

Web design: reflexões sobre o novo veículo de conhecimento

Emília Dias da Costa

Universidade do Porto

Resumo

A sobrevivência social, cultural e material da espécie humana resulta da acumulação e da utilização do conhecimento. Sendo este um elemento imprescindível à formação da personalidade e ao fortalecimento da unidade do grupo, cedo se desenvolveu no Homem a capacidade de produzir instrumentos que lhe permitiram registar esse conhecimento com o objectivo de o comunicar a outros.

Para tal serviu-se de vários processos, desde a utilização de instrumentos rudimentares como o sílex ou o chopper, passando pelo registo mecânico, até à recente tecnologia digital, de que destacamos, nesta comunicação, as redes de computadores que constituem a internet.

Tal como nos meios que antecederam o digital, e que com ele coexistem, posto que nenhum meio elimina os anteriores, o design desempenha um papel determinante no processo de tornar o conhecimento comum.

A presente comunicação procede a uma reflexão em torno do design e analisa os elementos morfológicos do design e a sua organizam em novos modelos de comunicação.

Pretende-se ainda determinar de que modo o novo suporte de comunicação, a internet, caracterizado pela interactividade, pela tridimensionalidade, pelo movimento, pela sonoplastia, entre outros, proporciona o aparecimento de uma nova forma de expressão do design e de que forma potencia a comunicação visual, determinante do desenvolvimento da sociedade.

O antropólogo Marc Augé (Augé, 2000) definiu a era em que vivemos como a “sobremodernidade”, caracterizada pela:

multiplicação dos espaços – redes que se sobrepõem e geram múltiplos lugares para a comunicação;

sobre-informação – informações contínuas, que se sobrepõem sem cessar (o fenómeno *spam* do correio electrónico é um exemplo) ;

individualização das referências, com o olhar voltado para um utilizador individual, com a sua cultura particular e os seus interesses precisos.

É neste enquadramento que actualmente trabalhamos, a partir do design, para o registo da informação. É pois importante ter a consciência de que o resultado do nosso trabalho se enquadra num espaço constituído por redes, onde convivem com um número sem fim de outras mensagens visuais, cuja leitura e descodificação decorre em variados contextos e nos quais as diferentes referências culturais dos receptores são determinantes.

Apesar deste novo contexto, a relação design-tecnologia mantém-se: por um lado, a prática do design sempre esteve ligada à tecnologia do seu tempo e dependeu dela, por outro, qualquer instrumento, desde o mais primário, supõe uma mudança no pensamento humano e, conseqüentemente, no processo de o representar, ou seja, design e tecnologia incidem um sobre o outro e modificam-se continuamente.

Deste modo, podemos afirmar que o novo meio, gerado pela tecnologia digital, permite, por um lado, a abertura de novas possibilidades à prática do design, por outro lado, introduz novas necessidades na codificação e na organização da informação.

Reflectir sobre a prática do design no novo meio pressupõe caracterizar o suporte digital e analisar a linguagem sobre ele utilizada.

Os novos contextos de comunicação – o meio digital

Os recentes meios de comunicação digital transformaram-se em novos suportes gráficos e intelectuais, como a memória antes da invenção da escrita, as inscrições na pedra, o papiro, o pergaminho, o papel e, mais recentemente, a fotografia e os suportes cinematográficos.

O actual meio digital representa, portanto, a mais recente superfície de registo, cuja análise e compreensão nos resulta, enquanto designers, essencial.

O conhecimento do meio permite a correcta aplicação da linguagem e, em determinados casos, a elaboração de novos modelos de comunicação.

Multimédia é, neste artigo, entendido como o adjectivo que classifica um suporte com determinadas características. A principal consiste no recurso à utilização de vários meios de comunicação - entre os quais o texto, o som, a imagem estática, a imagem em movimento, os gráficos e a animação - constituindo uma apresentação concorrente de

múltiplos meios, em que múltiplas áreas podem ser visualizadas em simultâneo e que estabelece, com o utilizador, determinados graus de interactividade.

Entende-se, portanto, multimédia como o meio de representar a síntese de todos os media que a precederam, que actualmente “estendem o conceito de hipertexto a uma combinação de comunicações para formar um corpo coerente de informação” (Meggs, 1998).

Os meios de comunicação digitais, nomeadamente a internet, distinguiram-se, inicialmente, por privilegiarem a transmissão de conteúdos. A qualidade da informação transmitida avaliava-se através de variáveis como a rapidez em obter a informação e *output's*, a simplicidade do código fonte e a facilidade de operar com o sistema. Orientavam as suas preocupações para o desenvolvimento de estruturas algorítmicas eficientes, em que era visível o predomínio da programação relativamente ao aspecto formal, onde, “no melhor dos casos, a aparência visual era fortuita” (Lynch, 2004).

