanto à formação pessoal e intelectual do investigador.

Por outro lado, seguindo preceitos básicos da investigação em Antropologia, há necessidade de apontarmos não apenas o que os informantes dizem que fazem, mas o que, efetivamente, eles produzem. Neste sentido, as figuras que acompanham esta parte não são meras ilustrações, mas documentos que pontuam as idéias organizadoras destas considerações finais.

5.1. A Literacia Digital Influenciando as Questões Técnicas e Estéticas

Retomando as considerações de Luria apresentadas no capítulo dois, vê-se o quanto a aquisição de literacia afeta processos perceptivos que vão desde a classificação de cores e formas geométricas até o uso da lógica. Um aprendizado básico já é suficiente para ocasionar mudanças de hábitos de pensamento e capacitar usos mais amplos do raciocínio na solução de impasses. Mais do que isso, proporciona um desenvolvimento na capacidade de auto-análise e autoconhecimento. Este surgimento de novas formas de dinâmicas mentais resulta em uma noção de mundo mais ampla, influenciando decisivamente na criatividade e no desenvolvimento da personalidade.⁴⁸⁵

Uma nova introdução, desta vez dos meios eletrônicos, resgata o oral, mesclando-o com um mundo já moldado pela literacia. Este novo oral, entretanto, se fundamenta justamente na escrita, compondo aquilo que foi chamado de oral complexificado. Assim como a escrita influenciou e foi influenciada pela fala, da

⁴⁸⁵ Ver capítulo 2, tópico 2.1.2, p.24-28.

mesma maneira os meios eletrônicos influenciaram a forma de se escrever, de se falar e foram por sua vez influenciados por eles. O processo que houve não foi uma seqüência de aniquilações dos meios mais antigos por outros mais recentes. Antes, o que aconteceu foi um contínuo processo de mesclagens entre as diversas formas de se expressar uma mensagem.⁴⁸⁶ Estas trocas mútuas de influências se evidenciam no surgimento de inúmeras rádios que transmitem sua programação por meio da Internet. Este fenômeno tanto gera mudanças na radiodifusão, que agora atinge um público muito mais amplo geograficamente, quanto na experiência on-line do usuário, que passa a contar com a programação da rádio enquanto navega pela Internet. A figura 1 é um exemplo destas rádios on-line, mostrando a tela de programação da Rádio Triton:

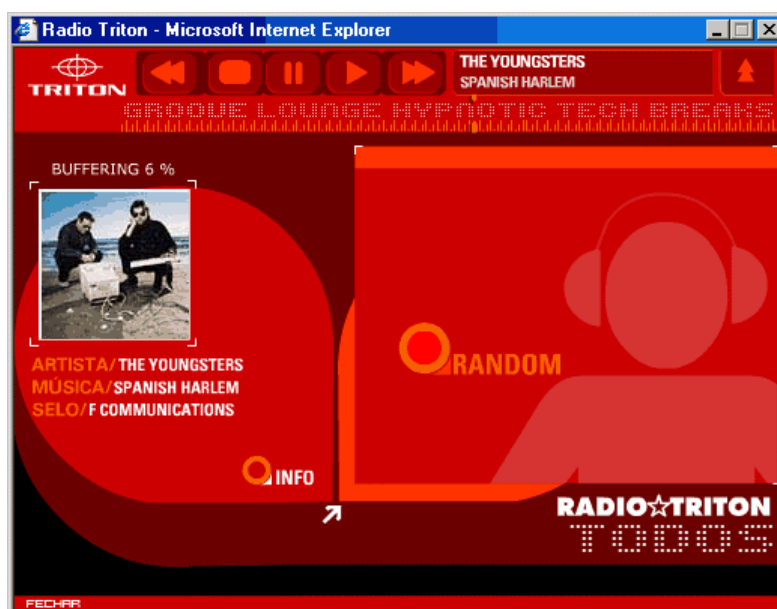


Figura 1 - Rádio Triton, via Internet (www.triton.com.br). Design de Michel Lent. A profusão de rádios surgidas na Internet é apenas um exemplo mais explícito desta troca de influências enriquecedora.

Com o advento do computador, uma nova etapa se inicia, caracterizada por uma espacialização da informação ainda mais marcante, em face da sua vasta capacidade de armazenamento. O conhecimento, entretanto, deixa de ser estratificado e passa a ser mais fluido, mais manipulável através do instrumento computacional. A digitalização cada vez mais difundida da informação torna possível a construção de modelos interativos capazes de ensinar através de simulação. A Internet e a Web vão ampliar ainda mais esta tendência, tanto em alcance quanto em profundidade. O conhecimento distribuído via Internet pode ser apropriado de diversas maneiras por públicos variados, não só por sua heterogeneidade

⁴⁸⁶ Ver capítulo 2, tópico 2.1.3, p.28.

quanto às formas em que ocorre (texto, imagens, sons, vídeo, etc.) mas também pela topologia peculiar que a Rede proporciona, permitindo que cada indivíduo escolha o percurso que melhor lhe parecer, mais do que nunca exercendo uma participação ativa como leitor crítico. Estas formas próprias de apreensão de informação parecem trazer a reboque novas formas de raciocínio e de obtenção do conhecimento.⁴⁸⁷

Fazendo um paralelo com a pesquisa de Luria, pode-se considerar a entrada dos designer na Web e sua busca de conhecimento sobre o projeto on-line como mais um passo na escala da literacia. O trabalho do designer, uma vez transposto para o meio on-line, sofre um duplo processo de descontextualização: o primeiro porque a percepção do texto e da imagem serão governados pelas regras da hipermídia, isto é, haverá inúmeros caminhos para aquele site ser percorrido por cada usuário. Diferente de um livro, que pode contar com um prefácio e uma introdução que serão lidos em ordem, o hipertexto faz com que cada página tenha que estabelecer seu próprio contexto localmente. Outro fator de descontextualização é o fato da página ser acessível on-line para qualquer pessoa, de qualquer canto do mundo. Indivíduos procedentes de inúmeras culturas poderão ver aquela página, o que muitas vezes exige do profissional um especial esforço para deixar suas intenções com o projeto isentas de qualquer mal entendido. Resolvendo problemas de webdesign, estes profissionais contribuem para criar, ou pelo menos reformular, uma gramática para o meio on-line, alterando amplamente a visualidade e a literacia, uma vez que estes avanços e mutações transbordam para outras áreas. As páginas representadas na figura 2 exemplificam duas possíveis abordagens para se inscrever formas típicas do meio impresso no meio on-line:



Figura 2 – Duas migrações para o meio on-line. O site da esquerda é o Relatório Anual On-line, desenvolvido por Lula Rocha, procurando portar algumas características dos relatórios impressos para a Web, inclusive a leitura linear. (<http://www.rochadesign.com/rd2002/html/testdrive/ra2002>). O da direita é a revista on-line de webdesign Banana Design, (www.bananadesign.com.br), criada por Adriana Melo, e já mostra um uso mais livre do hipertexto, acentuando a descontextualização das matérias entre si.

⁴⁸⁷ Ver capítulo 2, tópicos 2.1.3 e 2.2.1. p. 28-34.

Este gênero de mudanças também repercute na imagem e na arte em particular. Assim como a educação escrita foi apresentada por Luria como catalisadora de mudanças conceituais e pessoais em seus pesquisados, da mesma forma, a passagem para o meio on-line proporciona mudanças na apreensão da imagem. Apesar de toda a ênfase na informação, o que distingue a Web da Internet e de outros meios computadorizados de armazenamento e transmissão de informação é o uso extensivo que faz da imagem. Suas imagens on-line rompem fronteiras geográficas e alcançam inúmeras culturas a despeito de sua notória intangibilidade.

