

A CRÍTICA GENÉTICA E O PROCESSO DE CRIAÇÃO PARA A INTERNET

João Vicente Cegato Bertomeu

Professor do IMES.
Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP.

RESUMO

O artigo aborda alguns conceitos que envolvem o processo de criação na internet por meio da crítica genética, tais como: interatividade, interfaces gráficas, design e navegação. Assim, leva à reflexão da importância do papel do design aplicado à construção de interfaces gráficas voltadas para essa nova mídia chamada internet.

Palavras-chave: criatividade, design, internet.

ABSTRACT

This article leads to the comprehension about the creative process in internet genetic criticism: interactivity, graphics interfaces, design and web navigation. Discussing the role of the design applied to the construction of the graphic interfaces regarding this new media is the most important goal of this text.

Keywords: creativity, design, internet.

BREVE HISTÓRICO DA INTERNET

A internet surgiu nos Estados Unidos na década de 1960, com o objetivo de estimular o desenvolvimento da tecnologia espacial; anos depois evoluiu para o desenvolvimento de redes de computadores e tecnologia de comunicação.

Hoje é a rede mundial de computadores, onde milhares de pessoas conectadas, simultaneamente, em diversos pontos do mundo, acessam informações em diferentes sites; essas informações são geradas, o tempo todo, por outros milhares de indivíduos em seus computadores, cada um com autonomia para originar, passar e receber mensagens ou informações (Leão, 1999, p. 22). Todos esses dados são lançados na rede em diferentes blocos de informações interconectados, de modo multidirecional, o que possibilita ao usuário da rede efetuar percursos diferentes de navegação, na ordem que desejar, de forma totalmente imprevisível. Assim, são milhões de possibilidades e vários fatores que podem interferir no caminho percorrido pelo usuário.

A WWW (World Wide Web) nasceu em 1991 e consiste em milhões e milhões de páginas individuais, chamadas interfaces gráficas, que permitem o acesso a dados diversos como: sons, imagens, textos, filmes, animações etc. (Leão, 1999, p. 23). Quando várias páginas são criadas de modo unificado, a partir do mesmo objetivo, recebem o nome de web site, e cada web site possui uma página de abertura chamada home page. O papel da home page é orientar o usuário, que vai encontrar os menus e links às demais páginas do site.

A internet revolucionou o modo de vida das pessoas em todo o mundo. Hoje, quem faz uso de computadores precisa estar conectado para poder manter-se

atualizado. A tradicional forma de comunicação via telefone, em muitos casos, cedeu lugar à comunicação via e-mail, pois seu custo é extremamente reduzido, sobretudo no que diz respeito a ligações internacionais. A nova mídia aproximou o mundo e tornou-se uma ferramenta no processo da globalização. Neste sentido, Bairon cita:

“Quando em 1954 McLuhan propunha a concepção de aldeia global, pouquíssimas pessoas entendiam do que ele estava falando. Naquela época, McLuhan imaginava uma dimensão de comunicação que transformasse o planeta inteiro numa pequena aldeia. É nesse caminho que identificamos hoje a principal transformação do mundo e, mundo, aqui, não é metáfora, possibilitada pela informática: a Netrópolis, ou seja, a cidade-rede. A melhor representação atualmente desta nova pólis é a Internet que, nesta segunda metade dos anos 90, já contém 20 mil redes em 140 países; daí a revista inglesa *New Scientist* ter chamado de Netrópolis a nova comunidade global de comunicação.” (1995, p. 53)

A rede influenciou o homem tanto profissional, como em sua vida pessoal, pela praticidade, comodidade e agilidade que oferece. O indivíduo moderno sofreu e sofre ainda transformações em seu modo de ver e relacionar-se social e culturalmente. E a internet não só vem modificando hábitos e comportamentos do ser humano, mas também os de empresas que percebem na nova mídia uma oportunidade de distintos negócios.

