

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ARTES
Mestrado em Multimeios

**ESTUDO DAS PUBLICAÇÕES NOS SUPORTES INFORMÁTICOS:
O DESIGN DO JORNAL ON-LINE**

Maria de Fátima Affonso Gamallo

Dissertação de Mestrado apresentada
ao Curso de Mestrado em Multimeios
do Instituto de Artes da UNICAMP,
como requisito parcial para a obtenção
do grau de Mestre em Multimeios sob a
orientação do Prof. Dr. Júlio Plaza

CAMPINAS, 1998

G14e

37613/BC

UNICAMP
BIBLIOTECA CENTRAL

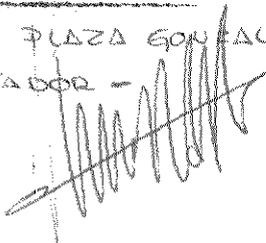
DADE	BC
CHAMADA:	
Ex.	
AMBO BC/	37.613
DOC.	229.199
C	<input type="checkbox"/>
D	<input checked="" type="checkbox"/>
RECO	R\$ 11,00
DATA	05/05/99
CPD	

CM-001228B5-2

G14e	<p>Gamallo, Maria de Fátima Affonso</p> <p>Estudo das publicações nos suportes informáticos : o design do jornal on-line / Maria de Fátima Affonso Gamallo. -- Campinas, SP : [s.n.], 1998.</p> <p>Orientador : Julio Plaza.</p> <p>Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas , Instituto de Artes.</p> <p>1. Computadores e civilização. 2. Comunicação Visual. 3. Internet (redes de computação). I. Plaza, Julio. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Artes. III. Título</p>
------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Esta exemplar é a redação final da tese defendida por MARIA DE FATIMA AFFONSO GAMALLO aprovada pela Comissão Julgadora em 18 / 01 / 1999

PROF. DR. JÚLIO PLAZA GONZÁLEZ
- ORIENTADOR -



*Para Víctor ,
que desde o momento do meu
ingresso no programa passou
a acompanhar-me*

Agradecimientos

ao Manolo, pelo apoio, incentivo, companheirismo, paciência e compreensão.

à Ruth , minha mãe, grande incentivadora, pela prestatividade e disponibilidade constantes.

ao Prof. Dr. Júlio Plaza, pela indicação dos melhores caminhos durante a orientação.

ao Prof. Dr. Gilberto Prado, pela oportunidade que me deu ao aceitar-me como aluna especial no programa, abrindo meu caminho, estimulando meu interesse pela pesquisa e incentivando o meu trabalho.

aos meus irmãos e cunhados pelo apoio e pela ajuda prestada na infra-estrutura para realização de alguns trabalhos com equipamento e programas.

à grande amiga Luisa Donati, pela providencial ajuda em Campinas e pelas informações sempre importantes que me passou.

à amiga-irmã Ida Júlia, pelo incentivo e apoio emocional.

aos colegas Adriana Nogueira, Ana Chagas, Flávio Craveiro, Hélia Vanucchi, Hélio Carvalho, José Caetano, Kellen Junqueira, Nádia Senna , Paulo Donizeti , pela companhia e troca de experiências.

à minha prima Aleksandra Demberi pelo apoio em São Paulo.

à CAPES – pela concessão da bolsa que possibilitou a realização deste trabalho.

aos colegas da Secretaria da CPG, que sempre atentos às burocracias normais das instituições, estiveram alertando sobre o cumprimento de prazos e normas.

aos editores, webmasters e webdesigners que responderam minhas questões via e-mail e forneceram dados importantes para a realização deste trabalho.

Resumo

Através de um levantamento sobre a relação entre o surgimento de novas técnicas e seus reflexos sobre as formas de transmissão de conhecimento, elegemos o jornal para este estudo como um importante veículo para difusão de informação em qualquer meio.

O design desta informação, ou discurso gráfico, é o tema principal aqui abordado, enfocando especialmente os processos de criação e produção gráfica, no que compreende a construção de uma comunicação visual, a princípio para a impressão e em seguida para a publicação on-line, esta pesquisa vem ressaltar as similaridades e disparidades entre os suportes, bem como o estabelecimento de padrões e normas.

A proposta de análise de sites de quatro jornais on-line visa a constatação de como se dá esta passagem do suporte papel para o suporte informático, e a comparação entre as diferentes publicações, bem como das várias versões de um mesmo site são feitas a fim de evidenciar esta fase de experimento e busca por soluções ideais.



Apresentação

A partir dos primeiros contatos com a rede Internet e todo um universo de novidades que veio atrelado a ela, e tendo feito algumas conexões com BBSs antes de ter acesso a Rede, minha atenção fixou-se principalmente nas diferenças entre os dois ambientes gráficos. Fiquei instigada a fazer uma comparação entre os dois sistemas, mas a idéia ainda não amadurecera o suficiente, faltava definir uma metodologia. Foi ao ler a obra Videografia em Videotexto, de Júlio Plaza (1986) que pude observar um caminho de análise, não comparativa, mas de um novo sistema baseado numa iconografia própria.

Ao aprofundar-me no tema deparei-me com o fato de que, com a chegada da Internet comercial ao país, os BBSs já não eram em grande número e aqueles que continuaram estavam mudando os sistemas e adotando ambientes gráficos similares aos da Web. O que me levou a abandonar a primeira idéia e a concentrar as minhas pesquisas no ambiente da multimídia. Pensava então em analisar algumas produções para CD-ROM e outras para Web, sempre sobre o aspecto do *design* aplicado a estes meios, mas a amplitude do tema levou-me a um novo recorte. E minha análise fica então delimitada ao *design* do jornal *on-line*.

Durante toda esta fase de definição da temática e busca de uma metodologia, foram muito importantes as discussões nas aulas dos Professores Júlio Plaza e Gilberto Prado. A participação na implantação do projeto wAwRwT, também coordenado por Gilberto Prado foi de grande valor, pois a experiência na criação de um site e na análise de sites de arte possibilitou a construção de uma visão mais crítica sobre o meio.