Na verdade, é a intangibilidade do meio on-line que o torna tão dependente da imagem. A arte dos webdesigners não é somente uma influência que atravessa toda uma sociedade, conforme disse Pierre Francastel⁴⁸⁸, mas no que tange à Web ela cria o próprio meio onde existe a sociedade. Foi dito por alguns entrevistados que o design é solução de problemas e não arte, mas talvez seja perfeitamente possível considerar as inquietações do artista perante o mundo, suas perplexidades, medos e encantamentos como problemas que exigem uma solução formal. É por meio da arte dos webdesigners, da interface digital, que podemos começar a compreender as imponderabilidades do espaço virtual. Os avanços da informática seriam inócuos se não fossem postos em uma forma passível de cognição imediata. Conforme diz Kerckhove, os designers têm a importante tarefa de criar metáforas que traduzam avanços funcionais em modalidades apreensíveis pelos sentidos e sujeitas a serem absorvidas em uma cultura.⁴⁸⁹ Na medida em que um designer, a partir de uma série de informações, protocolos de computador e instruções de HTML, confere uma existência visual a algo que de outra forma seria um emaranhado de informações desconexas, ele está executando um fazer artístico de reinterpretação da realidade e construção de um mundo, tanto quanto um pintor impressionista ou um escritor de ficção científica. Seus objetivos mais direcionados ao mercado e, por isso, muitas vezes mais prosaicos e limitados, não desmerecem suas realizações. As figuras 3 e 4 retratam páginas do site de Marcello Rosauero e são exemplos claros desta perspectiva do artista gráfico como intérprete da realidade a partir dos meios com que trabalha:

⁴⁸⁸ Ver capítulo 2, tópico 2.2.3, p.38.

⁴⁸⁹ KERCKHOVE, D. *Op. cit.* p.212.



Figura 3 – Home page de Marcelo Rosauro, onde elementos da própria interface do computador são apropriados na criação da imagem, traduzindo visualmente a tecnologia do site. (www.fecega.art.br)



Figura 4 – Ainda no site de Marcelo Rosauro, sua versão on-line de um bloco de rascunho (à esquerda) e arte experimental on-line envolvendo animação, sons, imagens e tipografia. (www.fecega.art.br)

Através dos depoimentos dos designers, percebe-se um maior cuidado antes, durante e depois do processo criativo. Antes do trabalho, ficou evidente a importância de um *briefing* mais detalhado, capaz de afunilar a amplitude de possíveis soluções para um site. Durante o desenvolvimento do trabalho, os designers ressaltaram a importância de se considerar o conforto e facilidade cognitiva do usuário daquele site: a ergonomia, típica da vertente do projeto de produto, foi adaptada para a Internet e incorporada ao ferramental do webdesign. Por fim, um trabalho não está completo sem que haja um teste exaustivo em vários computadores diferentes antes da apresentação final. Estas mudanças ocorridas no âmbito do projeto em design revelam o aumento de uma postura mais programática, enfatizando o racional e a previsão no projeto para o meio on-line. Esta era a norma antes da introdução do computador no design, uma vez que muito do que era feito em um estúdio só seria visto quando a peça estivesse definitivamente pronta. Um planejamento cuidadoso do projeto era essencial já que o designer não controlava todos os

passos do processo. Suzana Fonseca aponta que esta situação começou a mudar com o uso computador, uma vez que ele permitia ao designer ver na tela simultaneamente o resultado de suas intervenções na imagem.⁴⁹⁰ Segundo ela, a postura projetual se tornou mais interativa, enfatizando o intuitivo e o acontecimento circunstancial. Entretanto, conforme foi mencionado no capítulo anterior, o descompasso entre os avanços industriais e a falta de uma padronização mais estrita dos equipamentos de informática é responsável por uma intensa variância nas maneiras de se ver um site, uma vez que ele se encontra on-line. Este tipo de situação força muitas vezes o designer a limitar suas criações, projetando de forma que suas páginas sofram o mínimo possível de alterações visuais nas várias plataformas, monitores e browsers. Seu nível de cuidado, portanto, é comparável ao dos designers que projetavam antes da entrada do computador em cena. Paradoxalmente, se o computador foi responsável por dar aos designers uma maior liberdade de projeto e uma resposta mais interativa às suas intervenções na imagem, a atividade de webdesign trouxe de novo aos designers a necessidade de uma atenção maior e uma ênfase mais intensa na postura projetual programática na tentativa de minimizar os problemas no acesso do site por parte do público. Na figura 5 se pode ver a tela de entrada de um tipo de site que exige dos designers esta postura muito mais cuidadosa, que são os sites que envolvem comércio eletrônico:



Figura 5 – Um planejamento cuidadoso do design é crucial principalmente em sites de comércio eletrônico, por exemplo, que dependem fortemente de programação. O designer tem que estar atento a estas restrições técnicas que não raro interferem em sua concepção criativa. Site do espaçoDVD criado por Melissa Monteiro. (www.espacodvd.com.br)

⁴⁹⁰ FONSECA, S. V. *Op. cit.* p.29.

O maior cuidado metodológico se revela também em outras questões. A própria criação muda, parecendo surgir um método mais rigoroso no processo criativo, não apenas pelas dificuldades técnicas de um meio muito novo, mas também devido à necessidade de um diálogo claro com equipes interdisciplinares. Uma vez que a frequência de profissionais de variadas procedências é maior, será necessária uma comunicação e distribuição de funções muito cuidadosa. A interação harmônica entre profissionais de diferentes formações implica em que cada um dos envolvidos tenha uma noção bem clara das etapas do processo em andamento e das responsabilidades de cada um no mesmo. O designer precisa manter uma comunicação muito mais detalhada a respeito das suas concepções de projeto, além de empreender adequadamente a relação entre as diversas funções. O contato com outros profissionais também participantes no projeto exige do designer uma apresentação de suas idéias bem mais objetiva e racional, desenvolvendo uma noção mais sólida de sua criação e das razões de suas escolhas formais. Adicionalmente, o designer adquire uma compreensão das áreas de conhecimento de outros profissionais, além dos necessários conhecimentos técnicos que envolvem a produção on-line. A aliança do design com a técnica, existente desde seus primórdios, é, portanto, reafirmada neste diálogo constante. O artista gráfico acaba, com estas circunstâncias, desenvolvendo uma compreensão do meio para além de sua realidade imediata, ampliando seus horizontes técnicos e conceituais.

Todos estes fenômenos apontam para um desenvolvimento nos processos de abstração dos designers envolvidos. Oportuno seria, a esta altura, lembrarmos da tradição dos ateliês renascentistas nos quais o artista responsável empregava numerosos e anônimos especialistas em temas e técnicas, tais como pintar anjos, fazer douração, etc. Isto nos reforça que a função artística não está confinada às obras cuja produção dependa exclusivamente da subjetividade de seu autor único, mas se estende também àquelas obras que sofrem a influência de uma variada gama de indivíduos no seu processo formativo. Sites como o da figura 6, com vastas quantidades de conteúdo e dependente da constante atualização que é feita por variados profissionais, exigem do designer a habilidade para unir todos estes esforços, dando a eles uma organicidade visual e funcional:



Figura 6 – O site da GNT (www.gnt.com.br) é um exemplo de site que envolve um grande número de profissionais de diversas áreas. Neste site em particular, o design de Melissa Monteiro teve que ser pensado para permitir as intervenções diárias da equipe de programação da emissora para as frequentes alterações de horário e informações sobre os programas apresentados.