A respeito do crescimento da rede mundial, Lévy comenta em sua obra *Cibercultura*:

“O crescimento do ciberespaço resulta de um movimen-

to internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem... Estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas, deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano.” (1999, p. 11)

A internet engloba recursos de hipertexto e de multimídia, sendo o hipertexto um tipo de documento digital não-linear, que permite ligações cruzadas entre diversas partes de um mesmo documento ou por intermédio de documentos diferentes. Essas ligações são feitas pelos links. A hipermídia é a incorporação de informações diversas como sons, textos, imagens, vídeos etc., em uma mesma tecnologia – o computador. Assim, Sampaio descreve a hipermídia da seguinte forma:

“A linguagem da hipermídia pode ser apresentada a partir das seguintes características: multiplicidade, diversidade, reticularidade, circularidade e dispersão. Os documentos de processo dessa linguagem, que pode ser vivenciada nos cd-roms e a internet, acompanham essas mesmas características.” (2002, p. 49)

O funcionamento da hipermídia na internet ocorre da seguinte forma: cada endereço pode ser compreendido como um nó – links – na rede e estes links podem ser tanto para outras páginas do mesmo site, como também para outro site qualquer que esteja conectado. Assim, o que distingue a hipermídia da mídia convencional é a possibilidade de estabelecer conexões entre diversas mídias e entre diferentes documentos ou links de uma rede.

Nesse sentido, Bairon fala sobre o surgimento da multimídia, em que notamos a relação com a internet:

“(...) a multimídia, inclusive, em função de seu funcionamento digital, já nasce, ao contrário dos mecanismos analógicos (fotografia, cinema, TV), híbrida em linguagens tecnológicas. Tudo pode ser transformado ou mesclado em tudo. Daí justamente seu potencial multimidiático em comunicação. McLuhan apontava ser a hibridação dos agentes de comunicação uma oportunidade favorável à observação das propriedades estruturais de cada agente. Nunca a interação dos meios de comunicação deveu tanto à tecnologia quanto neste final de século, assim como nunca as novas tecnologias da comunicação provocaram tantos novos caminhos teóricos da comunicação. Ora, e é justamente a interação dos meios, somada ao mesmo fenômeno no sentido inter-humano, que irá romper com a estrutura unidirecional de interpretação dos meios como potencialidades de dominação e utilitarismo da linguagem.” (1995, p. 75)

Trata-se do pensamento não-linear e multifacetado, em que o usuário é ativo e estabelece relações entre os diversos caminhos. As ligações feitas por intermédio de links criam uma estrutura dinâmica e aberta, um sistema tridimensional.

INTERATIVIDADE E INTERFACES GRÁFICAS

Quando falamos em internet e todas essas possibilidades de acessar textos, ouvir músicas, assistir a vídeos, fazer downloads de arquivos, mandar e-mails, conversar com outras pessoas por meio de chats, logo pensamos na rede como a mais interativa das mídias.

Mas o conceito de interatividade é antigo. Partindo do pressuposto de que toda obra tem seu potencial de interação, quando lemos um jornal, uma revista ou um livro, estamos interagindo com os textos. A leitura é uma forma de interação, os textos estão enviando mensagens e estamos absorvendo, refletindo e, na maioria das vezes, mudando nossas vidas. Isso também acontece quando ouvimos música ou construímos algo novo.

A internet tem a capacidade de reunir muitas formas de interação, é uma hipermídia que está em constante mutação. Os sites disponíveis na rede podem ser – e na maioria são – modificados a todo instante, tornando a internet bastante dinâmica.

Podemos dizer que a hipermídia só se torna obra interativa em seu mais alto grau quando o usuário participa, manipulando-a, tornando-se co-autor, construindo, como um agente ativo, um labirinto pessoal e único. Quando o usuário faz compras pela internet, ele transforma e manipula, ele solicita o produto que será baixado do estoque da loja e, ao mesmo tempo, informa a seu cartão de crédito ou conta bancária um novo débito, ele alterou uma estrutura de conteúdo. Quando o usuário faz pagamentos de contas por meio de um site de banco, ele está interagindo com sua conta corrente – com o site do banco. Quando o usuário envia uma mensagem para outra pessoa, ele está modificando a interface da caixa de mensagens do receptor. Dessa forma, o usuário passa a fazer parte de um processo que está sempre em movimento.

A interatividade é caracterizada como a arte da participação, é o receptor assumindo o papel de autor em uma obra aberta, em uma obra em estado de possibilidade. Justamente no espaço virtual (ciberespaço), podemos visualizar,

por meio da tela do computador, as marcas da ação do usuário ora receptor, ora destinatário.