Na última década, o mercado de *software* para a criação de conteúdos cresceu em capacidade de desempenho e em quantidade, permitindo romper com a rigidez da utilização das aplicações informáticas. Este crescimento provocou a emergência de novos conceitos de desenvolvimento, que tratavam a informação de um modo visualmente dinâmico e dialogante.

Actualmente, os princípios da construção de conteúdos nos novos suportes relacionam-se mais com a simulação e com a interacção com o utilizador do que com as regras da lógica linear, das décadas anteriores.

Das potencialidades que o meio oferece à prática do design, destacam-se três: o movimento, a interactividade, e a tridimensionalidade.

O movimento

Quando nos referimos ao movimento no design gráfico, em suportes estáticos, referimo-nos, a um movimento metafórico, porque, na realidade, nada se move.

No entanto, sempre foram utilizados processos para condicionar a visão, com o objectivo de contrariar o carácter estático das formas.

Percebemos a existência de elementos físicos imóveis, a que acrescentamos propriedades dinâmicas, com base na nossa percepção visual. A experiência que temos

do mundo em movimento ilude-nos, porque, permite-nos associar algum dinamismo a elementos estáticos, com base em formas, texturas, cores e direcções, como a obliquidade, utilizados para a obtenção da tensão dirigida.

Na maioria dos casos, o movimento é obtido através de tensões e de composições ritmadas, em que a direcção é um elemento fundamental da comunicação visual, determinante para a atribuição de uma sensação de movimento a elementos estáticos.

Ao longo de várias décadas, o cinema e a televisão proporcionaram algum mercado ao design gráfico animado. A publicidade, os genéricos e a identidade das estações de televisão constituíram um mercado demasiado pequeno, pelo que a esmagadora maioria dos designers gráficos continuou a dedicar-se à criação de conteúdos estáticos.

As novas tecnologias mais do que inovar, permitiram a democratização de um recurso que, durante um longo período de tempo, foi acessível apenas a uns poucos profissionais. A web democratizou o acesso a determinadas ferramentas, demonstrando que “nenhum outro meio foi tão barato e chegou tão longe” (Lynch, 2004).

Assim, a evolução histórica da leitura de formas bidimensionais fixas e dispostas em linha horizontal sofreu profundas alterações. O tipo de letra, por exemplo, já não se restringe aos elementos de impressão bidimensional, como a fonte, o tamanho, o entrelinhamento ou o espacejamento entre caracteres. As novas formas de escrita estão a ser alvo de profundas alterações, em consequência do impacto das tecnologias emergentes. Alguns exemplos encontram-se nas características cinéticas, antropomórficas e comportamentais que os novos suportes permitem atribuir às formas. A animação tradicional recriou frequentemente movimentos do mundo natural, que atribuiu a criaturas ou a objectos por vezes fictícios. O legado dos desenhos animados pode ser observado em muitas páginas *web*.

A animação na internet apresenta, porém, novos desafios como, por exemplo, o dos estados de um botão *rollover* ou o do desenho de um menu animado, as *scroll bars*, os menus *popup* ou *pulldown*, e *drag and drop*, desafios estes que diferem dos que foram enfrentados pela animação tradicional e que abrem caminho a soluções inovadoras.

A tridimensionalidade

A visualização 3D é uma das áreas da computação gráfica que tem por objectivo reproduzir automaticamente a forma como os utilizadores observam o mundo.

Ao longo de grande parte do seu percurso histórico, a prática do design gráfico foi contemplada apenas com duas dimensões: altura e largura. A terceira dimensão era apenas abordada com o objectivo de dotar as formas visuais de algum relevo.

Os novos meios de comunicação, sobretudo os que operam com as tecnologias de VRML e X3D, permitem a visualização a partir de qualquer ponto do espaço. Já não se trata apenas de poder ver, por exemplo, as três faces de um objecto gráfico, mas de visualizá-lo na sua totalidade, integrado no espaço que o rodeia, e, ainda, de poder observar esse espaço a partir do próprio objecto.

Tal como o movimento, a tridimensionalidade já tinha sido explorada em suportes dinâmicos, mas, do mesmo modo, a sua prática era restrita.

Assim sendo, a grande ferramenta inovadora que o multimédia disponibiliza é a interactividade e a sua articulação com a modelação tridimensional e com o movimento.

A interactividade

O conceito de interactividade, que surge como uma das principais características do multimédia, não é de todo recente. Desde sempre, o homem despoletou acções com o objectivo de obter uma resposta de outros indivíduos ou do meio.