Outro fator que muitos entrevistados disseram ter-se incorporado à sua rotina de trabalho foi a consideração do tempo, seja nas animações, tempo de carregamento⁴⁹¹ de um site ou o tempo de apreensão da informação on-line. A introdução de uma nova dimensão nas considerações do projeto exige dos designers um reposicionamento projetual para que esta nova variável seja adequadamente contemplada nos seus trabalhos. Agora, além das questões concernentes à forma (o design em si) e à organização da informação (a navegação de um site), o designer também deve levar em conta uma gama de limitações e potencialidades relativas à dimensão temporal. Este é mais um ponto em que aumentam as exigências de abstração no projeto de webdesign. As páginas mostradas na figura 7 destacam duas das formas pelas quais o tempo se torna influente na criação do designer:



Figura 7 – Lula Rocha criou o site da Telecom (www.business telecom.com.br) com poucas imagens e um design bem limpo para obter um tempo de carregamento de no máximo 10 segundos. À direita, Michel Lent usou a animação em Flash para simular uma queda do próprio banner da página sobre o carro, demonstrando a necessidade de um seguro. (<http://www.10minutos.com.br>)

⁴⁹¹ Para maiores esclarecimentos, ver glossário.

Também se torna mais evidente para o profissional que aquele projeto será (ou pelo menos deverá ser) absorvido por um público, o qual tem suas expectativas, gostos, desgostos e limitações na apreensão da mensagem. A resposta do público a um site na Internet é muito mais rápida e evidente que a dada a um impresso, e este público tende a ser amorfo, bem segmentado e significativamente participativo. Seja através dos e-mails recebidos ou meramente da análise de visitas no site, o designer tem a todo momento um instantâneo de como está a recepção de seu trabalho. Esta proximidade entre criador e público torna o usuário do site quase que um componente da equipe de projeto e o designer é responsável por adequar as suas concepções visuais e artísticas a grupos com culturas de gosto que podem ser estritamente definidas. Quando bem realizado, entretanto, este trabalho muitas vezes tem como recompensa a criação de uma relação de constante intercâmbio entre o artista e seu público.

Esta posição privilegiada do receptor na Internet remete à citação de Roger Black, de que na Internet o leitor escreve.⁴⁹² Mais do que isso, na Web o leitor também faz arte, na medida em que alguns sites permitem ao usuário mudar seu padrão de cores ou escolha de fontes. Assim, não apenas através do intercâmbio de imagens que a Web proporciona, mas através da participação total do usuário na fruição de um site, parecem estar despontando formas embrionárias de sociabilidade que poderão, a longo prazo, abrir caminho para novos criadores de relações inéditas entre imagens. A figura 8 mostra um destes sites calcado nestas novas modalidades de relação pessoal on-line:



Figura 8 – O blog de Tiago Teixeira, mistura de diário pessoal e fanzine, onde apresenta suas opiniões sobre política, cultura pop e cinema e recebe os comentários de seus leitores. À direita, outros detalhes do seu site, inspirado em romances policiais *pulp*. (<http://www.tiagoteixeira.com.br/blog>)

⁴⁹² Ver capítulo 2, tópico 2.3.2, p.48.

5.2. Inserção do Profissional no Mercado e na Sociedade

As transformações nas questões técnicas e estéticas no trabalho do designer não ficam confinadas ao processo criativo, mas conforme foi visto, afetam o fluxo de trabalho no cotidiano do escritório de design, na medida em que o designer tem que lidar com outros profissionais e estabelecer uma comunicação de mão dupla com o público do site que está criando. As mudanças não param aí, mas ultrapassam os limites do projeto propriamente dito, forjando relacionamentos mais próximos entre o profissional de criação e o cliente ou empresa que ele procura atender.

Uma análise atenta dos depoimentos dos entrevistados revela o quanto o designer passa a estar mais integrado na totalidade dos processos de comunicação da empresa/cliente. Se, ao fazer design para mídia impressa, este contato mais próximo com o cliente era ocasional e vinculado ao tipo de impresso, na criação de um site o designer tem que procurar se inteirar de toda a estratégia de relações públicas da instituição, seu discurso e sua imagem. Uma aproximação poderia ser feita com um projeto de identidade visual, onde o designer constrói a imagem de uma empresa a partir de seus atributos percebidos. De forma semelhante, criar um site institucional é como portar esta identidade visual para a Web, envolvendo, entre outras coisas, uma clara apreensão daquilo que a empresa representa e a tradução destas qualidades on-line. A presença de atividades de consultoria, acompanhamento e manutenção do trabalho, pouco frequentes ou mesmo estranhas ao designer até então, tende a ser o padrão nos projetos feitos para a Internet, exigindo do profissional um olhar mais atento ao seu cliente, ao público dele e também às potencialidades da Web que lhe possam ser úteis nesta tarefa. Na figura 9 se pode perceber esta integração entre as várias vertentes da comunicação visual de uma empresa:



Figura 9 – Página da distribuidora Supergasbras criada por Sérgio Boiteux e Pedro Herzog. Aqui fica evidente a preocupação dos designers em respeitar e reforçar a identidade visual preexistente da empresa, portando-a para a Web.

Os depoimentos apresentados também põem em relevo a importância do papel do design na comunicação. Sofremos cotidianamente um influxo cada vez maior de informação e uma das formas de torná-la mais apreensível passa por sua representação visual. Em uma sociedade cada vez mais dependente da imagem, torna-se evidente, portanto, o valor de um profissional que possa categorizar e apresentar a informação visualmente. O surgimento de um meio puramente visual como a Web torna ainda mais explícita esta necessidade, dando ao design uma presença mais marcante na sociedade e confirmando seus profissionais como elementos importantes no processo formador da cultura. Além disso, alguns designers, desde o início da Web, foram responsáveis pela articulação visual do novo meio, dividindo com os programadores dos *browsers* os méritos por recursos que paulatinamente eram oferecidos ao usuário. Com seu pioneirismo na exploração estética do novo meio, muitos designers contribuíram decisivamente para estender os limites da experiência on-line, descortinando ao público parte significativa do seu imenso potencial. Este conjunto de fenômenos gera uma maior valorização do artista gráfico, não apenas pela sociedade mas por si mesmo. Esta percepção de seu próprio valor na participação social, por sua vez, se reflete em melhorias na sua criação, que se torna mais cuidadosa e aprimorada. Estas tendências parecem ganhar a cada dia uma disseminação e intensificação ainda maiores à medida em que aumentam as cargas informativas disponíveis e também as fontes das mesmas, que competem entre si pela atenção do público. Esta constante busca dos designers pelo aperfeiçoamento para o meio digital é percebida na página mostrada na figura 10:



Fig. 10 - A difusão da Internet exigiu uma adaptação do designer às suas peculiaridades. Pensando nesta necessidade, Adriana Melo criou o curso Web para Designers, que visa adaptar as técnicas usadas em design convencional para o uso on-line.