NAVEGAÇÃO

Na internet, encontramos uma infinidade de sites destinados aos mais variados públicos, oferecendo desde produtos e serviços até entretenimento e informação. Com a evolução rápida dessa mídia, muitos se preocuparam em desenvolver seu site e colocá-lo no ar para não ficar de fora. A esse imediatismo, junta-se a falta de capacitação profissional: muitos sites foram desenvolvidos, em nível de conteúdo, de forma confusa ou genérica demais; e em termos tecnológicos, com endereços e links confusos, com informações irrelevantes que precisam de downloads, lentos em muitos casos.

Há vários sites que seguem a mesma estrutura independente de seus conteúdos. É importante pensar que o site precisa agregar valor ao usuário; pois hoje a maioria das pessoas não navega mais na rede, apenas visita alguns sites fixos, e faz uso de e-mail, chats e ICQ. O profissional dessa área deve se preocupar com o usuário compreender suas necessidades.

Leão (1999), em *Labirinto da hipermídia*, associa a arquitetura do ciberespaço com a do Oriente. Nesse sentido, ela coloca a necessidade de construir um projeto bem organizado e o espaço ser concebido como algo mútavel e flexível.

É importante ressaltar que pensar a estrutura de navegação implica entender algumas questões tecnológicas, porém, neste estudo, especificamente, abordamos a navegação por meio da interface gráfica, em seus aspectos estéticos e comunicacionais.

Um elemento importante no processo de criação de web site é a utilização da linguagem visual. Os sinais que são, diariamente, incorporados aos conhecimentos

humanos são de grande valia nesse processo que exige rapidez e clareza no ato de transmitir informações ao usuário. Para auxiliar no processo de construção do projeto gráfico e da navegação, o webdesigner deve possuir conhecimentos relacionados à comunicação visual. Nesse aspecto, Munari refere-se:

“A comunicação visual é assim, em certos casos, um meio insubstituível de passar informações de um emissor a um receptor, mas as condições fundamentais do seu funcionamento são a exatidão das informações, a objetividade dos sinais, a codificação unitária e a ausência de falsas interpretações. Só será possível atingir essas condições se ambas as partes entre as quais ocorre e comunicação tiverem conhecimento instrumental do fenômeno.” (1997, p. 56)

No desenvolvimento da arquitetura da informação, uma das primeiras etapas, após analisar os dados do *briefing*, é pensar na página de abertura do site – a home page. Ela deve mostrar ao usuário como navegar pelo site e quais assuntos, produtos ou serviços ele encontrará. Desse modo, é importante que a home page destaque-se das demais páginas do site, isso não significa um design totalmente diferente das outras páginas, apenas que algumas informações merecem um destaque maior, como a logomarca da empresa e os objetivos do site.

DEFINIÇÕES DE TERMOS DO AMBIENTE DA REDE – INTERNET

Para que haja maior compreensão deste estudo e do funcionamento da rede mundial, algumas definições dos termos utilizados e que fazem parte do ciberespaço são necessárias:

“**Home page** (int) 1. Página de abertura de um website, que pode ser acessada pelo endereço eletrônico do site onde está localizada. 2. P. ext., impropriamente, esta expressão também é empregada para designar o site completo. 3. Tela de entrada para os documentos integrantes de um sistema de hipertexto ou hipermídia (por meio de CD-ROM, internet, intranet, etc.), contendo botões de navegação (links internos) que remetem o usuário aos itens de seu interesse. 4. Página inicial de um browser (navegador) da web, mostrada na tela quando o usuário inicia o programa de navegação ou quando ele clica sobre o botão home. Usa-se também homepage (formando uma só palavra).” (Barbosa e Rabaça, 2001, p. 369).

“**Interatividade** (co) Qualidade do que é interativo. Não há processo de comunicação sem interatividade, conforme a comunicação pressupõe participação, interação e troca de mensagens. (inf) 1. Característica (de um sistema, equipamento, programa, etc.) de funcionar em interação com o usuário, ou seja, com a participação deste a cada etapa, por meio de comandos diante do repertório de opções disponíveis. 2. Característica do processo de comunicação em que o usuário recebe resposta imediata a um comando feito no computador.” (ibid, p. 393).

“**Navegar** (int) Percorrer o ciberespaço, pela internet, acessando diversos sites. Diz-se também surfar.” (ibid, p. 506).