A proposta deste trabalho é fazer um estudo comparativo deste *design* multimídia entre quatro publicações *on-line*: Folha de São Paulo, O Estado de São Paulo, ou Netestado, O Globo, ou Globo On e Jornal do Brasil, ou JB On-line. Estarei fundamentando este trabalho na pesquisa feita por Júlio Plaza e Sônia Fontanezi, intitulada Análise Visual Gráfica Comparativa de 12 Jornais de São Paulo, realizada entre 1977 e 1978, e da valiosa contribuição para a compreensão da visualidade da imprensa e que indica o caminho da semiótica para uma análise do jornal, enquanto um sistema macroestético.

Ao estruturar esta pesquisa fiz a opção de situar e comparar momentos da história da civilização em que novas tecnologias surgiram e modificaram o curso dos acontecimentos. Assim a introdução descreve o momento atual como um pano de fundo para as transformações trazidas pela difusão do emprego das novas tecnologias, das redes telemáticas e toda uma gama de possibilidades existentes no campo da comunicação, como o jornal *on-line*, apresentado como objeto deste estudo.

A primeira parte, denominada "A", aborda os aspectos históricos da técnica, bem como seus impactos sobre a evolução do homem. Assim, no Capítulo 1, a ênfase é para a evolução tecnológica e a transmissão de conhecimento através de um levantamento cronológico sobre o desenvolvimento de técnicas que tiveram reflexos nas formas de apreensão da informação, desde os primeiros processos de registro até as possibilidades advindas a partir da implantação das formas de reprodução mecânica da escrita, como o nascimento dos jornais. A partir daí, enfoca paralelamente o trabalho dos primeiros tipógrafos, pioneiros na criação e aperfeiçoamento de todo o material impresso, os quais estiveram profundamente ligados ao desenvolvimento das técnicas, aos experimentos estéticos e até na elaboração de conteúdos, e que foram os responsáveis pelo estabelecimento de padrões que visavam "guiar" o leitor no processo de leitura. Com a evolução técnica deu-se a especialização profissional, surgiram os especialistas em criação visual, os diagramadores e os atuais *designers* gráficos.

No capítulo 2, o impacto causado pela chegada de novas tecnologias sobre as anteriores, bem como sobre as formas de apropriação destas pelos usuários, fazendo analogias entre épocas limítrofes é o tema abordado. No capítulo 3, denominado a Macroestrutura do meio *on-line* relacionamos as configurações já empregadas para a formatação da informação *on-line*, iniciando pelo Videotexto, passando pelo BBS como meios precursores da Internet e especificamente da WWW, situando a presença da mídia tradicional - Jornal, Rádio e TV - no novo meio.

A formação de um repertório próprio do meio é o título do capítulo 4, que identifica as novas ferramentas para criação no meio digital, enfocando a construção de páginas *Web* e trata também da questão da inserção da imagem como ilustração do texto informativo e o crescimento progressivo deste uso até a comunicação contemporânea marcada pela inflação e manipulação de imagens. O processo criativo do *designer* neste meio, encerra o capítulo e a primeira parte deste estudo.

Na parte denominada "B" têm início as leituras aplicadas para a análise dos sites dos jornais selecionados. Iniciando com a análise das *Home Pages* e das principais páginas *Web*, que compõem o site, como aquelas que contém as atualizações das notícias em tempo real, e alguns recursos utilizados, como tipologia, *links*, emprego de publicidade e vínculos com a publicação impressa, com isso, pretendemos atingir objetivo final que é através deste estudo obter um panorama da visualidade atual destes que são os principais sites brasileiros baseados em informação.

Todo o texto aqui escrito contém determinados termos que tornaram-se parte do repertório de quem utiliza a rede Internet, expressões como hipertexto, ciberespaço, hipermídia, metáforas como navegar, carregar imagens, neologismos como os

verbos, *acessar*, *clicar* ou a incorporação de palavras e expressões em inglês, idioma oficioso da rede, tais como *browser*, *view*, *mouse*, *on-line*, *home page*. Optamos por empregar os termos conforme são usados no dia a dia, pois algumas traduções causariam estranheza e dificuldade de compreensão. Já na fase final deste trabalho a Academia Brasileira de Letras publicou um novo vocabulário, contendo várias destas palavras, que acabam por ser incluídas em nossos dicionários devido ao grande emprego na linguagem verbal.

Ao iniciar uma análise sobre jornais *on-line* estaremos utilizando o repertório Internet associado a termos vinculados à produção jornalística e ao design, procuramos deixar claro os significados destes termos no próprio decorrer do texto, mas a título de informação, foi montado um glossário, o qual encontra-se no final deste trabalho.

Índice

	12
Apresentação.....	7
Introdução.....	17

PARTE A

Capítulo 1

1 Evolução tecnológica e transmissão de conhecimento.....	21
1.1 Cenas do cotidiano no jornal ilustrado.....	23
1.2 De tipógrafo a designer: criando padrões	24
1.2.1 Efeitos estéticos e funcionais.....	25
1.2.2 O surgimento da imprensa: transmissão de informações.....	27

Capítulo 2

2 O impacto das novas tecnologias da comunicação	31
2.1 Momento de transição: analogias entre épocas limítrofes.....	33
2.2 A efemeridade do novo.....	34
2.3 A assimilação das informações.....	38
2.3.1 A simulação do novo.....	40

Capítulo 3

3 A macroestrutura do meio <i>on-line</i>.....	42
3.1 Novas configurações para a informação.....	45
3.2 O videotexto.....	46
3.3 O BBS.....	49
3.4 A Internet.....	50
3.4.1 A Web.....	51
3.4.2 A mídia tradicional na teia.....	55

Capítulo 4

4 A formação de um repertório próprio do meio.....	57
4.1 As ferramentas.....	59

	13
4.2 O hipertexto.....	62
4.3 As faces da imagem na rede.....	64
4.3.1 As formas visuais do texto.....	66
4.3.2 A leitura dos códigos justapostos.....	67
4.3.3 A imagem como um componente da hipermídia.....	70
4.4 O processo criativo na Web.....	72

