

A criação e a produção da interface gráfica sob a ótica da crítica genética

The creation and production of the graphical interface from the view of genetic criticism

Douglas Junio Fernandes ASSUMPÇÃO¹
Greicy Marianne Lopes Guimarães Cahuana VILLEGAS²

Resumo

O presente artigo, aborda a criação e a produção da interface gráfica e da navegação. Apresenta, de forma resumida, os diferentes momentos do processo criativo de um *website*, seguindo os passos do *webdesigner*. Assim, demonstra-se os mecanismos utilizados por pelo criador. No processo de criação verifica-se as informações contidas no *briefing*, que torna-se referência e orientação à construção do site. Esta análise foi feita por intermédio dos documentos digitais (*layouts*), que serviram como base à arquitetura da navegação. Simultaneamente, analisamos os arquivos digitais, o *briefing* e os mapas do site, com o objetivo de verificar se as informações definidas pelo Instituto de Estudos Superiores da Amazônia -IESAM e as necessidades do público-alvo foram atendidas.

Palavras-chaves: *Design*. Processo de criação. *Web*

Abstract

This article addresses the creation and production of the GUI and navigation. Presents, briefly, the different moments of the creative process of a website, following in the steps of the webdesigner. Thus, it demonstrates the mechanisms used by the creator. In the creation process the information contained in the briefing is verified, which becomes reference and orientation to the construction of the site. This analysis was done through digital documents (layouts), which served as the basis for navigation architecture. Simultaneously, we analyzed the digital files, the briefing and the maps of the site, in order to verify if the information defined by the Institute of Higher Studies of the Amazon -IESAM and the needs of the target audience were met.

Keywords: Design. Creation process. Web

¹ Doutorando em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP).
E-mail: rp.douglas@hotmail.com

² Doutora em Tecnologias da Inteligência e Design Digital pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC/SP). E-mail: lopes.villegas@gmail.com

Introdução

Quando se cria, produtos comunicacionais, para internet normalmente o mercado empresarial, especial as organizações que almejam um visualidade maior no mercado competitivo, envolve-se no mundo digital, como um único objetivo: a venda ou divulgação de produtos ou serviços. O profissional que irá desenvolver o *site* – que objeto de estudo - precisa estar preocupado em traçar estratégias que atinjam os objetivos mercadológicos de seus clientes.

No mundo globalizado, o uso de ferramentas de multimídia por empresas tornou-se uma necessidade para que possam competir e sobreviver com seus produtos ou serviços no mercado. A respeito disso, Bairon (1995, p.97) menciona:

A curto prazo a multimídia tem seu valor primordial, em nível de marketing, exatamente por oferecer uma grande diferenciação tecnológica frente ao mercado. Uma empresa que venha a ser pioneira na utilização de material multimídia, com certeza estará na vanguarda no processo de comunicação, isto porque o material interativo oferece maior possibilidade de entrosamento do consumidor com o produto ou serviço, exatamente por se ter a oportunidade de viver uma conseqüente simulação.

Assim, de acordo com um plano de marketing, as empresas veem na multimídia uma forte aliada na concretização de seus negócios, e maior aproximação com seus consumidores, criando um canal de comunicação.

Desse modo, o *webdesigner* precisa utilizar as ferramentas adequadas para solucionar o problema de seu cliente. Quando falamos em criatividade, estamos nos referindo a técnicas de solução de problemas. Para Plaza e Tavares (1998 p.67), a criatividade pode ser definida:

Como uma reorganização dos dados, no intuito de os associar e de os combinar para a solução de problemas...O criar estaria justamente relacionado com o ato de reorganizar este campo de percepção, constituindo uma nova ordem, uma nova idéia, a partir de dados já conhecidos

A estrutura do processo criativo e produtivo do *site* ocorre de modo semelhante ao processo de criação voltado ao mercado da comunicação. O profissional que irá desenvolver o projeto precisa considerar: objetivos de marketing e comunicação, público-alvo, conteúdos, formatos e respostas.

No entanto, é importante lembrar, que a internet é uma nova mídia, que tem uma linguagem e formato próprios. Então os profissionais que desenvolvem projetos devem estar atentos a isso, visto que, a utilização da experiência em outras mídias, algumas vezes, acaba sendo catastrófica, pois a internet pode uma abordagem distinta.

Para a criação nesse meio digital, deve existir uma sintonia entre o homem e a máquina; e o homem deve deter o conhecimento das linguagens adequadas a cada público, das ferramentas de *softwares* e de suas técnicas.