O papel de mediação entre o público e a Internet realizado pelos designers é particularmente importante no que se refere aos grupos menos favorecidos cultural ou

economicamente. Traduzir os benefícios da mídia on-line para esta massa que não tem uma convivência cotidiana com o computador e muitas vezes uma educação limitada é um desafio que deve ser encarado pelos designers sob pena de se acrescentar a exclusão digital à exclusão social que estas pessoas já experimentam. Embora muitas ONGs e projetos governamentais apresentem iniciativas para evitar este perigo, a intervenção do profissional de design no planejamento de sites mais intuitivos e simplificados, capazes de garantir ao neófito uma experiência satisfatória na apreensão do conhecimento, será decisiva para que a Web atinja as mais variadas camadas da população. Em paralelo com a informação, o público estará absorvendo toda a expressão artística inscrita nos sites, o que a médio e longo prazo pode produzir um incremento significativo na sua educação visual, confirmando a Internet como um meio de aprendizado, não apenas textual mas também plástico. Esta maior apreensão do trabalho do designer por várias camadas sociais é vista nos dois sites mostrados na figura 11:



Figura 11 – Sites como o Magê-Molê (www.magemole.hpg.com.br), que ensina capoeira a menores carentes, e o Vou de Vôlei (www.voudevolei.org.br), que faz o mesmo com voleibol, têm presença na Internet e através dela divulgam suas atividades e objetivos, congregando participantes, simpatizantes e patrocinadores. Ambos foram produzidos pela Arteccom, empresa de Adriana Melo, e demonstram a importância do designer como mediador em favor de grupos carentes e na participação em sociedade.

Esta atuação também é importante quando relacionada àqueles grupos que representam subculturas, culturas de gosto de pouca representatividade numérica e que por isso estão ameaçadas de um esmagamento pela cultura de massa. Para que tal diversidade cultural seja preservada, é necessária uma produção segmentada de conteúdo para a Web.⁴⁹³ Caberá ao designer a sensibilidade de respeitar as peculiaridades de cada cultura, a fim de contemplá-las adequadamente, agindo, desta forma, como um importante agente no enriquecimento cultural da Internet, pavimentando este futuro mais amplo para que as culturas de gosto se integrem em

⁴⁹³ Ver capítulo 2, tópico 2.2.2, p.37.

novas e frutíferas relações no meio on-line. A figura 12 mostra o trabalho do designer na criação da presença on-line para uma destas subculturas:



Comunidade Evangélica de Confissão Luterana em Petrópolis
Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil (IECLB)

Av. Ipiranga, 244 e 346 - CEP: 25685-250 - Petrópolis, RJ - Brasil
Tel./Fax: (24) 2242-1703 - comunidade@ieclbpetropolis.org.br

[Lutero](#) - [Mensagem](#) - [Agenda](#) - [Crianças e Jovens](#) - [QASE](#) - [Presbitério](#) - [Música](#) - [História](#) - [Memória](#) - [Fotos](#)

"Nós amamos porque Ele nos amou primeiro"

Mensagens:
[Missão e Crescimento](#) - Reflexão dos Pastores
[Os desbravadores de 1845](#) - Márcio nos fala sobre os colonos alemães e sua chegada a Petrópolis.
[O Cristão e as Eleições](#) - matéria super atual do presbítero Luiz Gomattes.

Agenda
FESTA JUNINA! Com barracquinhas de brincadeiras, comidinhas deliciosas, dança folclórica alemã, quadrilha, etc..
Dia 16 de junho, domingo, às 16:00.
[Confira a programação](#) de junho e também do Comunidade Aberta 2002 - junho, julho e agosto.

Notícias:
[Veja como foi](#):
O jantar dançante de 6 de abril e a instalação do Presbitério e Departamentos no culto de Páscoa
[Iniciou um novo grupo de Confirmandos \(as\)](#) - com uma dinâmica diferente e nova!

Departamentos
[GAM](#) - reflexão sobre louvor.
[Coral](#) - Apresentando: Contralto
[Culto Infantil](#) - Atividade para as crianças, notícias e agradecimentos.
[JEP](#) - medite com "Os Patins".
[QASE](#) - Neste bimestre: Dia das Mães e Festa Junina.
A [Ação Social](#) precisa da sua ajuda!

Some of these pages are available in [english](#) too.

Figura 12 – A Internet permite que as diversas culturas de gosto sejam servidas e respeitadas. Mesmo pequenas comunidades como a da Igreja Luterana de Petrópolis adquirem representatividade on-line. Neste site, criado por Luciana Berner e Thomaz Brasil, os membros da igreja podem se manter informados das programações e divulgar suas posições e crenças. (www.ieclbpetropolis.org.br)

Por fim, também se depreende das entrevistas o quanto os cursos de graduação, a despeito dos seus melhores esforços, carecem de um conteúdo mais adequado face às exigências do meio on-line. Mais do que inserir matérias de programação HTML ou uso de programas para criação de imagens para a Internet parece necessário dar aos estudantes subsídios intelectuais para que os mesmos possam desenvolver sua reflexão para a Web. As reformulações neste setor são tão emergenciais quanto inevitáveis. A introdução de disciplinas de outros campos (como as de publicidade ou de jornalismo), conforme foi sugerido por alguns entrevistados, é apenas uma das medidas que pode representar avanços significativos para a formação de bons designers que sejam capazes de se expressar coerentemente na Web. O mercado on-line ainda está em crescimento e, à medida que novas empresas adentram a Internet, fazem-se necessários criadores competentes para atendê-las, não só íntimos das técnicas de produção mas também com uma reflexão conceitual aprofundada do meio e capazes de adaptar rapidamente tais conceitos às sucessivas metamorfoses que varrem a rede. Caberá aos cursos de graduação em design promover este encontro entre teoria e prática, pensamento acadêmico e filosofia de mercado para que seus alunos possam integrar este núcleo de criadores da Web. A figura 13 demonstra o quanto os próprios webdesigners têm se

esforçado em complementar estas lacunas na graduação e desenvolver uma reflexão consciente para o projeto on-line:

3º encontro de web design
criação . produção . mercado

- ▶ **Certificado**
Requisite seu certificado
- ▶ **Fita de vídeo**
O evento em sua casa! Adquirá já!
- ▶ **Sugestões**
O que você achou?
- ▶ **Cadastro**
Cadastre-se e receba novidades
- ▶ **Programa**
- ▶ **Palestras para download**
- ▶ **Imprensa**
O DIA
- ▶ **E-mail**

EXPOSITORES: Design Gráfico / Editora Campus / INFNET / ISM / NSI Training / People / Publish / Rio Books / Thisf / Treifaz / UVA

Realização:
artecom

Patrocínio:
SEBRAE RJ, Prefeitura de Rio de Janeiro, hpG

"O 3º encontro foi nota mil, palestras interessantes e oportunas e um espaço extremamente agradável para estar e conversar com as pessoas. Show de bola! Foi excelente sobre todos os aspectos."
Denise Carmargo, UERJ

"O local, temas das palestras, palestrantes, expositores, **tudo estava excelente!** Já estou ansiosa pelo próximo... :))
Parabéns, novamente."
Marda Gerbassi, FINEP

"Querida Adriana, Ficamos **MUITO** felizes em ter participado do evento. **Extremamente bem organizado, simpático, e muitíssimo divertido.**"
Porto+Martinez, Palestrantes

ver mais

hotel glória
rio 07.novembro.2001

Figura 13 – Os profissionais têm buscado discutir sobre o webdesign em várias frentes, não apenas através de cursos. O Encontro de Web Design, organizado por Adriana Melo e sua empresa, a Artecom, vai ter sua quinta edição este ano e é considerado o maior evento da área, congregando mais de 4500 profissionais. (www.artecom.com.br)

5.3. Reflexividade: o que Mudou

É importante relatar nestas considerações finais as maneiras como este trabalho repercutiu no pesquisador. Este tema surgiu inicialmente como um questionamento de ordem técnica, frente à necessidade de atuar profissionalmente na criação de sites. Entretanto, havia uma relutância de minha parte em iniciar tal prática sem um mínimo de estudo da mídia on-line. Sentia, intuitivamente, que os recursos teóricos e práticos obtidos da graduação não seriam suficientes para este meio tão novo. Por isso reconhecia a importância e até mesmo a urgência de saber mais. A perspectiva de buscar este aperfeiçoamento através de uma pesquisa no contexto do curso de Mestrado ganhou forma e acabou se concretizando. Esta dissertação, portanto, representa muito mais do que conhecimento estático, ela é uma maneira de não apenas tentar resolver um problema teórico, mas adquirir conhecimentos valiosos para uma posterior prática de trabalho consciente de seus potenciais e suas limitações.