PARTE B

1. Leituras Aplicadas: Análise dos Sites de Jornais.....	75
1.1 Sites baseados em informações.....	76
1.2 A Home page.....	78
1.2.1 Jornal do Brasil	78
1.2.2 O Estado de São Paulo.....	85
1.2.3 O Globo.....	92
1.2.4 Folha de São Paulo	98
1.3 A Primeira página impressa: metáfora.....	105
1.4 As últimas notícias: atualização.....	107
1.5 O logotipo: identidade.....	113
1.6 A definição da tipologia: limites.....	115
1.7 A inserção de anúncios: interferência.....	120
Conclusão.....	128
Bibliografia.....	133
URL – WWW.....	137
Glossário.....	141

Índice de figuras

Figura 1 - Aparência do menu do browser da Netscape.....	62
Figura 2 - Origem da página – HTML	74
Figura 3 - Logotipo JB Online.....	78
Figura 4 - Primeira versão analisada da home page do JB Online.....	78
Figura 5 - Applet em Java na home page do JB Online.....	79
Figura 6 - Logotipo do Jornal do Brasil como imagemap.....	79
Figura 7 - Comparativo entre duas versões do site do JB Online.....	80
Figura 8 - Ícones usados na home page do JB Online.....	80
Figura 9 - Menu drop down na nova home page do JB Online.....	81
Figura 10 - Link para galeria de fotos – JB Online.....	82
Figura 11 - Links do JB Online para WSJ e página de esportes.....	83
Figura 12 - Outros links do JB Online: conteúdo exclusivo.....	84
Figura 13 - Logotipo Netestado	85
Figura 14 - Primeira versão analisada da home page do Estado de S. Paulo.....	85
Figura 15 - Aparência da home page do Estado de acordo com a configuração de resolução de vídeo.....	86
Figura 16 - Visualização do conteúdo da home page do Estado.....	87
Figura 17 - Reformulação do site do Estado de S. Paulo.....	89
Figura 18 - Aparência do novo site na resolução 800X600.....	90
Figura 19 - Opções de acesso no novo menu da home page do Estado.....	90
Figura 20 - Home page do Estado: link para versão em inglês.....	91
Figura 21 - Suplementos na edição on-line do Estado.....	91
Figura 22 - Mapa do site do Estado de S. Paulo.....	91
Figura 23 - Logotipo Globo On.....	92
Figura 24 - Primeira versão analisada da home page do Globo On.....	92
Figura 25 - Reformulação do site do Globo On.....	93
Figura 26 - Menu drop down: opções de navegação pelo site do Globo On.....	93
Figura 27 - Aparência da home page do Globo On de acordo com a resolução de vídeo.....	94
Figura 28 - Nova modificação na home page do Globo On.....	94
Figura 29 - Outras alterações na home page do Globo On.....	95
Figura 30 - Globo On: links para imagens da cidade.....	96
Figura 31 - Globo On: links para editorias especiais.....	97
Figura 32 - Logotipo da Folha de S. Paulo.....	98
Figura 33 - Folha: semelhança entre edições on-line e impressa.....	99
Figura 34 - Poucas alterações ocorreram no site da Folha.....	99
Figura 35 - Folha: semelhança com o jornal impresso dobrado.....	100

Figura 36 - Página do site do UOL que informa sobre restrição de acesso.....	101
Figura 37 - Uso de Fotografia na home page da Folha.....	101
Figura 38 - Índice de notícias da Folha.....	102
Figura 39 - Índice de notícias do Estado.....	103
Figura 40 - Índice de notícias do JB Online.....	103
Figura 41 - Índice de notícias do Globo On.....	103
Figura 42 - Páginas de Forum no Estado e na Folha.....	104
Figura 43 - Imagem da primeira página impressa do Globo e da Folha.....	105
Figura 44 - Folha: Link mostra imagem fac-símile da capa.....	105
Figura 45 - Globo On: Primeira página como imagem mapeada.....	106
Figura 46 - Globo On: Manutenção da chamada principal em destaque.....	106
Figura 47 - Link e página com as últimas notícias – 1ª versão.....	107
Figura 48 - Últimas notícias na nova versão do JB online: poucas alterações.....	107
Figura 49 - Folha: link para últimas notícias, chamadas e textos.....	109
Figura 50 - Globo On com link Mais Notícias - 1ª versão.....	110
Figura 51 - Nova versão Globon On: link para Plantão, com chamadas e textos.....	110
Figura 52 - Estado tem link para últimas notícias da Agência Estado – 1ª versão.....	112
Figura 53 - Estado: página com últimas notícias apresentando poucas mudanças.....	112
Figura 54 - Logotipo recente da Folha de S. Paulo.....	113
Figura 55 - Comparativo entre os logotipos usados pelo Estado.....	113
Figura 56 - Comparativo entre logotipos usados pelo Globo On.....	114
Figura 57 - Comparativo entre os logotipos usados pelo JB Online.....	115
Figura 58 - Definição de fonte: alteração de tamanho.....	116
Figura 59 - Alterações de fontes na página do JB Online.....	118
Figura 60 - Alterações de fontes na página da Folha.....	119
Figura 61 - Anúncio com animação no site da Folha.....	120
Figura 62 - Anúncio no rodapé da home page da Folha: pouca interferência.....	121
Figura 63 - Presença de anúncio na home page do JB Online – 1ª versão.....	122
Figura 64 - Anúncio com animação no site do JB Online.....	122
Figura 65 - Site do Estado: boa solução para inserção de anúncios.....	124
Figura 66 - Estado: anúncio no rodapé.....	125
Figura 67 - Estado: imagemap leva a uma página somente com anúncios.....	125
Figura 68 - Presença de anúncio no site do Globo On - 1ª versão.....	126
Figura 69 - Globo On: anúncio em grande destaque na nova versão.....	126
Figura 70 - Globo On: anunciante também apresenta apoio cultural	127

Introdução

Estamos passando por um momento de transição, onde vivenciamos o emprego dos novos meios, porém sem o total abandono dos anteriores. A tecnologia é o grande agente destas transformações, porque é através da evolução técnica que estão ocorrendo as mudanças, como sempre foi historicamente.

Uma das principais características deste período, consequência do emprego destas novas tecnologias, é uma sensível mudança em nossa percepção do tempo e do espaço. Abrem-se novas possibilidades para a comunicação e para a produção artística. Novos contatos são possíveis entre pessoas que estejam nos mais longínquos pontos. É a tecnologia eliminando as distâncias.