“**Site** – 1. Local do ciberespaço, formado por um conjunto de páginas da web, onde o usuário, ao navegar pela internet, encontra as informações de seu interesse. Forma básica de organização de informações na internet. Página ou conjunto de páginas, criadas em linguagem de hipertexto (HTML). Cada site é localizado por um determinado endereço eletrônico,

que pode ser genérico para um conjunto de páginas ou específico de cada página ou seção. Diz-se também sítio (que tem a mesma origem da palavra inglesa *site*, do latim *situs*, lugar, posição) e website. 2. Termo genérico que designa uma área de informações na internet. Pode ser um único servidor ou um conjunto mais abrangente deles. Na linguagem de programação WML (wireless markup language), diz-se deck. V. home page, portal e catálogo eletrônico.” (ibid, p. 682).

“**Site** – em inglês quer dizer “sítio, lugar”. Um website ou um site internet pode ser definido como o “lugar” ou o “endereço” de uma pessoa ou empresa na WWW. Na realidade, um site é apenas o espaço no disco rígido de um computador ligado à internet. O conteúdo de um website só pode ser alterado por um grupo restrito de pessoas autorizadas, mas qualquer pessoa pode vê-lo. Ele funciona ao contrário das caixas postais de e-mail, para que qualquer um possa mandar conteúdo, mas só aquelas autorizadas podem vê-lo. Dizemos que um site está “no ar” quando ele pode ser acessado por outros computadores via internet.” (Radfahrer, s/d, p. 67).

“**Web Design** – (Ingl.) Área especializada pelas atividades em design, responsável pelo planejamento e projeto de websites, entre outros problemas para a World Wide Web. Sua competência diz respeito à definição de padrões visuais para interfaces e de estrutura de navegação própria a essa natureza de problema.” (Glossário..., 1998, p. 109).

“**WWW** – World Wide Web – 1. Em inglês, literalmente, teia de alcance mundial. Sistema de troca de informações na internet, em que os dados, organizados em forma de hipertexto, criam ligações (links) entre si, permitindo acesso entre os diversos centros

de informações e remetendo-os uns aos outros. A partir de seus recursos de hipermídia, incorporando imagens gráficas, animações, vídeo e som, a web consagrou-se como sistema ideal para circulação de informações em grande escala entre os usuários da internet. Embora seja confundida por muitas pessoas como sinônimo de internet, a expressão world wide web designa um conjunto de conceitos e regras que gerem a troca de dados na rede mundial; enquanto a internet é a rede propriamente dita. A world wide web é uma das formas de utilização da rede, assim como e-mail (correio eletrônico), o FTP (File Transfer Protocol) ou outros menos conhecidos atualmente. 2. Conjunto de usuários, computadores, hardware e software que utilizam o protocolo HTTP, para troca de informações pela internet. Usa-se com mais frequência a forma abreviada web ou a sigla www. É menos frequente a abrev. W3. Diz-se também rede global de computadores, grande rede, superestrada da informação e outras expressões do gênero.” (Barbosa e Rabaça, 2001, p. 770).

CRÍTICA GENÉTICA E OS NOVOS MEIOS

Podemos definir crítica genética como a investigação que vê a obra de arte baseada em sua construção. Acompanhando seu planejamento, execução e desenvolvimento, o crítico genético preocupa-se com a melhor compreensão do processo de criação. Para a crítica genética, é importante “indagar de uma maneira mais ampla os modos como ocorrem a produção de romances, filmes, programas de televisão, esculturas, vídeos e peças publicitárias” (Salles, 2000, p. 24). O crítico genético é um pesquisador que comenta a história da produção de obras de natureza artística, seguindo as pegadas dei-

xadas pelos criadores. Narrando a gênese da obra, ele pretende tornar o movimento legível e revelar algumas características responsáveis pela sua criação. Essa crítica procura reconstituir a gênese da obra com o material que possui, e descrever os mecanismos que sustentam essa produção.

O foco de atenção da crítica genética é, portanto, o processo por meio do qual algo que não existia passa a existir, pautado em algumas características que alguém lhe oferece. Uma obra surge ao longo de um processo complexo de apropriações, transformações e ajustes. A crítica genética entra na complexidade desse processo, mas a principal questão que impulsiona esse estudo é a organização desse movimento. Não seria a interpretação da obra considerada final pelo criador, mas do processo responsável pela produção da obra. Ressaltamos que só nos interessa estudar o processo de criação porque essa obra existe.

