

# INTERFACES DIGITAIS: DESIGN? ONDE?

Paulo Cezar Barbosa MELLO <sup>□</sup>

## RESUMO

Este material não só lança questões de ordem prática e contemplativa sobre o que se entende hoje acerca da interface, mas também vincula a necessidade projetual desse conceito. No entanto é sabido que as questões do Design, já levadas a extremos, deixam de existir para dar espaço às novas regras da “usabilidade”, como se fossem caminhos distintos e desconexos.

**Palavras-chave:** Design; Contemporaneidade; Tecnologia; Digital; Comunicação.

## ABSTRACT

*This work focuses not only practical and contemplative issues on what is understood by interface but it also points out the project necessity of such a concept. Nevertheless, it is known that the issues concerning Design, taken to an extreme, stop being to give place to the news rules of “usability”, as they were distinct and disconnected ways.*

---

<sup>□</sup>Professor da Universidade São Judas Tadeu e da Universidade Presbiteriana Mackenzie e diretor de criação/designer na PMStadium Comunicação e Design Ltda. Mestre em Estética e História da Arte (USP), Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (Fundação Cásper Líbero) e Especialista em Design de Hipermídia (Univ. Anhembi Morumbi). E-mail: pc@pmstudium.com

**Key words:** *Design; Contemporary; Technology; Digital; Communication.*

*“(...) computador altera a nossa visão do mundo... Para o artista, nasce aí um campo de liberdade, o de uma criatividade por variação, que se encontra ainda largamente por explorar...”*  
(Abraham Moles)

A modernidade trouxe o conceitual e o experimental para as artes. O experimental permitiu a apropriação de diferentes suportes para a criação, visando leituras mais inovadoras, compreensões e percepções, firmando a obra, cujo material é a linguagem [1].

Os conceitos de renovação modernista impingiram, a todo designer, uma forma nova de pensar e fazer design. A revolução dos suportes - mídias pós-modernas - proporcionou a expansão da percepção, da compreensão visual, mudando a então fruição passiva, para a interação. A preocupação da contemporaneidade, do perceber/criar/recriar no momento, que surgiu nas artes, passou a ser o mote de todas as formas de comunicação interativa.

A interatividade passou a ser condição *sine qua non* para os projetos contemporâneos. Para tanto, a ambientação deve ser muito bem preparada. O controle sobre a mensagem está limitado à percepção do interator, um fruidor que participa ativamente da obra, compondo-a, transformando-a, beirando a co-autoria.

O design, que antes tinha todo seu potencial expressivo, baseado nas perversões dos meios existentes, elocubradas pela engenhosidade criativa do criador, passa a contar com um pouco mais de recursos. A tecnologia cedeu não apenas seu nome, mas principalmente as suas formas, seus meios de produção como recurso extra de expressão e percepção. A tecnologia não se restringe à simples utilização dos recursos em si, mas também aos seus ideais, a suas mídias. Na maioria das vezes, o que antes era apenas uma “extravagância”, é hoje quase uma metodologia.

O que antes era mero registro apoiado na escrita é substituído pelo agora. A tecnologia e a contemporaneidade [2] da informação, que se desviam da escrita para o cálculo, com a informatização das imagens e da informação, geram necessidades de representações que tendem para a presença pura. As informações já não se acumulam, sucedem-se em um fluxo acelerado. É ainda um assunto em torno do qual giram vários pensadores contemporâneos - Régis Debray, Pierre Lévy, Bernard Stiegler, Jean Baudrillard, Paul Virilio, Kundera, entre outros -: a aceleração e o aperfeiçoamento das formas de comunicação anulam o conteúdo transmitido.

É fato histórico e conhecido que nenhuma técnica/tecnologia substitui por completo sua antecessora, elas se complementam. Longe dos clichês tecnicistas apavorantes que apresentam a tecnologia como substituto da criatividade humana, há que se reconhecer a interatividade homem-máquina, para empregar as novas metodologias como forma estética.