A máquina criativa é composta por: *softwares* - programas que proporcionam o critério estético para diferentes tipos de informação; hardware – computador que processa a informação; e os sistemas operacionais – que controlam os dois elementos anteriores (Plaza e Tavares, 1998).

Criação e produção da interface gráfica e da navegação

O processo de criação, foca-se nas etapas de construção da obra, mas isso não significa que sejam de forma ordenada ou linear. Existem aqueles que passam pela captação das informações sobre o que será trabalhado, pela absorção dos conhecimentos aparentemente não-relacionados com o problema a ser resolvido, pelas associações feitas pela mente baseadas nos dados levantados, e pela busca da resposta ao problema. Em muitos casos, podem não ocorrer de forma sequencial. Mas os primeiros procedimentos do processo de criação, na mídia apresentam-se de forma linear e reproduzem os procedimentos que compõem seu retalho de linguagens (Sampaio, 2002).

Em uma primeira etapa, um levantamento das informações, é feito, ficando registradas no *briefing*.

Para a coleta de dados do produto ou serviços faz-se, as perguntas: qual é o tipo do produto empresa, consumidor; a que público pretende-se atingir; quais são os objetivos de mercado e de comunicação; o que se pretende com a comunicação, qual é o

conteúdo do produto em questão – quais informações deve ser transmitidas. Esta é a fase mais importante, pois o profissional que irá desenvolver o site, precisa entender sobre o produto ou serviço e seu público, para criá-lo de forma a despertar o interesse no usuário que irá interagir com a interface, clicando botões, mandando e-mail, enfim, navegando.

Absorvidas todas as informações transmitidas pelo cliente, o *webdesigner* precisará traçar o roteiro de navegação e desenvolver elementos que farão parte da mensagem visual. As anotações dessas primeiras imagens que inauguram o processo de criação, podem ter as mais variáveis formas de apresentação, podendo ser uma imagem, uma música, rabiscos, esboços digitais ou analógicos (SAMPAIO, 2002, p. 49).

A estrutura da navegação é de extrema importância ao sucesso do site. Na arquitetura da informação, o mapa de links e seu funcionamento precisa ser claro e pertinente ao conteúdo. O planejamento depende de um bom texto, da interação e elaboração da composição plástica adequada ao aspecto visual que cada projeto pede, incluindo: escolha de tipos, cores, formas, texturas e imagens.

É importante destacar a relação do profissional de web design com as ferramentas que irá trabalhar durante o processo, pois a estrutura de navegação implica entender algumas questões tecnológicas, como a incompatibilidade de browsers, falta de plug-ins, lentidão do processador e ausência de memória dos computadores que podem acessar o site.

O tipo de relação que une o criador ao material, envolve a escolha de um determinado material, de acordo com os princípios gerais da tendência do processo, um conhecimento dos limites dados pela natureza do material, o desejo e a possibilidade de superar esses limites e a impossibilidade de superação (SALLES, 1998, p. 69).

A construção da estrutura da navegação inicia-se no levantamento dos dados e informações de conteúdo do site. Sampaio diz:

O segundo procedimento é o desenvolvimento deste conceito, que deverá ser traduzido em imagem(ns) e estrutura narrativa que formarão o roteiro hipermediático. Neste primeiro momento o roteiro de hipermídia é linear, e estrutura-se na organização conceitual do ambiente hipermediático. Um exemplo de roteirização da hipermídia é a organização desse momento em estruturas que se assemelham com fluxogramas. Esta fase é imprescindível para que se tenha controle da dimensão espacial que se está procurando construir. E é também nesta

fase inicial que se pode atribuir o nível de interatividade da estrutura, isto é, determina-se quais os caminhos que o leitor poderá percorrer ou programar um alto nível de interação entre as telas construídas que poderão permitir uma maior liberdade de movimentação do leitor das obras construídas nesta linguagem (SAMPAIO, 2002, p. 50).

Em grande parte, encontramos ainda, roteiros de navegação quadrados e lineares, que se iniciam na *homepage*, e seguem apresentando em formatos de transparência ou como slides as páginas que compõem o site, forçando e obrigando o usuário a percorrer aquele caminho, auxiliando sempre pelos botões ou setas – para frente e para trás – ou voltando a *homepage*.