A crítica genética utiliza-se do percurso da criação para desmontá-lo e, em seguida, colocá-lo em ação novamente. Quando nos referimos a percurso, falamos sobre os rastros deixados pelo criador. O interesse dos estudos genéticos é o movimento criativo: o ir e vir da mão do criador. Assim, o crítico passa a conviver com o ambiente do fazer, cuja natureza o criador sempre conheceu.

No início de sua história, os estudos eram realizados com base na análise de rascunhos de escritores. Salles narra o nascimento da crítica genética:

“O início dos estudos é localizado na França em 1968, quando por iniciativa de Louis Hay, o Centre National de Recherche Scientifique (CNRS) criou uma pequena equipe de pesquisadores, germanistas ou de origem alemã, encarregados de organizar os manuscri-

tos do poeta alemão Heinrich Heine, que tinham acabado de chegar à Bibliothèque Nationale de France (BNF).” (2000, p. 9)

No Brasil, a crítica genética chegou, de modo oficial, pelas mãos do Professor Philippe Willemart no *I Colóquio de Crítica Textual: o manuscrito moderno e as edições* em 1985, na Universidade de São Paulo (Salles, 2000, p. 10).

No campo da crítica genética, o manuscrito literário foi o primeiro objeto de pesquisa. No entanto, o estudo de documentos de toda e qualquer manifestação artística foi tornando-se possível. Desse modo, o *Centro de Estudos de Crítica Genética* da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo expandiu os limites dos estudos de crítica genética e, hoje, encontramos pesquisadores investigando documentos de processos de arquitetura, artes plásticas, teatro, dança, jornalismo, cinema, propaganda e os novos meios digitais. Nesse sentido, os estudos desenvolvidos em torno de processos de criação nos últimos anos vêm ampliando-se e abrangendo diversas áreas como literatura, artes plásticas, dança, teatro, propaganda, TV e cinema.

No processo de criação para internet, acreditamos que ainda haja muito o que pesquisar, e várias questões em aberto. Dentro desse universo, podemos levantar a seguinte questão: como se dá o processo de criação para internet?

CRÍTICA GENÉTICA E O PROCESSO DE CRIAÇÃO PARA WEB

Ao abordarmos a perspectiva da crítica genética, utilizamos os registros que o criador faz ao longo do percurso de construção de sua obra. Estamos, assim, constatando que o ato criador é resultado de um processo. Ao nos depararmos com os documentos

empregados para esses estudos – rascunhos, esboços e anotações – estamos diante de um objeto em construção, em movimento. A obra, então, vai se formando, transformando-se, e surge como resultado de um processo que envolve uma rede complexa de acontecimentos (Salles, 2000).

A obra do criador está vinculada aos documentos que abrangem sua produção e os rastros por ele deixados. Nesses estudos, os documentos são índices, movimentos do criador que resultam na obra. Em *Comunicação em Processo*, Salles cita:

“Os documentos de processo são, portanto, registros materiais do processo – retratos temporais de uma gênese que age como índices do percurso...”

Documentos desempenham dois grandes papéis ao longo do processo criador: armazenamento e experimentação. (1998, p. 17)

A obra é resultado de um trabalho investigativo do criador encontrado nos registros. O criador faz seleções e opções que, por sua vez, se concretizam em novas formas. Nesse sentido, Salles afirma:

“O estudo destes documentos dos processos de criação, isto é, da materialidade dos índices destes processos foge à mitificação da criação, pois se sustenta na constatação de que a obra de arte surge como resultado do trabalho do criador. No entanto, é importante ressaltar que os estudos genéticos vêm nos mostrando que todo o seu percurso de trabalho é executado em meio ao diálogo entre o sensível e o intelectual.” (1998, p. 59)

Estamos estudando o processo de produção do website como um processo sógnico em termos peircianos. A definição de signo nos auxilia na análise do movimento que os documentos dos pro-

cessos mostram e da rede de linguagens que revelam. O signo é uma representação; nunca temos acesso direto à realidade, este é sempre resultado da mediação pela qual o signo é responsável. A semiótica de Charles S. Peirce possui um instrumental teórico abrangente para se lidar com signos de natureza diversa que descrevem um determinado modo de ação e por meio dessa teoria podemos olhar o processo criativo, como um processo sógnico ou uma semiose. Nesse sentido, Salles refere-se:

