

UMA QUESTÃO DE DESIGN DE COMUNICAÇÃO

Paula Rodrigues *

* Assistente do 1º Triénio da ESEV

"De Alexandre, o Gramático, aprendi o desamor de criticar por criticar; não cair em termos injuriosos em cima do infeliz a quem escapou um barbarismo ou solecismo ou qualquer outro lapso; mas sugerir certeira e o único termo correcto, como quem não quer a coisa, ao fio de uma resposta ou de um complemento explicativo ou de um debate em comum sobre o fundo da questão e não sobre a forma ou por qualquer outro meio de sugestão indirecta que a propósito viesse." (AURÉLIO,1995:11)

Multimédia, publicações on line, Internet, de facto aqui a novidade está na *forma*, e, até porque assim é, *vamos tentar ir ao fundo da questão*.

Comunicação parece-nos a palavra chave. Transmissão - podendo ser em 'directo' e com alcance global - de informação da mais variada ordem, com possibilidade de integração de texto escrito, imagem e som, numa mesma mensagem. Características que não deixam de por em causa referenciais tão 'humanos' como tempo, espaço físico e contactos pessoais, bem como a materialização das mensagens divulgadas através destes novos e globais meios de comunicação/informação.

"Once upon a time things were a lot simpler. Telephone signals ran on telephone wires and radio signals were carried on radio waves. Now, however, those wires and cables are having to work a bit harder. [...] It is the computer that has enabled this sharing to take place. It can reduce text, sound and images to a similar digital form wich can share the same wire. This also provides the bases for the convergence of business that use text, sound and images. [...] The convergence of previously discrete forms of communication is giving rise to new media". (Come Together. «Design» - Outubro 1992)

Dada a sua extraordinária amplitude, até porque é resultado de formas de comunicação outrora independentes ou, quando muito, complementares, não pretendemos tratar de forma exhaustiva o multimédia e as diversas problemáticas relacionadas com a Internet. Vamos, sim, tentar focalizar a nossa abordagem na temática da comunicação, nomeadamente nas questões que advêm da nossa relação com a 'mensagem' cujo suporte é o monitor da computador pessoal.

Justificamos a opção de tentar explorar um pouco a problemática do 'interface' porque, por um lado, a nossa formação de base é 'Design de Comunicação', e, por outro, parece-nos que do ponto de vista dos utilizadores do computador pessoal subsistem inúmeros problemas de comunicação, nomeadamente de comunicação visual, que poderiam e deveriam ser resolvidos com uma maior intervenção dos designers na concepção/produção dos diversos 'objectos' envolvidos neste tipo de comunicação, i.e. desde CD's a páginas da Internet, passando pelas barras de 'scroll' dos programas.

Procuraremos interligar, estabelecer 'links', para usar o jargão adequado, a actual revolução na comunicação entre seres humanos e o que se passou aquando da ampla difusão dos chamados 'mass media', limitando grandemente a nossa abordagem à problemática das artes visuais e do design de comunicação.

MEIOS NOVOS

O homem é um comunicador, utilizou ao longo da história os mais variados meios para transmitir diversos tipos de mensagens.

O aparecimento de um novo meio, 'forma', de transmitir algo foi, e, estamos em crer, será sempre dinamizador de polémicas. A este propósito, vejamos, por exemplo, como a questão dos meios de reprodução/comunicação de massa suscitava em 1976 reflexões sobre a sua especificidade e consequências da sua utilização, nomeadamente para as artes visuais. Considerações de Mikel Duffrenne, que transcrevemos por nos parecerem em larga medida transponíveis para a actual discussão em torno das novas tecnologias: "...vejamos com mais atenção a situação em que é colocada a arte por aquela mesma civilização tecnológica que opera o seu estudo. Paradoxalmente, o fenómeno mais saliente [...] não se refere à criação, mas sim à difusão das obras; mas também é verdade que os meios de reprodução, graças a uma espécie de feed-back, acabam por influenciar a própria produção. [...] Estes meios, ligados evidentemente à comercialização da arte, colocam as obras à disposição de um público imenso, pelo menos sob a forma daquilo a que Malraux chama museu imaginário; graças a estes meios, a arte alcançou uma dimensão planetária [...] alguns destes meios de difusão suscitam eles mesmos artes novas. [...]