Há ainda roteiros baseados em organogramas, iniciando-se pela *homepage*; e pelos *links* das páginas, o usuário desce vários níveis até encontrar a informação desejada. Estas estruturas de navegação mostram-se no contraponto do proposto pela hipermídia – que são estruturas não-lineares, a utilização de hipertexto: que funciona como páginas de texto interligadas, porém sem numeração e que trazem informações complementares a respeito de um mesmo tema. Sampaio (2002) afirma que a estrutura de compreensão não-linear é um dos parâmetros de criação para os autores da hipermídia, que é um dos meios para expressão. Assim, é importante que o *webdesigner* saiba fazer uso desses movimentos.

O profissional dessa área precisa organizar os elementos nas páginas, de forma que o usuário possa perceber o conteúdo, pois o ser humano tem uma tendência a organizar o que vê; assim, a disposição dos elementos ajuda a influenciar a forma de ler e orientar o usuário a seguir uma sequência coerente.

Na internet, o mecanismo de movimentação é a navegação e para que o usuário navegue, deve usar *links* entre elementos e links de hipertexto que o fazem circular por um enorme espaço informacional com centenas de milhares de páginas. O sistema é bastante complexo; para auxiliar na navegação, é importante desenvolver mecanismos que localizem o usuário no espaço virtual. Para tanto, as interfaces precisam informar onde ele está, onde esteve e aonde pode ir.

A localização do usuário é importante para que saiba por onde seguir, para que perceba a estrutura do *site* que está visitando, e qual sua localização na *web*. A identificação da empresa por meio de sua logomarca, não apenas na *homepage*, mas em todas as páginas do site auxilia nesse processo de deslocamento.

A instituição que cedeu, o Instituto de Estudos Superiores da Amazônia – IESAM, o material para pesquisa informou, verbalmente, que os processos de criação são discutidos por uma equipe de trabalho, mas de um modo geral, apenas uma pessoa apresenta a primeira estrutura do roteiro de navegação.

Nessa fase, será determinado como o usuário visitará o site, como ele poderá se deslocar de uma página a outra, e quais serão os conteúdos que ele irá encontrar. Enfim, o que vai ser dito e como: por meio de textos, imagens estáticas ou filmes e animações, sons e etc.

Os elementos que auxiliam a navegação – os *links* – também serão elaborados e pensados de modo estratégico. A partir daí, é preciso criar um banco iconográfico: fotos e outros elementos com formas geométricas e ou organiza pensando qual será o apelo imagético que será utilizado para atingir os objetivos estabelecidos.

Depois de feito o levantamento, será necessária uma página de abertura que chamamos *homepage*. Em geral, na *homepage* encontramos menus/*links* para outras páginas e, assim, começa a se desenhar a estrutura de navegação do site. Depois de definidas as linhas básicas para o projeto que, posteriormente, será discutido com a supervisão e a gerência da empresa de *webdesign*; começarão a ser traçados os esboços do mapa de navegação, após os acertos serão produzidos os layouts da tela principal – da home page e das páginas que estarão ancoradas a ela. Em uma apresentação para o cliente, surgirão novas mudanças e alterações poderão ocorrer até que seja, realmente, aprovado por ele.

A Internet é uma experiência nova, digital, diferente de tudo que já foi feito antes em termos de comunicação, e ao fazer criação digital estamos aprendendo outra forma de comunicação.

Na atualidade, muitas pessoas que trabalham com comunicação digital querem ser profissionais multifacetados, tentando dominar a criatividade e a técnica de produção, é o que ocorre nesse processo. Muitas vezes, o resultado não é eficiente, alguns sites apresentam um belo projeto gráfico, mas, com navegação ruim, lenta e com problemas de conflito tecnológico.

Hoje, existe muito em termos de tecnologia, mas poucos profissionais, que trabalham com criação para Internet, conseguem entender e fazer uso das ferramentas adequadas a seus objetivos traçados inicialmente.

Base metodológica

Pode-se 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 deixadas 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 do processo, mas a principal questão que impulsiona este estudo é a organização desse movimento. Não seria a interpretação da obra considerada final pelo criador, mas sim, o processo responsável pela sua produção.

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 do criador. Assim, o crítico passa a conviver com o ambiente do fazer, cuja natureza o criador sempre conheceu.

No processo de criação para internet, acredita-se 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 a internet?