“Com base na semiótica de Charles Sanders Peirce, entendemos a criação como um processo que leva à geração de um signo. O signo só se completa ao ser interpretado e este papel é desempenhado pelo interpretante que é uma função em uma relação lógica mas, ele mesmo ocupa a função de signo para outra relação, na qual existe outro interpretante. Por outro lado, se a função de interpretação não for necessariamente humana, ao lidarmos com a criação, estamos “discutindo uma manifestação da ação da mente que é, especificamente, humana.” (2000, p. 159)

O ato criador é um processo de construção de uma representação, baseado em determinadas características que o criador vai oferecendo-lhe ao longo do percurso, de acordo com certos princípios direcionadores de natureza estética e ética – seu projeto poético. Nesse processo, o ato criador também se apresenta como um processo inferencial. Quando dá forma a um novo sistema a partir de um modo de ação, esta não ocorre isolada, mas está relacionada a outras ações tão importantes quanto aquela que a gerou. Essa representação em construção é, permanentemente, vivenciada e julgada pelo criador.

No gesto criador, podemos perceber o movimento de regressão e a progressão, que se apresentam como um movimento com tendência, procurando direcionar, mesmo que de modo vago, o processo de construção da obra. Nesse sentido, Cecília Salles menciona:

“A semiose é descrita como um movimento falível com tendência vaga, sustentado pela lógica da incerteza, englobando a intervenção do acaso e abrindo espaço para o mecanismo de raciocínio responsável pela introdução de idéias novas. Um processo onde a regressão e a progressão são infinitas.” (1998, p. 29)

A crítica genética, procurando expandir os estudos sobre diferentes processos de criação, passa a discutir como esses distintos objetos da comunicação constroem-se e revelam suas singularidades.

Nessa análise a organização do material é importante, como: selecionar, decifrar, transcrever, ordenar e classificar os documentos que envolvem tais processos, pois o objetivo do estudo não é o produto final, mas compreender o caminho que o criador percorreu, como o acaso interferiu no processo, quais e quantos esboços foram traçados, e procurar entender por que o criador optou por essa ou aquela direção. Assim, é importante citar que, para a análise dos documentos, é preciso trabalhar com o pensamento não-linear, com o movimento de ir e vir que os próprios documentos apresentam.

Devemos considerar também a interferência do acaso no processo de criação, que exerce um acentuado papel. O movimento criador com tendência conduz o processo de forma maleável. Mas, tendo consciência de que o processo de interpretação é infinito, Salles refere-se:

“Peirce propõe um interpretante final que representa algo para o qual o signo tende conduzindo a interpretação. Este processo em direção ao interpretante final é regido pela Causação Final que, por sua vez, é uma meta.” (1998, p. 38)

Há poucos anos, alguns especialistas em estudos de processo de criação – de sua materialidade – os críticos genéticos, acreditavam que não haveria possibilidade de se estudar o processo de criação para uma mídia digital como a internet; pois a própria ferramenta utilizada para o desenvolvimento do trabalho – o computador – possibilita ao criador deletar ou, simplesmente, não armazenar os esboços criados, alterando-os a cada instante – como se a cada momento ele estivesse sendo finalizado, não deixando, assim, os rastros de seu processo criativo.

Hoje, a possibilidade de se estudar os processos criativos nos meios digitais já é uma realidade, pois, segundo afirma Daniel Ferrer (1998), há uma necessidade de “promover uma reflexão da crítica genética que atravesse fronteiras dos gêneros e das artes”.

DESIGN GRÁFICO E O PROCESSO DE CRIAÇÃO PARA WEB

Uma interface clara precisa de elementos que tornem o processo comunicacional livre de falsas e duvidosas interpretações. Dessa forma, o design gráfico contri-

bui para o desenvolvimento de interfaces amigáveis, facilitando o entendimento da navegação por parte do internauta.