Se, estando em outra parte do mundo, que não o seu país de origem, um cidadão quisesse ler o seu jornal habitual, teria que recorrer a pontos de venda especializados, dependendo do nível do local onde estivesse, bem como do grau de projeção de seu país natal em nível mundial, ou solicitar uma remessa, que estaria chegando sempre com atraso. Hoje é possível estar do outro lado do mundo e ler o seu jornal favorito *on-line*, sabendo inclusive das últimas e mais importantes notícias em tempo real.

As possibilidades e formas de acesso à informação estão sendo bastante ampliadas, o que influi na construção do conhecimento, ou seja, através de um sistema de hipermídia cria-se a liberdade de busca de informação de acordo com a necessidade ou desejo de cada um. Este sistema composto por imagens - estáticas ou em movimento - e sons vinculados a uma rede de tópicos de texto associados - o hipertexto - está se apresentando como alternativa, ou como evolução das antigas técnicas de escrita e impressão.

As estatísticas apontam para um grande crescimento do número de usuários da rede Internet, especialmente de sua interface gráfica, ou seja, a World Wide Web, ou WWW. Este tem sido considerado um espaço democrático para as 'publicações' - termo que será empregado neste trabalho na acepção de edição, ou de tornar público - qualquer um pode desenvolver uma *home page* e colocá-la na rede. Este também foi eleito o ambiente para a publicação dos jornais *on-line*, alguns criados especificamente para o novo meio, isto é, sem vínculo nenhum com os convencionais jornais ou revistas impressos, outros como versões ou edições *on-line* dos jornais tradicionais.

O jornal *on-line* não é uma novidade trazida pela Internet, ou pela WWW, o mesmo conteúdo da edição em papel, ou uma adaptação deste já esteve presente em Videotexto, Teletexto e BBS. O que há de novo agora é uma maior capacidade e desempenho, bem como uma maior utilização dos recursos multimídia disponíveis na rede, o que resultou na popularização da mesma.

A edição diária e constantemente atualizada do jornal *on-line* traz as informações para a tela do computador com uma apresentação interativa que possibilita ao leitor uma nova forma de

acessar as mesmas. Esta forma de apresentação é o *design* da informação que na criação multimídia não é somente diagrama e desenho, passando a incorporar outros elementos funcionais, os quais terão reflexos na visualização, navegabilidade e acessibilidade desta informação.

O design da informação, como veremos ao longo deste trabalho, remonta aos tempos primordiais da tipografia, com a preocupação destes primeiros artistas gráficos em criar tipologias que facilitassem a leitura, além de valorizar esteticamente a publicação. A tecnologia trouxe novas máquinas para a criação e reprodução de impressos, as quais foram surgindo de tempos e tempos. Acompanhando esta evolução, o design também foi adaptando-se, criando algumas técnicas para cálculo e dispositivos para facilitar a visualização dos projetos gráficos. Com a transformação dos pequenos diários em grandes empresas o salto de qualidade com referência tanto ao conteúdo, como à apresentação gráfica do jornal ficou bastante evidente.

Especialistas em história da imprensa afirmam que a mesma não acompanhou a evolução tecnológica com a mesma velocidade com a qual foram surgindo novas máquinas e técnicas de produção, que trouxeram novas possibilidades em termos de ganhos de qualidade, de eficiência, de tempo de produção e de automação. Mesmo um tanto anacrônica, a indústria gráfica, no caso aqui enfocada aquela relacionada à produção de jornais, foi absorvendo estas novas tecnologias com o decorrer do tempo e a partir de cada salto de qualidade proporcionado pelo emprego de uma nova máquina, esta evolução sempre foi noticiada pelo próprio jornal, desde uma nova técnica de impressão até a inserção dos primeiros computadores, que no início foram empregados no processo de fotocomposição para off-set, até a informatização em todo o processo de produção do jornal.

Por outro lado, além do ganho em termos de qualidade da impressão e de recursos gráficos disponibilizados com a evolução técnica refletindo sobre o conteúdo do jornal, o ganho na velocidade de produção também deve ser considerado como um fator importante, pois permitiu levar ao leitor o que ele mais desejava, ou seja, informações recentes. No entanto neste requisito o jornal impresso passou a perder espaço diante da concorrência de meios como o rádio e a TV.

Fidler (1997:235) ressalta que a eletricidade e todas as tecnologias de comunicação subseqüentes tiveram grande impacto sobre expectativas de notícias e instantaneidade da informação, aumentando a avidez por informações por parte do receptor. Com as novas tecnologias de comunicação o jornal *on-line* veio devolver às publicações a possibilidade de continuar concorrendo para dar uma informação em primeira mão, tentando superar agora, não só o concorrente no mesmo meio, mas em toda a mídia. Ou seja, o tradicional jornal impresso, colocando seu conteúdo disponível *on-line*, volta a poder associar o seu nome à

eficiência de publicar as informações mais recentes e precisas.

O design acompanhou esta evolução da indústria gráfica, e algumas vezes foi aplicado pelos jornais como importante recurso na busca pela manutenção de sua posição frente a concorrência de novos meios, mas o grande desafio para os artistas gráficos veio justamente com o surgimento de meios e suportes alternativos ao papel, que além de trazer novas ferramentas para criação, as quais precisam ser experimentadas em exaustão, para se definir as possibilidades geradas pelas novas tecnologias, devem tentar equilibrar o emprego destes novos recursos, em forma de linguagens que se acoplam ao discurso gráfico, com os fundamentos básicos de design e estética, a fim de proporcionar uma leitura agradável para o usuário.