Mas o que caracteriza a reprodução não é apenas impor à obra uma metamorfose, é também propor ao público uma óptica nova: essencialmente, a substituição de uma transmissão verbal por um contacto

directo [...] Assim pois, as dimensões novas da experiência transformam ao mesmo tempo objecto e modos de conhecimento." (1982:30-31)

A ênfase na difusão em larga escala, mais do que no conteúdo, a acessibilidade para uma larga maioria, a dimensão global do fenómeno, e finalmente o tipo de contacto estabelecido entre o 'receptor' e a 'mensagem' eram já tópicos de reflexão quando, como nas palavras anteriores, se tratava de reflectir sobre meios de comunicação de massa.

Claro que há factores específicos inerentes à situação actual, como o maior controlo pessoal sobre o que, e em que momento, me interessa mas, como ficou dito, é nosso intuito concentrarmo-nos aqui exactamente no interface.

INTERFACES

Trata-se então de criar pontes entre o possível utilizador e o 'objecto' a que acede através do monitor do seu computador. E relativamente a este ponto cremos que muito ainda está, de facto, por fazer, e que os designers terão um papel determinante na resolução destas questões.

A relação dos seres humanos com os 'objectos', quaisquer que eles sejam processa-se a diversos níveis, desde o que podemos chamar de utilização, ou instrumental, em que tiramos partido das características funcionais dos objectos até ao que poderemos denominar de relação empática com os mesmos. Sem nos alongarmos demasiado, gostaríamos de, a este propósito, referir os problemas de relacionamento levantados pelo grau de complexidade das novas tecnologias ou, se quisermos, a falta de transparência das mesmas ; uma roda, todos sabemos como funciona, mas o mesmo não se passa com um 'micro qualquer coisa'. Muito embora seja também certo que dada a fiabilidade da maioria das máquinas com que lidamos a nossa fé na tecnologia é muitas vezes o suficiente para nos aproximar-mos sem reservas da novidade. De qualquer modo, e dada a complexidade das 'máquinas' em questão, provavelmente a este nível procurar perceber 'como funcionam' não seria o caminho mais viável para facilitar a nossa relação operativa com as mesmas; pretendemos geralmente, e com a urgência que caracteriza a vida actual, tirar partido do seu valor instrumental.

No caso concreto do computador interessa-nos principalmente utilizá-lo e, muitas vezes, isso não é fácil. "However designers can do something about designing the means by which we can work the computer to its full potential. Very few micro-computers are used for more than word processing, but very few

word-processing packages are used to their full capacity. Neither the hard nor the software is designed for easy learning..." (DORMER ,1990:177)

Todos nós ‘descodificamos’ o mundo que nos rodeia com base em determinado modelo cultural que nos determina e que nós determinamos em gerações sucessivas, neste caso, de homens e mulheres ocidentais. " Cada ser humano vive dentro de um certo modelo cultural e interpreta a experiência com base num mundo de formas assumtivas que adquiriu: a estabilidade desse mundo é essencial para que possa mover-se razoavelmente face às provocações contínuas do ambiente e organizar as propostas constituídas pelos eventos externos em um conjunto de experiências orgânicas.[...] Mas entre manter o sistema de assunções em condições de organicidade e mantê-lo absolutamente inalterado, há uma certa diferença. Outra condição de nossa sobrevivência enquanto seres pensantes é justamente a de saber fazer evoluir a nossa inteligência e a nossa sensibilidade de modo a que cada experiência adquirida enriqueça e modifique o sistema das nossas assunções.[...] Temos poucos motivos para reputar universalmente superior o modelo cultural ocidental moderno, mas um deles é justamente sua plasticidade, a sua capacidade de responder aos desafios das circunstâncias pela elaboração contínua de novos modos de adaptação e novas justificações da experiência ..." (ECO, 1976:142)

Acreditando na referida capacidade de ‘digerir’ e tirar partido das modificações do contexto vivencial contemporâneo, resta-nos perceber de que forma um melhor esquema de comunicação visual ao nível específico das novas tecnologias pode contribuir para facilitar esta tarefa.