Para que possamos compreender o papel do design gráfico no processo criativo de web sites, descrevemos o design, segundo L. Niemeyer:

“Ao longo do tempo, como observou Oberg (1962), o design tem sido entendido segundo três tipos distintos de prática e conhecimento. Na primeira, o design é visto como atividade artística, em que é valorizado no profissional o seu compromisso como artífice, como a estética, com a concepção formal, com a fruição do uso. Na segunda, entende-se o design como um invento, com um planejamento, em que o designer tem o compromisso prioritário com a produtividade do processo de fabricação e com a atualização tecnológica. Finalmente, na terceira, aparece o design como coordenação, onde o designer tem a função de integrar os aportes de diferentes especialistas, desde a especificação da matéria-prima, passando pela produção à utilização e destino final do produto. Neste caso, a interdisciplinaridade é a tônica (2000, p. 12).

Os conceitos de design gráfico vão além dos estéticos. Podemos compreender isso pela palavras de Villas Boas:

“O design gráfico está diretamente ligado ao estabelecimento do valor de troca, ainda que pela via simbólica.

Esta função subjetiva acompanha tanto os objetos de design gráfico que visam vender uma mercadoria quanto aqueles que buscam persuadir ou guiar a fruição do material pelo usuário, ainda que pareça mais clara no primeiro caso.

O Design gráfico, enquanto tal, necessariamente tem como função transcrever a mensagem a ser transmitida – seja de qual enfoque for – para o código simbólico estabelecido, sob pena de não efetivar-se enquanto prática comunicacional.” (2000, p. 26)

Ainda relatando sobre as funções do design gráfico, Gruszynski cita:

“O design gráfico é uma atividade que envolve o social, a técnica e também significações. Consiste em um processo de articulação de signos visuais que tem como objetivo produzir uma mensagem – levando em conta seus aspectos informativos, estéticos e persuasivos (Doblin, 1980) – fazendo uso de uma série de procedimentos e ferramentas.” (2000, p. 17).

Desse modo, entendemos que o design gráfico tem seu espaço definido no processo criativo para essa nova mídia denominada internet.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAIRON, S. **Multimídia**. São Paulo: Global, 1995.
- BARBOSA, G.G.; RABAÇA, C.A. **Dicionário de comunicação**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- FERRER, D. **Pourquoi la critique génétique?** Paris: CNRS Edition, 1998.
- GLOSSÁRIO de termos e verbetes utilizados em design gráfico. São Paulo: ADG, 1998.
- GRUSZYNSKI, A.C. **Design gráfico: do invisível ao ilegível**. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
- LEÃO, L. **O labirinto da hipermídia** – arquitetura e navegação no ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 1999.
- LÉVY, P. **A ideografia dinâmica** – rumo a uma imaginação artificial? São Paulo: Loyola, 1998.
- _____. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MUNARI, B. **Das coisas nascem as coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- _____. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- NIEMEYER, C. **Marketing no design gráfico**. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
- NIEMEYER, L. **Design no Brasil** – origens e instalação. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
- PEIRCE, C.S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1977.
- PEREZ, C.; BAIRON, S. **Comunicação e marketing**. São Paulo: Futura, 2002.
- PLAZA, J.; TAVARES, M. **Processos criativos com os meios eletrônicos: poéticas digitais**. São Paulo: Hucitec, 1991.
- RADFAHRER, L. **Design/web/design**. Market Press (s/d).
- SALLES, C.A. **Crítica genética: uma introdução**. São Paulo: Educ 1992.
- _____. **Crítica genética: uma (nova) introdução**. 2. ed. São Paulo: Educ 2000.
- _____. **Gesto inacabado** – processo de criação artística. São Paulo: Annablume, 1998.
- _____. **Uma criação em processo**: Ignácio de Loyola Brandão e “Não verás país nenhum”. Tese (doutorado) PUC/ SP, 1990.
- SAMPAIO, V.F. **Hipernarrativa** – Reflexão sobre a produção criativa nas narrativas hipermediáticas. Tese (doutorado) PUC/ SP, 2002.
- _____. **Manuscrito eletrônico**. Dissertação (mestrado) PUC/ SP, 1997.
- SAMPAIO, R. **Propaganda de A a Z**: Como usar a propaganda para construir marcas de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
- VILLAS-BOAS, A. **O que é, e o que nunca foi, design gráfico**. 2. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.
- SALLES, C.A. semiótica do processo criador. In: **Rastros da criação**. São Paulo: Centro de Estudos de Crítica Genética da PUCSP, n. 1, 1997.