Limitar a análise ao contexto técnico é fechar os olhos para o que a história da tecnologia e da comunicação há trinta anos vem ensinando. O ponto de maior destaque não é o que as novas tecnologias têm a oferecer, mas, sim, quais subsídios elas oferecem para sua apropriação generalizada e ainda mais, o quão é grande a intenção de apropriação dessas tecnologias por parte da sociedade. Com base nessa idéia é que o designer se apropria, não apenas dos recursos materiais, mas da representatividade de seu tempo, do ponto mais alto de sua época, construindo não apenas o agora, mas influenciando um futuro, ampliando sua abrangência em todos os sentidos (passado, presente e futuro).

A ampliação das potencialidades da atuação humana, principalmente nos meios de comunicação, resultou em novas formas de conceber o pensamento. A linearidade do pensamento já não é mais uma alternativa. A semiótica Pierciana contribui com a nova forma de pensar e ver o pensamento. A leitura não está mais restrita a uma única direção, mas, sim, a múltiplas direções. A multimídia, utilização de vários recursos (visual e sonoro, simultaneamente) evolui, o assunto é hipermídia, na qual a preocupação é a informação percebida, não apenas recebida. Em um mesmo “ambiente” é possível expor o “receptor” às mais diversas

formas de informação, pela união de diversas linguagens (escrita, visual, sonora etc.). A exposição à informação em muitos níveis de apresentação e aprofundamento privilegia outros modos de cognição que não apenas o textual. A ênfase em conceitos como a não-linearidade, a utilização de objetos visuais e a preocupação com a interface reforçam o caráter projetual da hipermídia, confirmando a preocupação cognitiva.

Pierre Lévy afirma na coletânea *Multimedia: From Wagner to Virtual Reality* [3]:

*Ao invés de distribuir uma mensagem para receptores que estão fora do processo de criação e convidados a dar uma interpretação para uma obra de arte posteriormente, o artista agora tenta construir um ambiente, um sistema de comunicação e produção, um evento coletivo que implica seus receptores, que transforma intérpretes em atores, que habilita a interpretação a entrar no loop com ação coletiva.*

A cena pós-moderna é essencialmente tecnológica (leia-se cibernética, informática e diversos outros rumos tecnocratas). A tendência das releituras pelo tecnológico permite a migração do real para o virtual, recriando ou mesmo criando uma nova realidade sobre a obra e sua percepção - “Quando a informação se move a uma velocidade elétrica, o mundo das tendências e dos rumores torna-se o mundo real” (MACLUHAN *apud* Kerckove, 1997, p.179).

Outra característica fundamental da hipermídia é a comunidade à qual ela proporciona conectividade, cooperatividade. Nicholas Negroponte comenta em seu livro *A Vida Digital*: “Comunica-se, coopera-se, cria-se em escala mundial e num espaço cibernético, onde o próprio espaço e o próprio tempo não são mais os mesmos.” (NEGROPONTE, 1995 p. 108).

A hipermídia permitiu a criação em grupos e em tempo real sem qualquer limitação de tempo ou espaço. O hiperespaço [4] funciona como um enorme banco de dados, com referências cruzadas e informações vinculadas, acessível a um número ilimitado de artistas (ou não), que podem se ater à passiva fruição ou à autoria da obra. Uma rede que permite, e por que não dizer estimula a interatividade entre milhares de pessoas nos pontos mais remotos.

Com certeza a hipermídia é um suporte digital que clama por um designer - engenheiro / programador ou não, mas um designer - de mente aberta. A tecnicidade / tecnologia que a contemporaneidade nos presenteia, abre debates para questões estéticas infundáveis, novos paradigmas devem ser observados. Esse novo suporte não restringe a participação do computador como mero distribuidor de informação, mas como um provedor de conhecimento utilizado como um meio para expansão e apreciação da comunicação. O pensamento sobre essa comunicação digital incita a revisão da filosofia do conhecimento, como sugere Pierre Lévy (1993) em seu livro *As Tecnologias da Inteligência*. A estética já não está mais atrelada à técnica, mas, sim, ao meio.