Torna-se clara a necessidade de estabelecer bases de entendimento em terrenos conhecidos e dominados pela maioria dos utilizadores ou possíveis utilizadores das novas tecnologias. Terrenos como a informação escrita em suporte tradicional (papel), a parafernália de símbolos que invadiram há muito o quotidiano do homem ocidental.... Aliás, esta constatação determinou certamente, o modo como a maior parte das ‘edições’ multimédia são vendidas – os CD’s são geralmente apresentados ao consumidor acompanhados de um livro de instruções impresso em papel!!!!

Este é apenas um dos múltiplos exemplos que comprova a necessidade do tal ‘interface amigável’, de um esquema de comunicação sedimentado em algo indiscutivelmente familiar ao possível utilizador, comprovando simultaneamente que é esta a estratégia que tem sido seguida por quem comercializa estes produtos, embora de uma forma a nosso ver pouco criativa, limitando-se a reproduzir uma solução que, provavelmente, não é a mais adequada e que poderia ser dispensável se os problemas de comunicação visual fossem resolvidos a nível do próprio objecto, i.e. do interface específico, neste caso

do CD, para 'dar a ver' o seu conteúdo. Outro exemplo da necessidade de interfaces pensados na óptica do utilizador, facilitando a comunicação, é a utilização, hoje comum, de interfaces gráficos de manipulação directa.

A vantagem dos interfaces gráficos reside na utilização de ícones facilmente identificáveis pelo utilizador comum, evitando o esforço implícito no acesso directo através do teclado. Vantagem comprovada, nomeadamente por um estudo feito pela Microsoft e pelo Grupo Bull. Este estudo permitiu concluir que quer os utilizadores iniciais quer os já experientes trabalham mais depressa e cometem menos erros utilizando no acesso a um novo programa GUIs (Graphical User Interface) do que TUIs (Text –based User Interface).

Estando comprovado que os interfaces gráficos promovem a 'usabilidade', torna-se perceptível a importância da intervenção dos designers de comunicação nesta área. A concepção deste tipo de interface é um problema básico de comunicação visual. Explorando o poder da linguagem visual damos a ver uma série de 'instruções' ao utilizador. "GUIs require a good basic graphic design sense; an awareness of layout, color texture imagery, signs, icons, symbols and animation."(Into the Interface. «Design» - Outubro 1992)

VIRTUALIDADES

Vivemos actualmente um processo de adaptação à superfície, ao lado aparente destas novas tecnologias. O ser humano, na sua intrínseca necessidade de se exprimir, de comunicar, tem agora a maior das oportunidades, oportunidades que deixaram de implicar uma real materialização do 'conteúdo'. Estamos na era das mensagens virtuais. Se quisermos, estabelecendo novo 'link' com o universo das artes visuais, o abstracionismo levado ao extremo! Toda a mensagem visual que utiliza estes suportes se desmaterializou, como já referimos. Quando a elas acedemos através da Internet está em nós o poder de as materializar no écran. Ainda que por momentos, voltam a ser formas, cores...

Tal como em décadas precedentes os 'mass media' suscitaram inúmeras polémicas, também agora somos confrontados com diversos argumentos pró e contra a utilização de tal meio. Voltando ao início, mais uma vez estamos em crer que o *fundo da questão* é a comunicação e as inúmeras possibilidades que esta nova via abre á humanidade.

"Would we all go to cyberspace or should we resist it as a demoniac form of symbolic abstraction? Does it supplant the real or the real is there, in it, reality itself?"