PARTE A

Capítulo 1

1- Evolução tecnológica e transmissão de conhecimento

“Quando a tecnologia estende ou prolonga um de nossos sentidos, a cultura sofre uma transposição tão rápida quanto rápido for o processo de interiorização da nova tecnologia”

Marshall McLuhan

Até meados de 1998 acreditava-se que há mais ou menos seis mil anos os Sumérios deram início ao processo da escrita ao registrar em argila o número de ovelhas que tinham. No final do mesmo ano novas descobertas creditam aos egípcios o mérito de ser a civilização que primeiro fez uso de uma forma de registro de dados. Levando em conta a iniciativa dos Sumérios, visto que em referência às novas descobertas, ainda não se dispõe de informações mais abrangentes, pode-se dizer que objetivo inicial da escrita não era contar estórias, mas a criação de um processo de registro de negócios. Aproveitando-se do potencial desta nova técnica as primeiras estórias só foram surgir cerca de mil anos depois (Rada, 1991: 2). Fazendo uma analogia pode-se dizer que o início da difusão do uso do computador, principalmente no caso do computador pessoal, também deu-se através de necessidade de controle de contas e negócios, quando programas de cálculo e planilhas, como o *Lotus 123* começaram a ser usados, e somente algum tempo depois, é que se fez uso deste equipamento para escrever, trabalhar e editar textos.

Historicamente a escrita passou a ser uma forma de elaborar registros para documentos, principalmente de fins comerciais, políticos e religiosos, desde os Sumérios, passando pelos Egípcios até atingir os outros povos. Pierre Lèvy (1993:71) diz que todos os sistemas de representação e notação criados pelo homem, incluindo a escrita, tem por função semiotizar, ou seja criar um sistema de símbolos para traduzir os sistemas confusos de linguagem, sensação e memória, formadores do real.

Com o tempo novas técnicas de gravação foram surgindo, assim como uma grande variedade de suportes, conforme nos diz Júlio Plaza (1986:38) "Inventada a escritura, restava conservá-la através dos tempos e espaços. Ideou-se a escrita sobre pedra, metal, ouro, bronze, chumbo, lâminas de cobre que, unidas por anéis, terminaram por criar o livro". A cada época os sistemas de notação e difusão de informações foram registrados de acordo com os meios técnicos e suportes disponíveis.

Entre os suportes utilizados podemos citar ainda a madeira e as peles curtidas, até chegar ao papel, uma invenção chinesa que gradualmente foi sendo inserida no Ocidente. Várias matérias primas foram empregadas na fabricação do papel, entre elas o algodão, linho, cânhamo e várias espécies de madeiras, "o papel hoje é o suporte privilegiado e um dos pilares da civilização humana" (Plaza, 1986:39)

O primeiro livro impresso que se tem conhecimento foi produzido na China, por volta do ano 868, trata-se do *Diamond Sutra*, mas acredita-se que outros existiram anteriormente. Os Japoneses e Chineses usavam regularmente blocos de madeira esculpido em relevo para produzir material referente à religião Budista. Mais tarde a técnica foi trazida para o Ocidente, sendo empregada também na produção de ilustrações de manuscritos religiosos.

Nesta época o ofício de preparar textos era uma tarefa bastante difícil e que tomava muito tempo. As letras eram desenhadas de forma rebuscada manualmente, um verdadeiro trabalho

artístico. O mundo começou a sofrer mudanças com o surgimento da prensa de tipos móveis, quando por volta de 1440, este aparato técnico foi usado por Johannes Gutemberg para produzir o primeiro livro impresso com 42 linhas por página, a Bíblia, também conhecida como a *Bíblia de Gutemberg*.

No entanto como é comum num período de transição, quando surge uma nova tecnologia, o abandono da anterior não é imediato. Os antigos manuscritos ainda não tinham uma normalização e imitavam a comunicação oral (Lèvy,1993:97). Também os primeiros textos produzidos através das técnicas de impressão conservavam a mesma aparência dos manuscritos, cerca de um século se passou, até que impressores e leitores aceitaram que os novos documentos não tinham que necessariamente parecer-se com os manuscritos. (Rada, 1991:3)

1.1- Cenas do cotidiano no jornal ilustrado

A nova técnica de impressão, é considerada um marco no desenvolvimento da civilização, pois a partir de então iniciou-se um dos períodos mais férteis, em se tratando da evolução da humanidade. A impressão transformou o modo de transmissão de textos, a disponibilidade destes teve um aumento incomensurável, se comparada à quantidade existente no período dos manuscritos, possibilitando ainda a associação de vários textos e a germinação de um comportamento mais analítico por parte do leitor. Para Pierre Lèvy (1996:101) além da difusão dos livros, a impressão viabilizou a existência dos jornais, "fundamento da opinião pública".

Os impactos provocados no comportamento social a partir do emprego de uma nova tecnologia podem ser constatados ao longo da história. No caso específico das técnicas de impressão, pode-se dizer que de início foram modificadas as formas de transmissão do conhecimento, principalmente em relação a uma educação formal, e em seguida trouxe outras possibilidades de emprego destas novas técnicas, como o surgimento de veículos de informação, ou seja, publicações com certa periodicidade e voltadas para a difusão de informações de interesse geral, o que certamente tem como um dos principais reflexos sociais, o estabelecimento de comunidades mais coesas

Walter Benjamin (1985:167) ressalta que a reprodução técnica da escrita foi um passo importante, mas que ganhou ainda mais força a partir do início do século XIX, com o surgimento da litografia, que deu impulso a arte gráfica e possibilitou a utilização do desenho para ilustração das cenas cotidianas, colocando-o a serviço da imprensa e abrindo caminho para o surgimento do jornal ilustrado. A informação que até então limitava-se aos textos compostos pelas tipografias, passa a estar contida também em ilustrações, e conseqüentemente, populariza-se, não está mais restrita a um pequeno grupo. Uma outra

mudança percebida é em relação à velocidade de transmissão desta informação, que é acelerada, entretanto o seu conteúdo, lido através de imagens é por vezes diminuído, esvaziado ou ainda , alterado.

Através da história pode-se ver como as mudanças, principalmente no comportamento, ocorrem lentamente, mesmo com o surgimento de novas tecnologias, no caso da composição e aparência dos primeiros impressos, não se levava em conta a legibilidade, mas a tradição. Conforme cita Júlio Plaza (1986:34), "A aprendizagem de um novo meio sempre se faz pela referência e comparação a outros já conhecidos" .