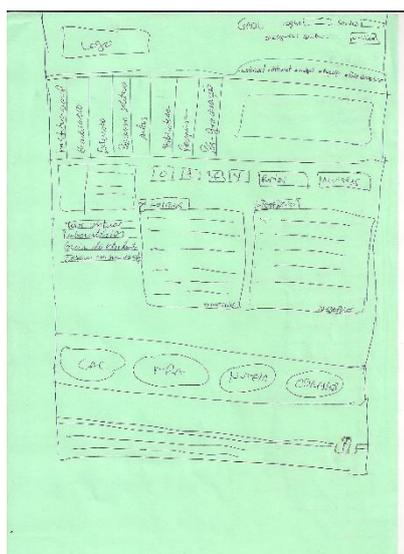
Este estudo tem como objetivo identificar e analisar os documentos que envolvem o processo de criação de páginas para internet, especificamente, o site do Instituto de Estudos Superiores da Amazônia, no período de dezembro de 2012 à

Janeiro de 2013, seu projeto gráfico e sua estratégia de navegação, dentro de todo o processo de comunicação desenvolvido na rede. É importante citar que abordamos a navegação do ponto de vista do projeto gráfico que envolve questões estéticas e comunicativas. Porém, não entramos em questões tecnológicas. Assim, iniciamos o trabalho pelo levantamento dos documentos do processo de criação do site selecionado para estudo, entre esses documentos existem *briefing* (informações do instituto, produtos e serviços, consumidores, mercado), esboços de planejamentos e desenvolvimento de sites, arquivos digitais, entre outros.

Premissas das Análises

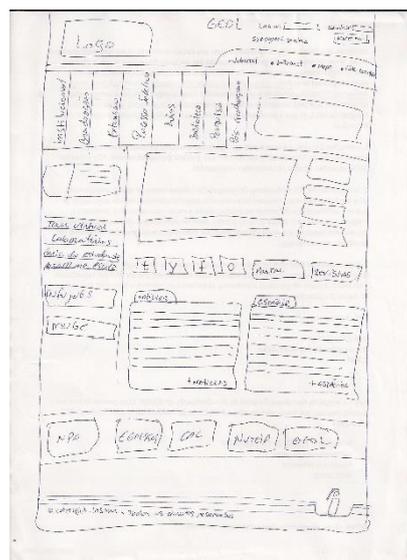
Estes esboços, apresentados na figura 01 e figura 02, logo abaixo, foram desenvolvidos para determinar o *design* da página e, conseqüentemente, a localização dos menus principais, banners, áreas de conteúdo; na *homepage*. Para a estrutura de navegação e implementação do site, o criador teve de optar por programas que foram desenvolvidos especificadamente para a internet.

Figura 01 - 1º esboço do site do IESAM



Fonte: Assessoria de Informática do IESAM (2012)

Figura 02 - 2º esboço do site do IESAM

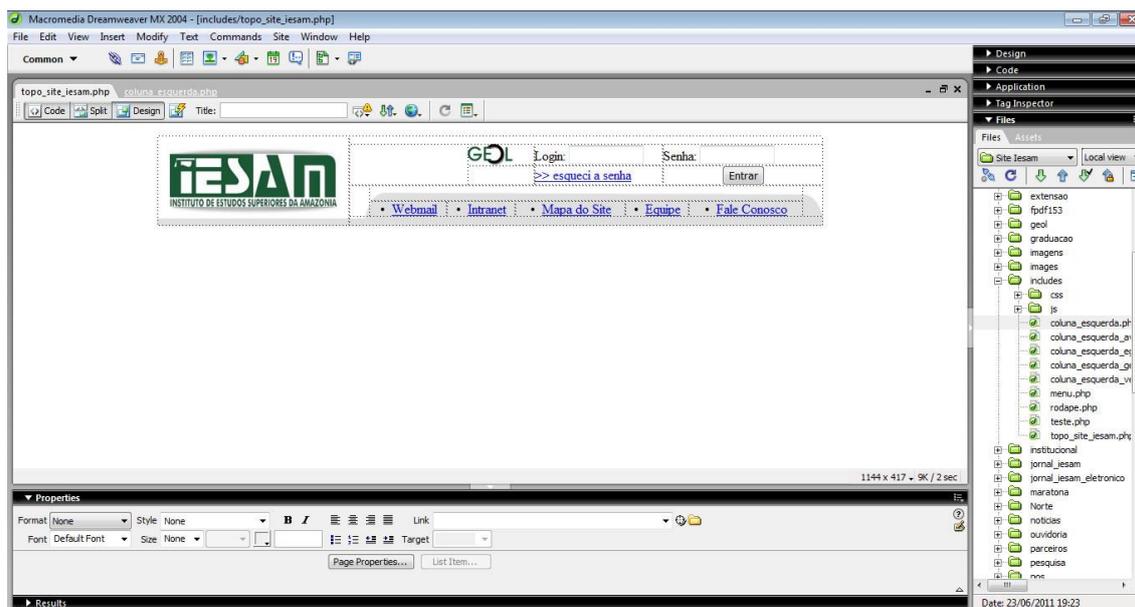


Fonte: Assessoria de Informática do IESAM (2012)