Os sinais de fumo, o toque do sino da igreja, entre outros, funcionavam já como modelos de interacção. Os princípios de socialização foram elementos que determinaram sistemas e modelos interactivos. Reconhecida como um processo crucial ao nível do comportamento humano, o conceito de interactividade migrou para a área do multimédia e pretende estabelecer o modo como o utilizador se relaciona com a informação representada no ecrã do computador.

Podemos, portanto, observar o multimédia como um meio integrador de várias potencialidades que até então eram exploradas isoladamente.

Deste modo, o utilizador pode observar elementos visuais tridimensionais e dinâmicos, projectados no ecrã do computador e através de processos interactivos, é-lhe permitido seleccionar e editar as características destes elementos e alterar alguns parâmetros tais

como a posição ou o ângulo de visão do observador, configurando, assim, um processo de navegação não linear e participativa.

Assim, podemos concluir que o multimédia se apresenta como um meio inovador, relativamente a suportes anteriores, exigindo, por isso, um domínio muito particular.

O design nos novos contextos de comunicação

Quando nos referimos aos novos meios, falamos, forçosamente, na existência de uma superfície que serve de base a uma linguagem.

A aplicação da linguagem sobre uma superfície faz desta uma interface, objecto da prática do design, que recorre à utilização de códigos com o objectivo de “controlar, comunicar e receber feedback” (Cotton, 2000).

Por serem a matéria do design, torna-se pertinente identificar e compreender os códigos com os quais o design opera nos novos contextos de comunicação.

Os elementos morfológicos do design de comunicação visual constituem-se como objectos de linguagem verbal, como a tipografia, e como objectos de linguagem não verbal, como as imagens fotográficas, o grafismo, ou cor, podendo coexistir ambas as linguagens.

Os códigos linguísticos com que operamos no novo meio, são três. Assim, identificam-se:

os códigos visuais: a escrita alfabética (alfabeto e tipografia), a escrita não alfabética (pictogramas, esquemas), e a imagem fixa (ilustração, fotografia);

os códigos sequenciais: imagem em movimento e hipertextualidade;

os códigos sonoros: os sons, ainda que não relacionados directamente com a comunicação visual, mas imprescindíveis no novo meio.

Mas o design de comunicação multimédia não se limita à determinação do aspecto dos conteúdos através dos códigos referidos. Contempla, também, a ergonomia das relações de controlo que o utilizador estabelece com o programa e o processo através do qual se relaciona com a informação disponibilizada.

Colocam-se problemas como organização de painéis de navegação, acesso aos conteúdos, estruturação da informação, identidade visual do espaço.

Deste modo, apontam-se três grandes áreas do design de comunicação visual que podemos encontrar em qualquer projecto de design de comunicação multimédia: a sinalética, o design editorial e a identidade visual. Da área da sinalética interessa-nos a evolução de projectos de sinalização em espaços transitáveis; do design editorial, o desenvolvimento de estruturas gráficas que suportem a informação e da identidade visual, a capacidade de dotar um espaço de características visuais que permitam a sua identificação, a sua memorização e o seu reconhecimento.



Figura 1: Sinalética



Figura 2: Sinalética em suporte multimédia.

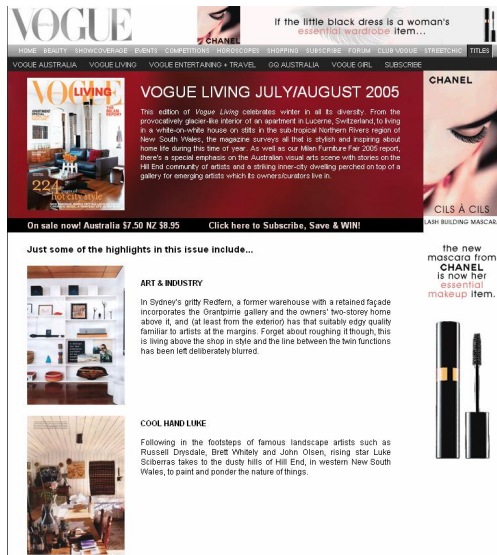


Figura 3: Interface.



Figura 4: Design editorial

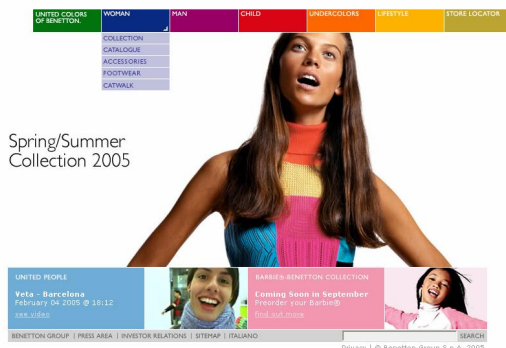


Figura 5: Interface



Figura 6: Identidade visual

O resultado de um projecto de design multimédia resulta num produto com uma elevada componente tecnológica, visualmente eficaz e capaz de ser compreendido e manejável pelo utilizador.