Rafael Sousa Silva cita na introdução de seu trabalho *Diagramação, o planejamento visual gráfico na comunicação impressa*, que a força do discurso gráfico impresso nas páginas dos jornais é o que atrai a atenção de leitores que se postam frente a uma banca de jornal para ler as principais manchetes, definindo a princípio a expressão discurso gráfico como "o conjunto dos elementos visuais de um jornal, livro, revista, cartaz ou tudo que seja impresso" (1985:13). Sem dúvida, esta é uma das principais funções do discurso gráfico, ou seja, enfatizar as cenas cotidianas e as expor de forma atrativa nas páginas dos jornais.

1.2- De tipógrafo a designer: criando padrões

Os primeiros tipógrafos não eram muitos e foram levados ao desenvolvimento da técnica por interesse comercial ou por curiosidade em manipular o aparato que possibilitava a reprodução da escrita. O início desta atividade não tinha ainda as características de produção em escala industrial, volume só alcançado no século XIX, e a atividade era cercada por uma certa aura mística, o tipógrafo era visto como um alquimista. Esta visão, por parte dos leigos, era difundida, até com certo interesse por determinados centros de poder, sempre relacionando o texto impresso e a palavra escrita à coisas ligadas ao diabo.(Martins, 1996:166)

Estes primeiros impressores tinham que preocupar-se com diversos detalhes, desde a infraestrutura da tipografia até a aparência do documento final impresso (Dondis, 1997:205) Entre as atividades a que se dedicavam estavam o desenho do seu próprio tipo de impressão, a fundição deste em metal, a montagem de prensas, a escolha e aquisição de papel, a pesquisa e o desenvolvimento de tintas adequadas, a venda de seus serviços e freqüentemente a elaboração de textos que desejavam imprimir.

"Os grandes impressores do século XVI eram ao mesmo tempo letrados e humanistas, técnicos e exploradores de um modo de organização do saber e das trocas intelectuais" cita muito bem Pierre Lèvy (1993:108). Durante os séculos XVI e XVII os impressores estiveram aperfeiçoando cada vez mais o seu ofício, buscando uma melhor apresentação do texto impresso através do estabelecimento de certas regras. Alguns destes dedicados artistas-operários deixaram seus nomes registrados na história ao criarem designs de tipos, os quais

ainda hoje são usados, tais como, Bodoni e Garamond, entre outros.

Um outro exemplo de dedicação à tipografia, baseada numa formação humanista é Aldo Manúcio, impressor veneziano, que decidiu imprimir pessoalmente as grandes obras da literatura mundial. Seu legado para a técnica de impressão foi a transformação dos grandes volumes dos livros em uma peça mais facilmente manipulável, com a criação do *in octavo* e ainda do caractere conhecido como itálico ou grifo. Uma das versões de um programa para editoração eletrônica foi batizada com o nome de Aldus, certamente uma homenagem que uma grande empresa de desenvolvimento de *softwares* quis fazer ao tipógrafo, embora, com certeza muitos dos atarefados usuários do programa talvez nem tenham se dado conta desta intenção.

Gradualmente os tipógrafos foram introduzindo recursos, criando padrões a fim de assim facilitar a navegação através do texto impresso, além de tornar a leitura mais agradável e acessível, entre estes recursos podemos citar a criação de uma página de título, cabeçalhos, índices e a exploração do branco. Mais uma vez a evolução técnica provoca mudanças na forma com que o homem compreende o mundo a sua volta. Com os jornais ilustrados, tanto a palavra impressa como a imagem ilustrativa proporcionam uma nova forma de ler/ver o mundo.

A utilização de novos recursos exigiu mais dos profissionais que trabalhavam na criação de material para impressão. Este profissional precursor do designer gráfico era altamente especializado, mas era visto por pintores e críticos como um operário-artista ou artista-comercial. Esta imagem só mudou com o interesse demonstrado pela escola *Bauhaus* (1919) em resgatar as técnicas de impressão, numa tentativa de descobrir as possibilidades desses processos, e a diversidade de sua maquinaria, o que acabou resultando em um novo perfil dos materiais impressos (Dondis, 1997:206). Com o crescente interesse pelas técnicas ligadas à impressão, o artista-gráfico ou *designer* aprendeu a trabalhar em harmonia com o impressor, o que resultou no crescimento do profissional e na melhoria da qualidade da impressão.

1.2.1- Efeitos estéticos e funcionais

O design gráfico para impressão está embasado no conceito da hierarquia da informação, a composição tipográfica tornou possível a expressão formal deste conceito. A criação de publicações obedecendo a certas convenções como o uso de caractere itálico para marcar uma palavra proveniente de língua estrangeira ou o nome de uma obra de arte, ou ainda o emprego do negrito para dar ênfase, ou o posicionamento de colunas dando o direcionamento da leitura e favorecendo o fluxo do texto, criou uma certa padronização em se tratando da cultura ocidental, levando em consideração aspectos estéticos na montagem e finalização das publicações, bem como a funcionalidade, ou seja, a recepção daquele que estará lendo e manipulando-as.

McLuhan observou que " a página impressa constituiu em si mesma uma forma altamente especializada (e espacializada) de comunicação". Mesmo depois da tipografia, com a introdução de máquinas de fotocomposição e o processo de impressão em *off-set*, poucas mudanças ocorreram com relação aos padrões preestabelecidos na formatação de texto e no *design* de páginas de publicações como jornais e revistas. Apenas foram introduzidos alguns recursos gráficos oferecidos pelos novos equipamentos. Uma vez que o receptor já estava totalmente adaptado e familiarizado com o conjunto de signos que o levavam a compreensão das informações que lhe chegavam via material impresso, não haveria sentido ou funcionalidade na adoção de um novo código, pois " todo processo de comunicação implica um processo de significação, onde o sinal é uma forma significativa que o destinatário deverá preencher com significados" (Silva, 1985:26).

Acompanhando a evolução técnica e o crescimento do mercado editorial, a atividade profissional ligada a este tipo de produção também foi mudando. Mesmo enquanto o produto impresso ainda era gerado em tipografias, o perfil dos profissionais envolvidos mudou. Já não se podia ter em uma estrutura de gráfica-empresa um tipógrafo nos moldes dos pioneiros na atividade. Para o bom desempenho do trabalho foram sendo criados cargos específicos e as tarefas divididas. Surge a figura do diagramador, que passava então a ser o responsável pela criação visual, ou seja, pela aparência do impresso.