Os arquivos digitais, produzidos em .php, foram os documentos essenciais nesta pesquisa do estudo de roteiro e estrutura de navegação do site. Esta linguagem possibilita a interação do usuário com os conteúdos, por meio dos links de menus e outros *links* que podem estar inseridos no conteúdo das páginas. Por intermédio deles, podemos navegar nas páginas do site e percorrer os caminhos traçados pelo *webdesigner*. Para estudarmos, os documentos de processo criativo, partimos da ordem cronológica e da organização dos documentos nas pastas de trabalho.

Uma vez pronto o esboço, o criador começa a desenvolver o site, em um programa chamado *dreamweaver*.

Figura 03 - Criação do topo site no programa Macromedia Dreamweaver MX 2004



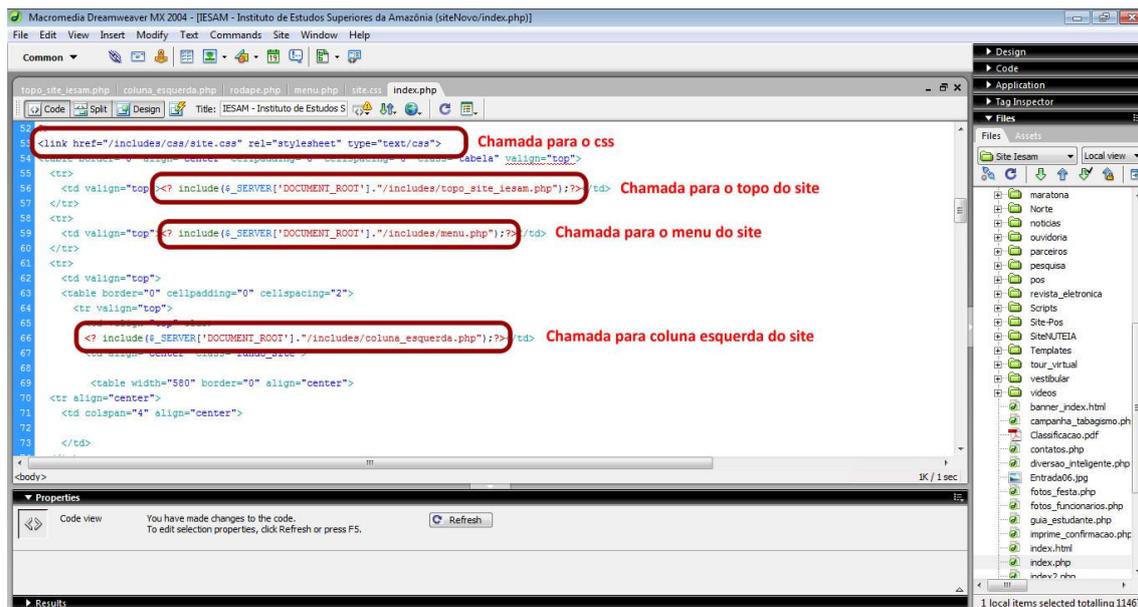
Fonte: Assessoria de Informática do IESAM (2012/2013)

Um site pode conter ``X`` páginas, então, para que não seja preciso alterar informações página por página, para isso dividiu-se o site em várias subpáginas, para depois fazer as chamadas e então criar uma só página, onde mais tarde será muito mais fácil para atualizarmos.

Depois de desenvolvida a estrutura, o criador concentra-se em encaixar tudo em uma só página, chamada de *index.php*, primeira página ou home Page.