O processo cognitivo nessa realidade interativa é uma nova questão a ser debatida e verificada. Até agora o espaço visual digital da hipermídia conheceu apenas a metáfora como forma de comunicação visual. É fato que a semiótica trouxe muitos recursos para o design e que a tecnologia se apropriou sabiamente dessa situação. No entanto, esse recurso serve como “muletas” de comunicação para um sistema dialógico desconhecido. Os conceitos visuais e comunicacionais das novas tecnologias já extrapolaram os recursos mínimos da estética, criando uma nova linguagem muito específica. Falta, dentro desse pensamento projetual, uma nova caracterização uma representação visual e mesmo conversacional própria do meio. Não há mais a necessidade de se representar uma lata de lixo para de desfazer de algo, ou mesmo uma seta como apontador, sem mencionar diversos outros moldes.

Não é pretensão desse material estipular novas regras, mas sim de pelo menos incitar um pensamento um pouco mais inovador, diferente dos apregoados pelas normas da usabilidade, da funcionalidade, da amigabilidade (user-friendly) ou qualquer outra forma de norma. O design foi lançado ao patamar de desenho ao invés de projeto, de acordo com essas regras. As linguagens estabelecidas pelo projeto (design) são constantemente violadas em função da tecnicidade e das novas necessidades surgidas com a hipermídia. Há que se questionar, até onde a contemporaneidade e a interatividade substituíram o design como método de comunicação e de cognição.

Vale, então, voltar um pouco no tempo e entender as origens do

design e sua função comunicacional. De um ponto de vista essencialmente antropológico, pode-se considerar o design desde o primeiro momento em que o homem pré-histórico aplicou forma à função, ou seja, desde que criou o seu primeiro instrumento de caça. Teoricamente essa origem reforça ainda mais o ponto de vista comunicacional, pois leva a compreender que o design pode e deve ser compreendido como um processo inerente à atividade humana, tendo absoluta certeza desta relação, ao deparar-se com as funções facilitadoras da comunicação.

No entanto, o reconhecimento da função e da profissão do designer, dentro do cotidiano social, só acontece a partir de meados do século XX, profissão que, apesar de hoje ser legitimizada, ainda não tem a regulamentação devida. Essa legitimização trouxe o conhecimento de todo o processo metodológico que envolve um projeto de design, desde o ponto de partida - entender uma necessidade concreta e pensar numa solução para um problema - até o momento final, que se pauta pela criação ou posta em prática pela solução encontrada para o problema levantado.

Na contemporaneidade, as barreiras entre design - arte - novas tecnologias são cada vez mais tênues e existe já, por parte de alguns profissionais, a tentativa de definirem os pontos de cruzamento entre as várias atividades. De acordo com Lev Manovich (2005, p. 205):

*No universo dos novos meios, a fronteira entre arte e design é difusa, no melhor dos casos. Por um lado, muitos artistas ganham a vida como designers comerciais, e por outro os designers profissionais são os que normalmente fazem avançar a linguagem dos novos meios, ao dedicar-se à experimentação sistemática e também a criar novos padrões e convenções.*

Seja qual for a definição possível para essa situação, é necessário reforçar que o processo de design ou o processo de criar em design exige um método concreto em que interagem criatividade, meios técnicos e tecnológicos e um sem número de outras disciplinas de diversas áreas do saber, que vão desde as ciências sociais e humanas até o conhecimento científico tecnológico mais avançado. Deve-se ainda compreender o contexto sociocultural no qual o designer se insere.