As publicações como revistas e jornais eram desenhados por este profissional que para facilitar o seu trabalho criaram diagramas ou esquemas, baseados em linhas guia desenhadas no papel onde então eram marcadas, depois de cálculos, as posições e tamanhos de textos e fotografias ou ilustrações. Mais tarde passaram a usar papéis específicos com a dimensão da página do produto editorial em que se trabalhava, ou proporcional a esta, já previamente impresso com uma pauta perfazendo as colunas.

Esta pauta em forma de uma malha geométrica foi criada para guiar o diagramador ou designer na distribuição do material pela página de forma que consiga obter o alinhamento exato. Também denominada no meio como *grid*, ou seja, do inglês, *grade*, esta técnica usada no início pelos primeiros diagramadores é aplicada até os dias de hoje.

A partir de cálculos feitos com o apoio de réguas específicas e com base nos padrões de identidade adotados pela publicação, como estrutura colunar, família de tipos, estilos, corpo, ou tamanho de fontes, este profissional solicitava uma determinada formatação de texto e título e um determinado recorte em uma fotografia. Todos os detalhes do projeto gráfico como fios, colocação de legendas, *box em grisè* (tons de cinza em porcentagem), uso de cor, dimensão e recorte de fotografias e ilustrações e a formatação e localização de textos e títulos eram marcados por este profissional no diagrama. Em seguida este projeto era executado, no início, nas mesas de composição tipográfica, ou mais tarde, nos terminais de fotocomposição, nas pranchetas de *Paste-up* e no fotolito, antes de serem impressos.

Hoje há novas denominações para este profissional, como designer gráfico, e suas ferramentas de trabalho não são mais a calculadora e a régua de *picas*, mas o computador e os programas de editoração eletrônica e tratamento gráfico de imagens. Os diagramas ainda são usados por alguns profissionais, mas somente para um esboço inicial, dependendo do processo de criação de cada um.

Entretanto em alguns jornais de menor porte os diagramadores nem puderam tentar acompanhar as novas técnicas e utilizar as novas ferramentas em seu trabalho, pois com a chegada dos programas de editoração, os empresários acharam que não precisavam mais deste profissional e que qualquer um poderia operar com os novos programas. Um grande erro. Porque o melhor desempenho destas ferramentas se dá aliado aos conhecimentos estéticos e formativos do profissional que as manipula. Os programas trazem até algumas fórmulas prontas, mas isso além de descaracterizar uma publicação, faz com que muitas fiquem iguais.

1.2.2- O surgimento da imprensa: transmissão de informações

A possibilidade da reprodução mecânica da escrita em escala criou um espaço para um tipo de publicação que trouxesse informações de interesse para o cotidiano de determinadas regiões. Estudos apresentam o surgimento do jornal como um meio de comunicação que resultou da experiência técnica adquirida com a tipografia, que inicialmente voltou-se para a impressão de livros, em conjunto com a afeição por informações por parte da população, gerada com o surgimento dos correios e a troca de correspondência com maior regularidade.

Os primeiros registros de uma produção impressa, com periodicidade quase regular e com o objetivo informativo são do século XVI, com as folhas volantes que circulavam na Itália para anunciar grandes eventos.

Outras publicações do gênero que circularam na Inglaterra e na Alemanha, já no século XVII, foram as folhas de notícias também conhecidas como corantos, com informações sobre negócios. O *Daily Courant*¹, publicação inglesa que surgiu em 1702 e que manteve uma regularidade de edições até 1735, é considerado o primeiro jornal diário do mundo (Albert/Terrou, 1990:13). Ainda em meados do século XVIII a informação impressa em forma de jornais é vista pelas elites como subliteratura, Rousseau classificava este tipo de publicação como uma obra efêmera, sem mérito e sem utilidade. Diderot afirmava na *Encyclopédie* que estes papéis eram “alimentos dos ignorantes” e Voltaire dizia que o conteúdo destes era “relato de bagatelas” (Albert/Terrou, 1990:11-12).

¹ <http://www.tiac.net/users/bruen/18th.html>

Só nos séculos XVIII e XIX algumas publicações passaram a se constituir como empresas, já não era mais uma produção artesanal, com o próprio tipógrafo fazendo as vezes de redator e editor. A imprensa passou então a ser um veículo de expressão de opiniões e de idéias, quando intelectuais de renome passaram a se dedicar a atividade de escrever e com isso obter remuneração.

O primeiro jornal brasileiro, *O Correio Brasiliense*, era impresso em Londres, também conhecido como a Folha de Hipólito José da Costa, o editor, ou Armazém Literário. Tratava de assuntos relacionados à questão da independência e circulou de 1808 a 1822. Uma outra publicação contemporânea a esta foi a *Gazeta do Rio de Janeiro*, editada pelo Frei Tibúrcio da Rocha, que publicava assuntos de interesse do governo.

O surgimento de novas técnicas favoreceu bastante a evolução da imprensa, mas de início, a estrutura pequena dos primeiros jornais não possibilitava que estes utilizassem de todos os recursos disponíveis. De acordo com Albert e Terrou (1990), a história da imprensa vinculada à evolução técnica é variável de região para região.

As imagens, há séculos usadas como uma forma de registro e transmissão de informações, desde as cavernas na pré-história passaram a ter grande repercussão quando associada a um texto, e distribuídos em larga escala com o objetivo de informar. Isto aconteceu a partir do século XIX.

A edição de jornais ganhou impulso neste período, pois foi quando foram aperfeiçoadas as técnicas de impressão e de confecção de papéis, além do surgimento de recursos como a princípio a litografia, um processo de impressão desenvolvido em 1798 pelo alemão Aloys Senefelder, e que teve grande aplicação, antecedendo a fotografia. Neste período esta tornou-se uma das principais técnicas empregadas para reproduzir obras de arte e ilustrar livros, jornais e revistas.

Uma das aplicações da litografia, que teve grande importância na imprensa daquele período, foi na caricatura, que passou a ser bastante empregada para ridicularizar situações políticas, sociais, ou religiosas, sempre buscando encorajar mudanças políticas ou sociais. Alguns artistas destacaram-se como grandes caricaturistas, como Honoré Daumier que tornou-se particularmente conhecido por satirizar as excentricidades sociais da época, atraindo a atenção do leitor para a publicação.