No decorrer desta pesquisa, foi reveladora a compreensão do papel da literacia na formação da mentalidade humana, assim como seu reflexo nos avanços proporcionados pela informática. Ao se perceber este momento em que vivemos como mais um destes saltos de abstração para o ser humano, é possível discernir as complexas possibilidades que se descortinam, assim como as novas responsabilidades que as

mesmas acarretam. Esta visão me trouxe um valor renovado ao ato de comunicar através do design para a Internet e a noção de um dever social na facilitação do acesso à rede àqueles menos favorecidos.

As entrevistas com os diversos profissionais foram igualmente enriquecedoras, tanto no que tange ao aprendizado de suas metodologias e técnicas quanto na verificação de que o designer está cada vez mais empenhado em comunicar a informação e assegurar sua correta recepção pelo público. A totalidade das experiências relatadas compôs um grande mosaico da amplitude do design na atualidade dado por aqueles que estão, neste momento, construindo tal panorama.

Foi também muito importante a adequada compreensão do que seja design e a confirmação de sua posição como vertente de expressão artística. Este entendimento representou uma mudança radical em relação ao que eu pensava anteriormente sobre o assunto. Aprender a enxergar o design como categoria artística, isento de estereótipos, representa um fundamental esclarecimento para um exercício mais pleno desta profissão que escolhi.

Estas percepções mesclam-se na certeza da vocação do design (e, portanto, da arte) como elemento crucial para a comunicação e apreensão da realidade que nos cerca. A partir deste novo ambiente gerado pela Internet, o design se firma como um dos grandes responsáveis pela propagação do conhecimento, compreensão do mundo e exercício de cidadania. E sem barreiras artificiais que o separem da arte, ele se revela também como mais uma das diversas formas do ser humano se relacionar plasticamente com o mundo e consigo mesmo.

Referências Bibliográficas

- BARTH, Fredrik. *The analysis of culture in complex societies*. **Ethnos**, v.54, n.3-4, pp.120-142, 1989.
- BENJAMIN, Walter. *A Obra de Arte na Época de suas Técnicas de Reprodução*. In: _____. **Textos Escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1975. pp.5-28 (Os Pensadores, v. XLVIII).
- BLACK, Roger. **Web sites que funcionam**. São Paulo: Quark Editora, 1997. 240p.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Museos, aeropuertos y ventas de garage (las identidades culturales en un tiempo de desterritorialización)*. In: FONSECA, Cláudia. **Fronteiras da cultura: horizonte e territórios da antropologia na América Latina**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 1993. pp. 41-51.
- CANEVACCI, Massimo. **Sincretismos: Uma exploração das hibridações culturais**. São Paulo: Livros Studio Nobel Ltda, 1996. 102p.
- CASSIRER, Ernst. **Ensaio sobre o Homem**. São Paulo: Martins Fontes, 1997. pp.225-278
- DOMINGUES, Diana. (org). **A arte no século XXI**. São Paulo: Fundação Editora da Unesp, 1997. 374p.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1990. 388p.
- FIGUEIRA JÚNIOR, Jaime Garcia. *A Iconografia Kadiweu Atual*. In: VIDAL, Lux (org.) **Grafismo Indígena**. São Paulo: Studio Nobel / EDUSP, 1992. pp.265-277
- FONSECA, Suzana Valladares. **O impacto da informatização no Design Gráfico: novas tendências no processo projetual dos objetos gráficos a partir da introdução do computador**. Orientador: Rejane Spitz. Rio de Janeiro: Depto. De Artes, PUC/RJ, 1996. 101p. Dissertação. (Mestrado em Design)
- FRANCASTEL, Pierre. **A Realidade Figurativa**. São Paulo: Perspectiva, 1993. pp.21-48.
- GANS, H J. **Popular Culture and High Culture**. NY: Basic Books, 1974. 178p.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989. 324p.
_____. **O Saber Local**. Petrópolis: Vozes, 1997. 366p.
- GOODY, Jack.. **The Domestication of the Savage Mind**. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1977. 180p.
- HAVELOCK, Eric. **A Musa Aprende a Escrever**. Lisboa: Gradiva, 1996. 156p.
- HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000. 248p., il.
- JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001. 190p.
- KERCKHOVE, Derrick de. **A Pele da Cultura**. Lisboa: Relógio D'água Editores, 1997. 294p.
- LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. São Paulo: Ed. 34, 1993. 208p.
_____. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 1996. 264p.
_____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999. 160p.

- LIMA, Tânia Andrade. *Cerâmica Indígena Brasileira* In: RIBEIRO, Darcy (ed.), **Suma Etnológica Brasileira**. Petrópolis: Vozes, 1986. pp.173-229.
- LURIA, A. R. **Cognitive Development**. Cambridge: Harvard University Press, 1976. 176p.
- MACHADO, Arlindo. *Hipermídia: o labirinto como metáfora*. In: Domingues, D. (org). *Op.cit.* pp.144-154.
- MARCUS, George. *Identidades passadas, presentes e emergentes: requisitos para etnografias sobre a modernidade no final do século XX ao nível mundial*. **Revista de Antropologia**. São Paulo: USP, nº 34, 1991. pp.197-221.
- MAZZEO, Luzia Maria (coord.). **Evolução da Internet no Brasil e no Mundo**. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia / Assessoria da Secretaria de Política de Informática e Automação, 2000. 80p.
- MOLES, Abraham. **Teoria da Informação e Percepção Estética**. Rio de Janeiro: Biblioteca Tempo Universitário, 1969. pp.184-195
- NIELSEN, Jakob. **Homepage: usabilidade**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2002. 316p.
- ONG, Walter. **The Presence of the Word**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1981. pp.1-110.
- PANOFSKY, Erwin. **Significado nas Artes Visuais**. São Paulo: Perspectiva, 2001. pp.19-46.
- PLAZA, Julio. *As imagens de terceira geração, tecno-poéticas*. In: Parente, André (org). **Imagem-máquina**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993. pp.72-88.
- POISSANT, Louise. *Estas imagens em busca de identidade*. In: Domingues, D (org). *Op. cit.* pp.81-93.
- RADFAHRER, Luli. **Design/Web/design**. São Paulo: Market Press, 1999. 218p.
- SANTAELLA, Lucia. *O Homem e as Máquinas*. In: Domingues, D. (org). *Op. cit.* pp.33-44.
- VELTHEM, Lúcia Hussak van. **A Pele de Tuluperê: uma etnografia dos trançados Wayana**. Belém: Museu Paraense Emílio Goeldi, 1998. 251p., il.
- VIRILIO, Paul. **O Espaço Crítico**. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993. 119p.