Bruno Munari (2004 p. 54) define a função do designer como:

*O designer é um projetista dotado de sentido estético, que trabalha para a comunidade. O seu trabalho não é pessoal, mas de grupo: ele organiza determinado grupo de trabalho consoante o problema que lhe é dado resolver.*

Remetendo-nos à criação de suportes comunicacionais digitais - ou interfaces - a aposta do designer é, ou deve ser, gerar soluções que reforcem e melhorem a relação homem-máquina, num contexto de equilíbrio saudável e utilização agradável centrada num processo interativo. Assim, a preocupação do designer com o processo interativo deve trazer benefícios reais e nunca ser suplantada pela preocupação com o processo metodológico. Isso também equivale a dizer que o processo interativo não deve relegar para um plano de menor importância a função primordial da criação de interfaces: dar não apenas indicações sobre a forma de funcionamento de determinado mecanismo/máquina, mas também sobre a informação que está disponível para consulta/fruição.

Para uma melhor compreensão, o termo interatividade remete-se à possibilidade do usuário de qualquer máquina - em que haja a interface digital - controlá-lo em tempo real, manipulando a informação que se mostra na tela e fazendo as suas próprias escolhas em relação ao processo/caminho que define para acessar a informação disponibilizada. Seja qual for o caminho escolhido pelo usuário, foi previamente determinado pelo designer, sendo que o processo interativo está de alguma forma condicionado às ações do usuário.

Espera-se, portanto, que o design contemporâneo, face aos novos meios, possa utilizar todas as ferramentas, técnicas e metodologias ao seu dispor para a criação de interfaces digitais adequadas ao seu uso, sem a necessidade de suprimir o processo metodológico. Reforçando, e contextualizando inclusive semioticamente, a utilização do computador e os projetos de interface desenvolvidos para sua utilização, há que se mencionar uma referência à interface no texto de Lev Manovich (2005 p.185), em seu livro *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*:

*Em termos semióticos, a interface do computador atua como um código*

*que transporta mensagens culturais numa diversidade de suportes. Quando usamos a Internet, tudo a que acessamos - texto, música, vídeo, espaços navegáveis - passa através da interface do navegador e logo, por sua vez, pela do sistema operacional. Na comunicação cultural, poucas vezes um código se limita a ser um mecanismo neutro de transporte, mas sim costuma afetar as mensagens que se transmitem com a sua ajuda.*

## NOTAS

[1] A idéia do conceito em arte parte de Henry Flint Artista do Grupo Fluxus que, em 1962, tentou definir em um ensaio, "A arte do conceito", chegando à seguinte afirmação: "A 'arte do conceito' é antes de tudo uma arte na qual o material é o conceito, assim como, por exemplo, o material da música é o som. Como os conceitos têm íntima ligação com a linguagem, a arte do conceito é uma espécie de arte da qual o material é a linguagem". Este material pode ser visto em <http://radicalart.info/concept/index.html>.

[2] No sentido mais que literal do termo contemporis - tempo atual, imediato.

[3] Traduzido pelo autor. Texto original disponível em: <http://www.artmuseum.net/w2vr/contents.html>

[4] Utilizo aqui o termo hiperespaço como sinônimo de ciberespaço, já definido em comentário anterior como espaço ilimitado atrás da tela do computador, onde tudo vira zeros e uns, o código binário.

## REFERÊNCIAS

- KERCKHOVE, D. *A Pele da Cultura. Uma Investigação sobre a Nova Realidade Electrónica*. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997.
- LEMONS, A. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LÉVY, P. *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- MACLUHAN, M. *O meio é a mensagem*. São Paulo: Hucitec, 1992
- MANOVICH, L. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación - la imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2005
- MOLES, A. *Teoria da informação e percepção estética*. Brasília: UNB, 1978

Interfaces digitais: design? Onde?

MUNARI, B. *Artista e designer*. Lisboa: Edições 70, 2004.

NEGROPONTE, N. *A Vida Digital*. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.

PACKER, R. & JORDAN, K. *Multimedia: from Wagner to virtual reality*. Disponível em <<http://www.artmuseum.net/w2vr/contents.html>>

PRADO, G. *Arte Telemática: dos intercâmbios pontuais aos ambientes virtuais multiusuário*. São Paulo: Transmídia, 2002.

PROSS, H. *Medienforschung* (Investigação da Mídia). Darmstadt: Carl Habel, 1971.