Através de alguns códigos php, o criador faz a chamada para as páginas que foram criadas separadamente, e junta em uma só página, uma só estrutura, conforme mostra a imagem abaixo:

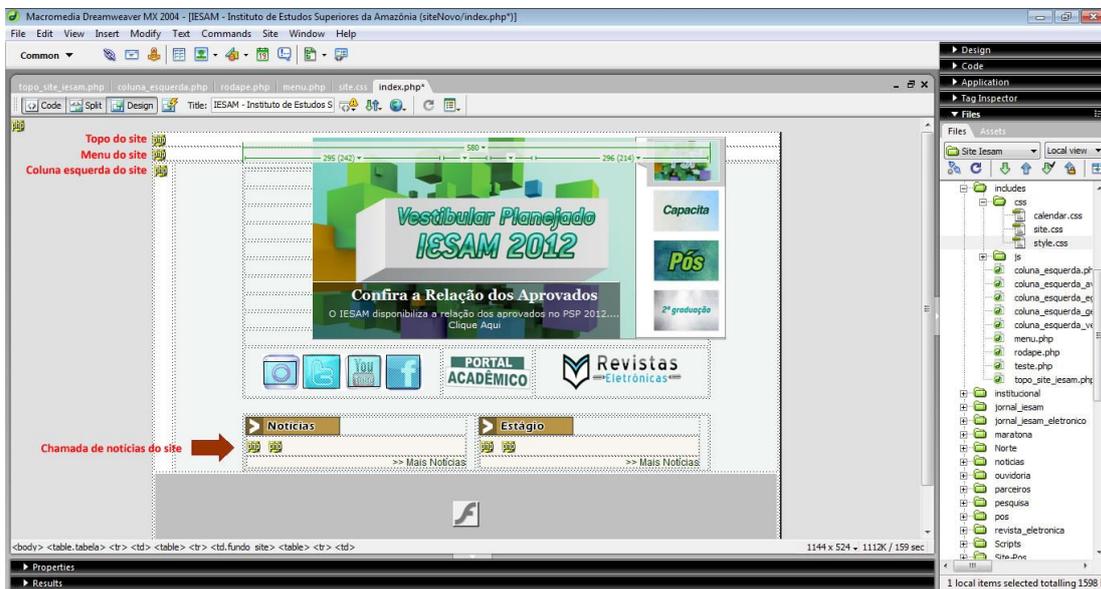
Figura 04 - Folha CSS com a programação dos códigos HTML



Fonte: Assessoria de Informática do IESAM (2012/2013)

A imagem acima mostra somente o código HTML da página `index.php`, abaixo temos uma imagem de como fica o design da estrutura:

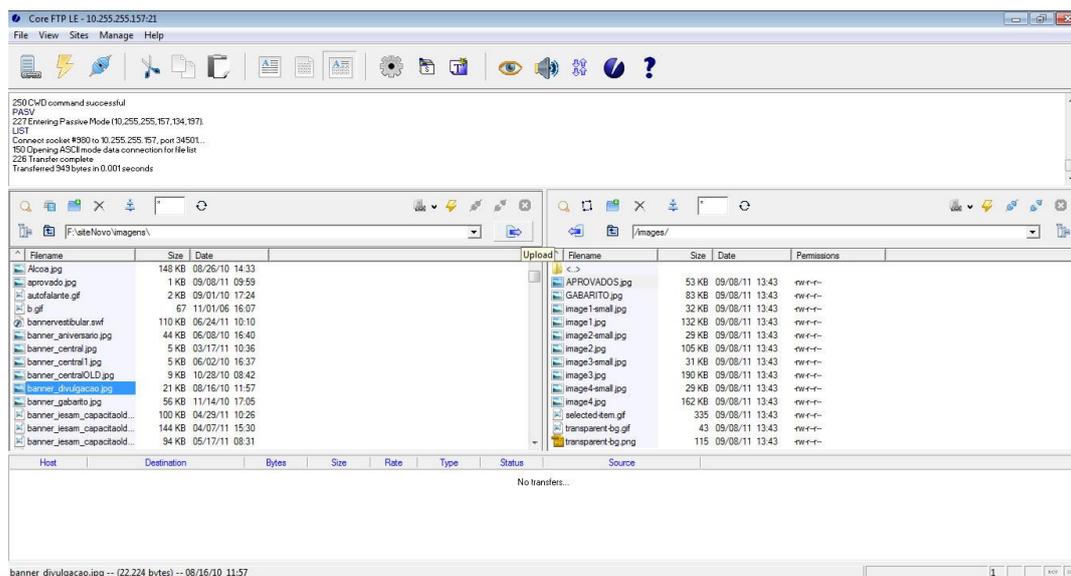
Figura 05 - Esboço do site do IESAM dentro do programa Dreamweaver.