Periódicos e Consultas via Internet

- BUSH, Vannevar. *As we may think*. The Atlantic Monthly. v. 176, No. 1; pp. 101-108. Julho, 1945. Disponível na INTERNET via URL: <http://www.theatlantic.com/unbound/flashbks/computer/bushf.htm>. Arquivo consultado em 2002.
- FRITZ, Matthew. *ILLINOIS Amish Country On-Line*. Disponível na INTERNET via [www. url: http://www.illinoisamishcountry.com/about1.htm](http://www.illinoisamishcountry.com/about1.htm). Arquivo consultado em 2000.
- GUEIROS JÚNIOR, Nehemias. *O Futuro Brilhante da TI*. O Globo, Rio de Janeiro, 24 de dez. de 2001, Informática ETC, Caderno 1, p.2.

- KAC, Eduardo, *Interactive Works*. Disponível na INTERNET via [www. url:http://www.ekac.org/interactive.html](http://www.ekac.org/interactive.html). Arquivo consultado em 2000.
- KOZAKA, Hiro. *Por dentro do Universo dos Blogs*. Entrevista a GRAVATÁ, Luiz. O Globo, Rio de Janeiro, 14 de jan. de 2002, Informática ETC, Caderno 1, p.2.
- MACHADO, André. *Artistas da Web “viajam” em laboratórios on-line*. O Globo, Rio de Janeiro, 7 de maio de 2001, Informática ETC, Caderno 1, p.4.
- NIELSEN, Jakob. “*O design minimalista é sempre o melhor.*” Entrevista a MACHADO, André. O Globo, Rio de Janeiro, 11 de mar. de 2002, Informática ETC, Caderno 1, p.4.
- TEIXEIRA, Tiago. *Movimento Brasil é isso aí*. Disponível na INTERNET via [www. url: http://www.tiagoteixeira.com.br/boboalegre/](http://www.tiagoteixeira.com.br/boboalegre/). Arquivo consultado em 2002.
- WILLIAMS, Kitty. *Luddites On-Line*. Disponível na INTERNET via [www. url: http://www.luddites.com/index2.html](http://www.luddites.com/index2.html). Arquivo consultado em 2000.

Glossário

Aplicativo – programa de computador com a função de auxiliar o usuário na realização de determinadas tarefas como escrever um texto ou criar uma imagem.

ASP (*Active Server Pages*) – linguagem desenvolvida pela Microsoft para criação de páginas dinâmicas.

Banda larga – conexão de rede de alta velocidade.

Banner – pequeno anúncio, geralmente em forma de tarja, afixado em páginas da Internet.

Briefing – diretrizes, limitações e outras informações básicas que regem a elaboração de um projeto de design.

Browser (navegador) – aplicativo que permite a leitura de sistemas de hipermídia e a navegação no mesmo.

Byte – um byte é um conjunto 8 *bits* adjacentes. Um *bit* é a menor unidade de informação possível, assumindo os valores de 0 ou 1. Usado para quantificar memória em computadores, assim como tamanho de arquivos.

Carregamento, tempo de (*download*) – fazer uma cópia local (no computador do usuário) da informação que está localizada em uma máquina remota (o servidor onde se encontra a *home page*).

Clip art - ilustração (normalmente obtida em enormes coleções) pronta para ser utilizada em trabalhos gráficos.

Clique, clicar – apertar e soltar o botão do *mouse*, que geralmente ativa um recurso do programa ou página da Internet, como um *link* ou um botão.

Desktop (área de trabalho) - interface gráfica de sistemas operacionais (como a do Windows) que faz um paralelo entre a tela do computador e o tampo de uma escrivaninha.

Domínio - o segmento final de um endereço eletrônico que identifica a rede local, a instituição, ou o provedor de acesso do servidor.

Draft - rascunho

E-commerce (Comércio eletrônico) - comércio realizado a partir de uma página de Web, desde a seleção do produto em catálogo até o pagamento, sem participação de vendedores ou ida à loja.

Explorer, Internet Explorer – *browser* da Microsoft, o mais popular na Internet.

Flash – tecnologia de animação vetorial desenvolvida pela empresa de *softwares* Macromedia e também nome do programa que cria tais animações. Estas têm grande popularidade na Internet devido ao seu tamanho pequeno (em *bytes*), o que gera um rápido carregamento.

GIF animada – tecnologia de animação quadro a quadro usada na Internet. Gera arquivos bem maiores que os em Flash e por isso sofreu uma grande diminuição de uso ultimamente.

Grid (malha ou grade) – um gabarito para divisão do espaço de uma publicação, designando áreas para texto, fotos, tabelas, etc. Utilizado como instrumento para auxiliar a diagramação de impressos.

Home page – página de entrada de um site na Web.

HTML (*HyperText Markup Language*) - código para escrita e formatação de documentos em hipertexto.

Indexar – converter uma imagem para um número limitado de cores. Na Internet é um processo normalmente usado para diminuir o tamanho (em *bytes*) da mesma.

Java – linguagem de programação desenvolvida pela Sun Microsystems. Muito usada na Internet por ser independente de plataforma (funciona em qualquer tipo de computador) e gerar pequenos programas passíveis de inserção em páginas da Web.

Kilobits per Second – unidade de velocidade de transmissão de dados, equivalente a 2^{10} (1.024) *bits* por segundo.

Link – contração de *hyperlink*. Elo de hipertexto conectando documentos ou seções do mesmo documento.

Log - arquivo de registro automático de operações efetuadas num computador. No contexto da Internet, permite que o administrador do site saiba quantos visitantes cada página recebeu, quanto tempo ficaram, qual percurso fizeram, etc.

Mb (Megabyte) – quantidade de memória. Equivale a 2^{20} (1.048.576) *bytes*.

Netscape, Netscape Navigator – o *browser* criado pela Netscape, durante muito tempo o preferido pelos internautas.

“**Nikes**” – referência a logotipos feitos sem nenhum conceito norteador, que muitas vezes se assemelham propositalmente a marcas mais famosas.

Páginas dinâmicas – páginas cujo conteúdo varia com o passar do tempo, normalmente envolvendo acesso a bancos de dados.

Pantone – sistema de reprodução de cores que garante grande fidelidade na produção de peças impressas em gráficas.

Perl (Program Extraction and Report Language) – uma das mais populares linguagens para se escrever programas para uso em servidores de Internet.

Photoshop – programa gráfico produzido pela Adobe e utilizado pela grande maioria dos designers.

Postscript – Linguagem formal para descrição gráfica precisa, geralmente usada para documentos destinados à impressão.

Real Player – tecnologia que permite transmissão de som e vídeo via Web.

Resolução – grau de detalhamento em monitores de computador. É medida em *pixels (picture element)* e escolhida pelo usuário. Quanto maior a resolução da tela do computador, maior a área de uma página que pode ser vista.

Rotogravura - Processo de heliogravura destinado a tiragem em prensa rotativa, e no qual a gravação se faz, quer em placas, depois encurvadas para adaptação aos cilindros, quer diretamente nos próprios cilindros.

RPG (Role Playing Games) – Jogos de interpretação de personagem que, quando jogados em computador, envolvem o jogador na tarefa de descobrir caminhos e explorar regiões desconhecidas.

Safecolors, cores websafe – conjunto de 212 cores comuns aos dois principais *browsers*: o Internet Explorer e o Netscape Navigator.

Samples – exemplos prontos de produtos gerados com o auxílio de determinado aplicativo.