Like so many true things, this one doesn't resolve itself to a black/white. Nor is it gray. It is, along with the rest of life, black/white. [...] But really it doesn't matter. We are going there whether we want or not. In five years, everyone who is reading these words will have an email address. [...] When we are together in cyberspace we will see what the human spirit, and the basic desire to connect, can create there. I am convinced that the result will be more benign if we go there open-minded, open hearted, and exited with the adventure than if we are dragged into exile.

And we must remember that going to cyberspace, unlike previous emigrations to the frontier, hardly requires us to leave where we have been. Many will find, as I have, a much richer appreciation of physical reality for having spent so much time virtually." ('A Closing Thought' in site - «Interface Vs. Internet»)

O nosso problema de interface permanece válido, e talvez de forma mais premente, a acreditar na futura utilização generalizada e para os mais diversos fins de todos os possíveis serviços on line. "In multimedia and hypermedia environments, designers must work in interdisciplinary teams of cognitive psychologists, graphic designers and content area specialists. Video and sound have to be manageable for the user, and the designers have to make sure that the users don't lose their way, as developing style guides for the look and feel of different types of links and rules for their disciplined use." (Into the Interface . «Design» - Outubro 1992)

Vejamos o exemplo concreto do 'Cybercafe' "At the end of the last century, café society shaped modern thinking and modern culture. Now, at the end of this century, it looks as though café society is going to do it for us again. The difference is that this time, epoch-making conversations are taking place on-line over the Internet, ..." (Internet «Design -The Journal of the Design Council»– Verão de 1996). Eva Pascoe e Gené Teare, como entusiastas da Internet, conceberam este novo tipo de café e fundaram a 'Cyberia Ltd' registando a marca 'Cybercafe'. Por trás da ideia de colocar computadores com acesso à Internet num espaço tão público/ acessível como um café em que se tem normalmente uma postura descontraída e que é tradicionalmente um local de convívio/comunicação (ainda que frente a frente) entre seres humanos parece-nos haver uma vontade clara de desmitificar as novas tecnologias (deixamos de lado a vertente economicista da ideia sob pena de nos afastarmos do tema que pretendemos aqui abordar). Esta vontade apoia-se duplamente na criação de 'ambientes amigáveis'. Primeiro, na utilização do conceito tradicional de café, já referido, e depois, no esforço feito para que o menu de acesso á Internet fosse simples. O mesmo conceito presidiu à criação do Cyberpub, outro local onde se pode aceder à Internet e simultaneamente usufruir do ambiente e serviços prestados em

qualquer outro bar; neste caso os proprietários afirmam : " Other people have spent their money on the design of the café. Ours went on the development of the software which makes the Internet easy to use.[...] The user system is set up for the novice with easy on-screen prompts which take the misery out of starting up a PC net package. This approach was originated by Ciberia, whose interface is also very simple."

Falámos de comunicação, de são novos meios que, pondo à disposição do homem possibilidades fantásticas de comunicar, são também um desafio à sua capacidade de os otimizar, tornando-os realmente acessíveis à generalidade dos possíveis utilizadores.

Estas novas tecnologias sobre as quais procurámos reflectir são a nosso ver fruto da cultura milenar da humanidade, uma etapa que outras, anteriores, faziam adivinhar na promoção de um diálogo global.

BIBLIOGRAFIA

AURÉLIO, Marco – *Pensamentos* , Relógio de Água, 1995.

BAKER, Robin – Come Together . «Design The International Magazine for Designers and Their Clients» - October 1992.

DORMER, Peter – *The Meanings of Modern Design*, Londres, Thames And Hudson, 1990.

DUFRENNE, Mikel – *A Estética e as Ciências da Arte*, Amadora, Bertrand, 1982.

ECO, Humberto – *Obra Aberta*, São Paulo, Prespectiva, 1976.

HORSHAM, Michael – *The Rise of the Cyberbrand* «Design – The Journal of the Design Council» Summer 1996.