Fonte: Assessoria de Informática do IESAM (2012/2013)

Feito isto o criador manda todas as páginas e imagens utilizadas, por um programa chamado CoreFTP, que faz a ligação das pastas do compartilhamento, para o servidor:

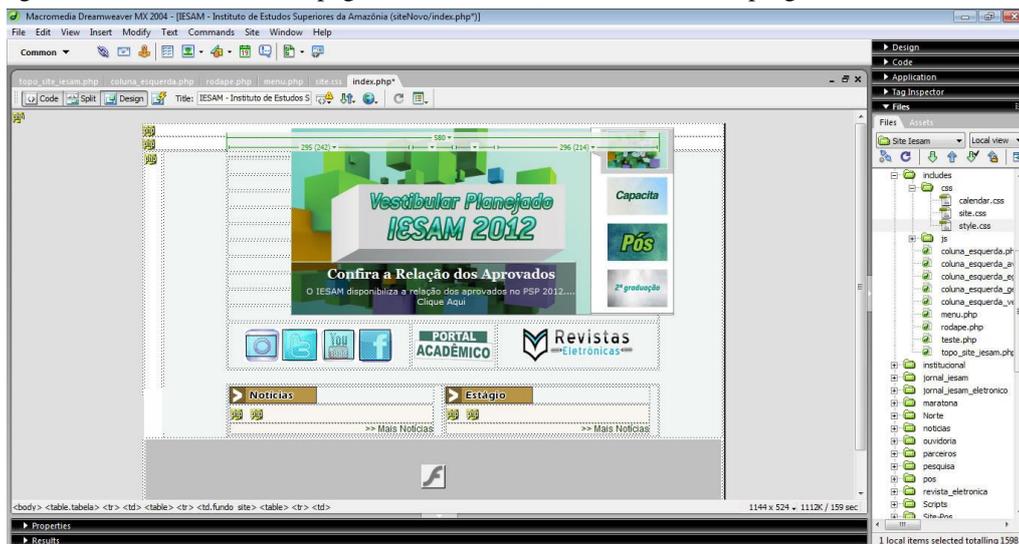
Figura 06 - Ligação das pastas de compartilhamento para servidor através do programa CoreFTP.



Fonte: Assessoria de Informática do IESAM (2011)

Por meio dos arquivos digitais *index.php*, podemos perceber como o *webdesigner* determinou os caminhos que o internauta poderá percorrer dentro do site; seus limites e as liberdades que o mesmo proporciona ao usuário. A seguir apresentamos o primeiro *layout* feito em php da *homepage* do site:

Figura 07 - 1 versão da home page do site IESAM, visto de dentro do programa Dreamweaver.



Fonte: Assessoria de Informática do IESAM (2012/2013)

Nesta página principal do site, a *homepage*, criada em php, podemos ver os menus principais – superiores e inferiores que estão posicionados na parte superior do site, são eles:

Figura 08 - Apresentação dos menus do site IESAM criado em Flash.



Fonte: Assessoria de Informática do IESAM (2012/2013)

Cada um dos menus principais apresentados são links, que levam à páginas internas do site. Para cada assunto tratado no menu, foi determinado um conteúdo específico. A partir deste momento, estaremos apresentando alguns itens do primeiro

layout, a estrutura básica da navegação, para que possamos entender o percurso da criação e os movimentos do *webdesigner*.

O primeiro menu, aqui apresentado foi elaborado para ser visto como o menu principal uma vez que este possui interatividade, é o que trata do próprio instituto:

Este menu principal, assim como todos os outros, é um link. Clicando, ele nos leva a outro menu do site onde encontraremos novos menus/links internos.

Neste primeiro ato de clicar em algum menu e entrar em outra página, é estabelecido o primeiro passo de uma navegação dentro do site.

Seguindo pela página determinada pelo menu “INSTITUCIONAL”, notamos que ao acessarmos os links dos menus internos, clicando sobre eles; verificamos que, já nesta etapa, o criador definiu alguns conteúdos.

Figura 09 - Apresentação do menu da website criado em Flash, direcionando o conteúdo interno.



Fonte: Assessoria de Informática do IESAM (2012/2013)

O mesmo ocorre com os menus internos: Órgãos Complementares, Objetivos, Compromisso Institucional, Estrutura Organizacional, Missão, Dirigentes, Legislação, Perfil Institucional e Unidades Administrativas.