Servidor – computador que provê dados e serviços, compartilhando seus recursos via Internet.

Site, website – conjunto de páginas HTML interconectadas, armazenadas em um servidor e disponibilizadas via Web.

Software – programa ou conjunto de programas de computador.

Tablet – espécie de prancheta eletrônica que transmite o que é “desenhado” sobre ela com um estilete para a tela do computador.

Tag – instrução de HTML. Vem delimitada pelos sinais < e >.

URL (Universal Resource Locator) – o endereço de uma página da Internet.

Xerox PARC (Xerox Palo Alto Research Center) – importante centro de pesquisas em tecnologia fundado pela Xerox. Foi onde surgiram várias tecnologias usadas hoje na informática, como o mouse por exemplo.

Índice Onomástico dos Informantes

Adriana Melo

28 anos. Designer formada pela ESDI em 1995. Sócia da empresa de design Arteccom que presta serviços de design gráfico convencional e webdesign. Organizadora do Encontro de Web Design (que ocorre anualmente desde 2000) e criadora do curso “Web para Designers”.

André Dorigo

28 anos. Formado em Desenho Industrial — Programação Visual em 1997 pela UFRJ. Sócio da empresa “Traços do Ofício” que atua tanto em webdesign quanto design impresso.

André Vallias

Autodidata em design e webdesign, fundador da produtora de web Refazenda. Começou a trabalhar com o computador em 1988, com editoração eletrônica e mais tarde com criação de multimídia para CD-ROM. Em 1996 criou o site de Gilberto Gil, primeiro artista brasileiro de renome a marcar presença on-line.

Antônio Callado

33 anos. Engenheiro formado pelo IME, autodidata em design. Proprietário de uma empresa de animação digital, a AnimaGraph Arte Digital. Começou a realizar projetos de webdesign em 95.

Beatriz Pottier

Formada em Comunicação Social pela PUC, trabalhou durante 17 anos com publicidade e design. Em 1997 concluiu o curso da Parsons School of Design em Nova York e retornou ao Brasil, onde assumiu a função de gerente de criação na empresa Promon-IP.

Carla Niemeyer

Formada em 1994 em Programação Visual pela Faculdade da Cidade. Professora da PUC onde ministra o curso de Marketing para Designers.

Carlos Bahiana

39 anos. Formado pela Faculdade da Cidade com a habilitação em produto, em 1984. É professor no curso de especialização em design de interfaces da Unicarioca.

Daniela Oliveira

26 anos. Concluiu o curso de Desenho Industrial — Programação Visual pela UFRJ em 1999. Depois de experiências em produção gráfica e design gráfico para vídeo, assumiu a função de webdesigner na Promon-IP.

Eduardo Tavares

25 anos. Formado em Desenho Industrial — Programação Visual pela UFRJ em 1998. Sócio do estúdio de design, webdesign e animação Estúdio do Fogo.

Elaine Costa

25 anos. Formada em 2000 no curso de Gravura pela UFRJ, cursa agora Programação Visual na mesma instituição. Completou o curso de Artes Gráficas e Webdesign oferecido pelo SENAI e atua hoje como *free-lancer*.

Érika Weinberg

Formou-se em fevereiro de 2001 pela Universidade Estácio de Sá. Trabalha paralelamente como webdesigner *free-lancer* e dando suporte a equipamentos e programas gráficos.

Fábio Duarte

30 anos. Engenheiro de Computação formado pela PUC em 1998. Envolveu-se em webdesign ainda na graduação de forma autodidata. Atua hoje como consultor de tecnologia da editora Elsevier, especializada em periódicos científicos.

Giorgio Seixas

Depois de cursar 3 anos de Programação Visual na UFRJ, transferiu-se para Comunicação Visual na PUC onde se formou em janeiro de 2000. Sócio da empresa Design Machine fundada em 1995, ainda nos tempos da graduação.

Hiro Kozaka

28 anos. Formado pela ESDI e com pós-graduação em Computação Gráfica e mais tarde em Administração. Foi um dos primeiros contratados pela Globo em 95 para trabalhar com HTML. Hoje é diretor de desenvolvimento do site Ivox.

José Augusto Fialho

Professor da Escola de Belas Artes da UFRJ, onde leciona, entre outras, as disciplinas de Percepção Visual e Teoria da Informação e Comunicação.

Juliana Ferreira

27 anos. Formada em 1998 pela Faculdade da Cidade embora já estagiasse em um estúdio de design desde o segundo grau. Hoje é webdesigner na Promon-IP.

Leo Ehrlich

17 anos. Cursa o segundo grau e faz estágio em uma empresa de webdesign. Planeja fazer o vestibular para ingresso no curso de Programação Visual.

Licia Rubinstein

28 anos. Formada em Desenho Industrial — Programação Visual em março de 1997 pela UFRJ. É sócia da empresa “Traços do Ofício” junto com André Dorigo.

Luciana Berner

29 anos. Formada em 1995 pela UFRJ, em Desenho Industrial — Programação Visual. Sócia da empresa Berner Artes, que presta serviços de design, webdesign e organização de eventos.

Lula Rocha

38 anos. Concluiu o curso de Comunicação Visual na PUC em 1986. É mestre em design pela Central St. Martins College of Art & Design, Londres (1991). Professor de disciplinas de projeto do Departamento de Arte e Design da PUC desde 1989. É proprietário do escritório Rocha Design.

Marcello Rosauro

35 anos. Graduou-se pela Faculdade da Cidade em 1993. Fez o projeto gráfico do primeiro CD-ROM infantil do Brasil e foi um dos primeiros profissionais a trabalhar com webdesign. Criou a revista experimental C-nistro, primeiro fanzine eletrônico brasileiro. É proprietário do estúdio Fé Cega Design.

Martha Werneck

25 anos. Formada em Pintura pela UFRJ. É autodidata em design e webdesign e realiza projetos nestas áreas em paralelo com sua carreira de pintora.

Melissa Monteiro

27 anos. Formada em Comunicação Social pela PUC. Coursou design gráfico básico e cursos de uso de programas na Parsons School of Design em Nova York. Fundadora da empresa V3: Internet.

Michel Lent

Formado em Desenho Industrial pela PUC em 1994. Conheceu o webdesign durante um mestrado em telecomunicação interativa na Universidade de Nova York

Paulo Augusto da Cunha

22 anos. Autodidata em webdesign. Começou sua prática copiando os gráficos dos sites que via na Internet e atua hoje como webdesigner e programador do provedor de conteúdo Infoserra.

Osmarco Valladão

38 anos. Formado em Desenho Industrial — Programação Visual pela UFRJ em 1986. *Free-lancer* atuando tanto em design convencional como webdesign.

Pedro Herzog

27 anos. Concluiu o curso de Desenho Industrial em 1999 na ESDI. É sócio do estúdio Plano B Design, que começou sua existência prestando serviços de webdesign.

Rejane Spitz

Formada pela PUC em Projeto de Produto e Comunicação Visual em 1979. Começou a lecionar na própria PUC Computação Gráfica e mais tarde pesquisas relacionadas à Web.

Rodolfo Capeto

45 anos. Formado em Desenho Industrial em 1980 pela ESDI, onde hoje é professor. Começou a trabalhar com desenvolvimento para a Web através da Rede Nacional de Pesquisa em 1995.

Rodrigo Correa

25 anos. Ainda está cursando Design Gráfico na Universidade Estácio de Sá, embora já atue profissionalmente com design, webdesign, ilustração e animação. Especializou-se em animação em Flash, a mais utilizada na Internet.