Assim, podemos concluir que a principal inovação do meio digital encontra-se na sua transdisciplinaridade, isto é, no envolvimento de diferentes áreas do saber para a resolução de problemas específicos. Como áreas do saber destacam-se a comunicação visual, a usabilidade e a programação.

Considerações finais

Podemos afirmar que o homem sempre comunicou através de signos gráficos, com características particulares dentro da linguagem visual.

Essa comunicação desenvolveu-se sobre variados suportes com características diversas. Desde cedo, as características dos suportes e o seu domínio demonstraram ser factores determinantes para a expansão dos signos visuais e para a sua generalização enquanto mensagem. As primeiras mensagens visuais são uma consequência das características dos primeiros suportes e materiais de registo. Foram executadas através do recurso a instrumentos rudimentares, de que se possuía um domínio relativo. Este facto explica, de certo modo, a esquematização e a simplicidade dos primeiros signos gráficos.

Se por um lado o meio condicionou a mensagem, por outro, exerceu uma influência determinante sobre os códigos linguísticos aos quais recorre a prática do design. Podemos mesmo apontar situações de códigos linguístico que se desenvolveram como consequência das características do meio, por exemplo, a sequência animada.

Actualmente, a representação da informação gráfica já não se encontra dependente de um espaço bidimensional e único. Agora, a informação gráfica sucede-se a quatro dimensões, formando uma sequência, ela própria portadora de significado que reage ao utilizador.

Da observação e análise de exemplos, verificamos que o design de comunicação multimédia não é uma criação isolada. Fundamenta-se numa extensa herança de manifestações gráficas e de soluções formais, que, longe de se perderem no tempo, são alvo de um processo de reutilização e de reaproveitamento, dando origem a expressões gráficas com características distintas. Os elementos visuais dinâmicos e interactivos são uma consequência da interpretação e da concretização de signos anteriores, que servirão, por sua vez de elo, para a criação futura de novas formas de expressão.

Assim, podemos afirmar que a prática do “web design” se encontra para além do domínio de aplicações de autoria, ao alcance de algumas horas de formação em determinadas ferramentas digitais e do manuseamento de texto e de imagem.

Centra-se num profundo domínio quer dos códigos linguísticos utilizados, quer de áreas específicas do design, bem como no conhecimento de um meio que proporciona um suporte de características inovadoras.

Importa, portanto, conceber e implementar objectos de comunicação tendo sempre presente o conjunto de possibilidades que esse meio permite. Do mesmo modo que o jornal e o fax levaram o designer a pensar em a preto e branco, por forma a tornarem a leitura mais eficaz, e que o cinema e a televisão abriram a possibilidade de pensar os signos visuais a 4 dimensões, também as características das interfaces digitais permitem explorar os referidos signos numa perspectiva inovadora, sobretudo no que respeita a utilização da interactividade, da modelação 3D e da realidade virtual.

O design de comunicação multimédia desenvolve-se num suporte, dinâmico, em permanente mutação, que possibilita múltiplas articulações. Rompe com os seculares modelos de leitura fixa e linear e explora a ambiguidade, a multiplicidade, o descontínuo e as leituras alternativas da mensagem.

Ser consciente deste potencial e possuir um profundo conhecimento em áreas do design imprescindíveis à concretização de interfaces gráficas permitirá o desenvolvimento de um novo paradigma de comunicação visual.

Bibliografia consultada

Augé, Marc, *Los no lugares*, Barcelona, Gedisa, 2000

Costa, Joan, *Imagem Global, Ediciones*, Barcelona, CEAC, 1989.

Cotton, Bob e Oliver, Richard, *Understanding Hipermedia 2.0*, Londres, Phaidon, 2000.

Lynch, Patrick e Horton, Sarah, *Manual de Estilo Web*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2004

Meggs, Philip, *A history of Graphic Design*, Nova Yorque, John Wiley & Sons, 1998

Sexe, Néstor, *Diseño.com*, Barcelona, Paidós, 2001.

Woolman, Matt e Bellantoni, Jeff, *Type in Motion - Innovations in Digital Graphics*, Londres, Thames & Hudson, 2000.

Woolman, Matt e Bellantoni, Jeff, Websights, *The Future of Business and Design on the Internet*, Nova Yorque, RC Publications, Inc, 2000.