O segundo menu principal, localizado no canto superior da página, é o menu GRADUAÇÃO, e como foi determinado no menu principal anterior “INSTITUCIONAL”, acessando o link sobre o título GRADUAÇÃO, passamos a outra lista com novos menus:

Como se verificou nas páginas interiores do menu anterior, podemos acessar informações pertinentes a cada item definido nesta página.

Figura 10 - Apresentação do menu da website criado em Flash, direcionando o conteúdo interno, composto por menu interno com novos links do site.



Fonte: Assessoria de Informática do IESAM (2012/2013)

O webdesigner, neste caso, projetou o website do IESAM de forma que o usuário pudesse se movimentar, navegar sem dificuldades. Quando o homem incorporou em seu dia-a-dia, o uso da internet, ele aprendeu a lidar com esse novo meio, a movimentar-se na rede através de links, ícones e índices; ao visualizar a tela ele identifica os menus e sabe que, ao clicar sobre eles, será levado a algum tipo de informação. Podemos dizer que a interface gráfica, desenvolvida para o website do IESAM é simples, e não requer conhecimentos mais específicos ou tecnológicos para que o usuário possa se deslocar entre suas páginas

Considerações finais

Embora a análise apresentada, sejam princípios de uma análise, ressalta-se que o material é extenso, porém possibilitou a refletir que as escolhas e decisões pelos elementos que farão parte da composição visual constituem o processo criativo e neste

caso, como todo e qualquer processo comunicacional, que tem como objetivo a compreensão por parte do receptor, essas escolhas precisam ser feitas com bastante cuidado.

Pode-se ver que o processo criativo de um website assemelha-se a outros processos criativos que têm como objetivo fins comerciais, divulgação de produtos e serviços em comunicação.

No processo criativo de *website*, em especial do IESAM, redigiu o briefing e traçou um mapa para o website, o briefing, nota-se que os menus/links principais já haviam sido determinados, bem como alguns dos menus internos. Constatamos que, parte do conteúdo de suas páginas, já havia sido definido, como textos e os principais links para outras páginas na rede, pela portaria N. 2.864, de 24 de agosto de 2005 do Ministério da Educação –MEC (2005), que pré-estabelece alguns critérios para sites de Instituições de Ensino Superior seja ela pública ou privada.

Assim, a equipe da assessoria de informática iniciou o desenvolvimento dos *layouts* digitais com base nessas informações. Acredita-se que esses documentos digitais coletados em todas as etapas do processo, serviram como base ao desenvolvimento do projeto para a arquitetura da navegação, pois foi nesses documentos que o *webdesigner* posicionou textos, elementos, menus e links, onde pode experimentar a viabilidade e a usabilidade da interface gráfica, do próprio website e sua navegabilidade pela rede.

O design exerce uma função importante no desenvolvimento de interfaces gráficas, proporcionando uma usabilidade e legibilidade adequadas. Para o desenvolvimento de um web site de sucesso, o *webdesigner* precisa entender o design como projeto, assim como Niemeyer (2000, p. 23) refere-se Em design, projeto é o meio em que o profissional, equacionando, de forma sistêmica, dados de natureza ergonômica, tecnológica, econômica, social, cultural e estética, responde concretamente e racionalmente às necessidades humanas.

Caso o internauta não se sinta confortável, diante da interface gráfica, ele poderá não permanecer por muito tempo, e logo se desviará para outros caminhos mais interessantes, podendo até não retornar mais.

Desse modo, o *webdesigner* procurou desenvolver o site estando atento a essas questões. O *design* deste *website* em estudo, como projeto, não se mostra arrojado ou

inovador, mas cumpre o papel de auxiliar no processo comunicacional de forma simples.

Referências

BAIRON, S. **Multimídia**. São Paulo: Global, 1995

BERTOMEU, J.V.C. **Criação na propagando imprensa**. São Paulo: Futura, 2002

NIEMEYER, C. **Marketing no design gráfico**. 2. Ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2000

PLAZA, J. e TAVARES, M. **Processo criativos com os meios eletrônicos**: poéticas digitais. São Paulo:Hucitec, 1998

SALLES, C.A. **Gesto inacabado**: processo de produção artística. São Paulo: Annablume, 1998

_____, **Crítica genética**: uma (nova) introdução. 2. ed. São Paulo: Educ, 2000

SAMAPAIO, V.F. **Hipernarrativas**: reflexão sobre a produção criativa nas narrativas hipermidiática. Tese (Doutorado) PUC/SP.