Sergio Boiteux

Formado em Projeto de Produto e Programação Visual pela ESDI em 1998. É sócio, junto com Pedro Herzog, do estúdio Plano B Design, aberto há dois anos.

Thomaz Brasil

30 anos. Formado em Desenho Industrial — Programação Visual na UFRJ. É sócio, junto com Luciana Berner, da empresa Berner Artes.

Tiago Teixeira

24 anos. Entrou em Desenho Industrial — Programação Visual na UFRJ em 1996 e ainda está cursando. Apesar disso, já atua no mercado de webdesign desde 1997.

Valéria London

Formada pela ESDI em 1973 e desde então mantém intensa atuação no mercado. É sócia-diretora do escritório Valéria London Design e foi presidente da Associação Latino-Americana de Design.

William Côgo

25 anos. Formado em 1998 em Desenho Industrial — Programação Visual pela UFRJ. Sócio, junto com Eduardo Tavares, do Estúdio do Fogo, onde desenvolve projetos de design, webdesign e animação.

Grupos**Por tempo de formado / exercício da profissão****Doze anos ou mais (antes de 1990)**⁴⁹⁴

André Vallias
 Beatriz Pottier
 Carlos Bahiana
 José Augusto Fialho
 Lula Rocha
 Osmarco Valladão
 Rejane Spitz
 Rodolfo Capeto
 Valéria London

Entre onze e sete anos (de 1990 até 1995)

Adriana Melo
 Antônio Callado
 Carla Niemeyer
 Hiro Kozaka
 Luciana Berner
 Marcello Rosauero
 Michel Lent

Menos de sete anos (após 1995)⁴⁹⁵

André Dorigo
 Daniela Oliveira
 Eduardo Tavares
 Elaine Costa
 Érika Weinberg
 Fábio Duarte
 Giorgio Seixas
 Juliana Ferreira

⁴⁹⁴ 1990 marca a difusão do uso de computadores em design no Brasil.

⁴⁹⁵ 1995 marca o início da Internet comercial no Brasil.

Leo Ehrlich
Licia Rubinstein
Martha Werneck
Melissa Monteiro
Paulo Augusto da Cunha
Pedro Herzog
Rodrigo Correa
Sergio Boiteux
Thomaz Brasil
Tiago Teixeira
William Cogo

Por instituição formadora

Autodidatas

André Valias
Antônio Callado
Fábio Duarte
Léo Ehrlich
Marta Werneck
Paulo Augusto da Cunha

ESDI

Adriana Melo
Hiro Kozaka
Pedro Herzog
Rodolfo Capeto
Sergio Boiteaux
Valéria London

Estácio de Sá

Érika Weinberg
Rodrigo Correa

Faculdade da Cidade

Carla Niemeyer
Carlos Bahiana
Juliana Ferreira
Marcelo Rosauero

PUC

Beatriz (Bitty) Pottier
Giogio Seixas
Lula Rocha
Melissa Monteiro
Michel Lent
Rejane Spitz

UFRJ

André Dorigo
Daniela Oliveira
Eduardo Tavares
Elaine Silva Costa
José Augusto Fialho
Lícia Rubinstein
Luciana Berner
Osmarco Valladão
Thomaz Brasil
Tiago Teixeira
William Côgo

Apêndice 1 — Roteiro das Entrevistas

Dados Pessoais

- Nome (ou anônimo se desejar)
- Endereço
- Telefone
- E-mail
- Estado Civil
- Local e Data de Nascimento
- Carteira de Identidade
- Local e Data da Entrevista
- Renda (em salários): () 00-03 () 04-07 () 08-11 () 12-15 () 16-20 () +21

Formação Acadêmica e Aprendizado Prático

- Como foi o primeiro contato com o design? O que o atraiu pro design?
- Qual sua formação como designer? Quando foi concluída?
- O que achou do curso?
- Descreva resumidamente a metodologia de projeto aprendida no curso.
- Houve algum tópico ou disciplina ligado ao design para a Web?
- Quais cursos suplementares foram úteis na sua formação?
- Costuma buscar aprendizado e referências em livros e revistas?
- Como foi sua experiência em estágios? E em suas outras experiências práticas?

Atuação Profissional

- Atua no mercado há quanto tempo?
- O que do aprendido na faculdade foi relevante pro mercado e o que não foi?
- Como é a valorização do designer gráfico no mercado? Tem havido mudanças?
- Como você sente o mercado para o design gráfico em termos de perspectivas?
- Como você vê a afluência de outros profissionais para o design e webdesign?
- Eles não teriam ocupado um espaço (Internet) a princípio rejeitado pelos designers?
- Acredita que estes profissionais de outras áreas possam ser bons webdesigners?

Design, Comunicação, Arte e Internet

- O que você considera como atribuições da arte em nossa sociedade?
- Design é arte? O designer é um artista?
- Descreva seu processo de criação para a mídia impressa. Sua concepção sempre envolve o esboço em papel?
- Como vê a introdução do computador no design? Mudou o seu trabalho?
- O computador cria “estilos” ou vícios de design?
- O que considera essencial em uma solução de design?
- Como foi o primeiro contato com a Internet? É um usuário freqüente da Internet?

- A Internet pode ser artística? Já chegou a ver isto?
- Um bom designer é também um bom webdesigner?
- Você reconhece um “estilo” da web? O que o determinaria?
- O que considera mais interessante na Rede? E o que é menos?
- Que de interessante vê nas páginas da Internet? Por que interessante?
- O computador e a Internet podem ser vistos como uma nova linguagem e/ou uma nova forma de apreensão da informação e da imagem?
- A Web chega a mudar nosso jeito de pensar? O nosso jeito de ver?
- A Internet pode gerar mudanças em nossa sociedade ou cultura? Quais?

Webdesign

- Que fatores o levaram a fazer webdesign?
- O que um cliente espera normalmente de um site da Internet?
- Você identifica algum perfil predominante nos clientes de webdesign?
- O webdesign é mais valorizado que o design pelo cliente?
- Houve um processo de adaptação para o meio on-line?
- Alguma teoria foi útil? Ou alguém passou orientações práticas?
- Tem dificuldades com as considerações e exigências tecnológicas do meio?
- Já participou de equipes interdisciplinares de webdesign? Funcionou bem?
- Que desafios o webdesign apresenta à metodologias tradicionais de design?
- Algumas pessoas têm dificuldade com o computador. Qual seria o motivo?
- Como o webdesigner pode tornar mais acessível a informação ao usuário?
- Onde começam e terminam as atribuições do designer no projeto de um site? Conceitos como “navegação” e “usabilidade” interessam ao designer?
- Se fosse preciso escolher, o que deveria predominar em um site, estética ou clareza?
- Como você inicia o projeto de um site?
- Em que mudou sua metodologia de criação quando feita para a mídia digital? Quais (se houver) conceitos de projeto para mídia impressa foram deixados? Quais (se houver) conceitos novos tiveram de ser incorporados?
- Quais diferenças (se existem) você sente entre a imagem impressa e a virtual?
- O que acha que melhoraria seu desempenho na criação para web?

Visão do Futuro

- Como será o futuro da Internet?
- O que você gostaria de ver no futuro do webdesign?
- Em sua experiência, quais métodos e teorias permaneceram? (procedimentos recorrentes e que tenham se mostrado proveitosos)
- Acha necessário o surgimento de um curso superior de webdesign?
- O que é necessário ensinar para capacitar alguém a fazer webdesign?