A partir do momento em que a fotografia passou a ser usada como um instrumento da imprensa, trouxe grande força e enriqueceu visualmente as publicações, enquanto a litografia trouxe a ilustração do cotidiano para o jornal, a fotografia trouxe para o público um espelho da realidade, mesmo que muitos dos reflexos não representassem exatamente o real. "Ao mesmo tempo os jornais ilustrados começam a se apresentar ao leitor como indicadores de itinerários. Verdadeiros ou falsos, pouco importa" escreveu Walter Benjamin(1985:175) com referência ao

poder dos jornais e de certa passividade dos leitores, pois os primeiros, através das legendas das fotografias e do texto impunham as mensagens que deveriam ser lidas pelos segundos nas imagens impressas.

Segundo McLuhan (1969:147), a imprensa chegou a superar o livro no século XIX, em vista do seu imediatismo. "A página do jornal não era uma mera ampliação da página do livro. Era como o cinema, uma nova forma de arte coletiva". O conteúdo dos jornais até então era extremamente nacionalista, visto que haviam as barreiras do idioma, mas a forma da página do jornal aliada às imagens atravessou fronteiras e tornou-o internacional. "É a exposição comunitária diária de múltiplos itens em justaposição que confere ao jornal a sua complexa dimensão de interesse humano"(McLuhan, 1971:231).

A evolução técnica trouxe grandes benefícios para o jornal, mesmo não tendo, de certa forma, acompanhado o grande surto de desenvolvimento percebido entre os séculos XVIII e XIX, período em que as artes gráficas expandiram-se bastante. Lentamente, o jornal foi ganhando um formato e mostrava o cotidiano da comunidade em forma de mosaico. A composição era manual, mas até então não houvera sido encontrado um meio mecânico que desempenhasse melhor tal tarefa até que surgisse, por volta de 1890, o Linotipo. "Com o linotipo, a imprensa pode adequar melhor sua forma à captação da notícia por meio do telégrafo e à impressão pelas rotativas" (McLuhan, 1971:232).

A partir das primeiras técnicas de impressão passando por todo o desenvolvimento tecnológico que tornou possível a melhoria da qualidade de impressão, bem como a otimização do tempo de produção de peças impressas, percebe-se paralelamente um incremento na produção visual das mesmas, desde a pesquisa e criação de papéis e tipos, até o uso de cores e imagens, "a cultura letrada ocidental ficou na dependência do fator visual (...) a simples visualização de uma peça qualquer denota esta dependência, causando impacto no observador e uma inconsciente leitura gráfica do material impresso" (Silva, 1985:40).

A transmissão de informações que originou-se na troca de correspondência e era a princípio manuscrita, mostrou aos tipógrafos o grau de ansiedade da população por notícias, isto foi sendo percebido lentamente, pois não existia a princípio, a intenção nestes primeiros impressores de manter uma periodicidade das publicações que elaboravam. As primeiras folhas volantes eram publicadas para noticiar algo especial, um acontecimento que alterava o cotidiano, este material depois de impresso era vendido. Depois grupos com interesses comuns passaram redigir, imprimir e publicar folhas com informações sobre negócios ou eventos. A demanda por informações existia, mas o meio de transmissão não era bem explorado como um negócio. Anos se passaram até que o jornal se estabeleceu como empresa, mas somente a partir da concorrência entre publicações é que se começou a valorizar sua apresentação visual, bem como a assinatura de intelectuais reconhecidos nos artigos que compunham suas páginas.

Outras tecnologias foram surgindo em paralelo ao desenvolvimento das artes gráficas e tendo grande participação tanto no aprimoramento da qualidade de impressão, quanto no conteúdo dos jornais. O telégrafo foi uma destas tecnologias que se tornou importante ao transmitir as informações com maior rapidez e conseqüentemente, possibilitando aos jornais a transmissão de informações mais atualizadas. Conforme mencionou Derrick de Kerckhove, diretor do Programa McLuhan de Cultura e Tecnologia, da Universidade de Toronto², várias tecnologias tiveram grande importância na transmissão de informações precedendo o momento atual, o telégrafo inicialmente conectou as cidades, o telefone fez a conexão entre as casas, o telefone celular possibilitou a conexão pessoal e a Internet conectou todo o mundo.

² <http://www.tao.ca/~mcluhan/index.html>

Capítulo 2

2- O impacto das novas tecnologias da comunicação

"Do ponto de vista do formato, a imprensa como um corte transversal diário do globo constitui um espelho dos instrumentos tecnológicos de comunicação".

Marshall McLuhan

"Tecnologias justapõem-se a tecnologias."

Júlio Plaza

O surgimento de novos meios sempre alteram as estruturas em que estão alicerçadas as relações sociais, principalmente com referência ao acesso ao saber e à circulação de informação. As então novas técnicas de reprodução da escrita tornaram informação e saber mais acessíveis, a ligação entre pontos distantes, através de novas estradas e meios de transportes permitiu uma maior circulação da informação. Assim o poder de transmissão e saber foi, ao longo do tempo, potencializado a partir da instauração de novos meios, portanto, "é razoável pensar que a multiplicação das máquinas informacionais afeta e afetará a circulação de conhecimentos" (Lyotard:1989:17)

Há mais de 30 anos Marshall McLuhan divulgava suas teorias sobre as relações entre os meios de comunicação e o homem. Formulou conceitos como o da Aldeia Global e de que cada nova tecnologia criada pelo homem estende ou amplia algum membro, órgão ou faculdade humana, os quais foram e continuam a ser ponto de convergência para embasar teorias contestadoras ou favoráveis.

O fato é que quando muitos pensavam que suas idéias já se tornavam obsoletas, pode-se perceber que, de certa forma, continuam atuais, afinal conforme ele bem explicou, a cultura oral transformou-se na cultura tipográfica, com a mecanização da escrita e há alguns anos estamos vivenciando a transição desta cultura tipográfica, extremamente caracterizada pela linearidade, para uma cultura eletrônica, e mais, hoje pode-se ver a Rede Internet encaixar-se na definição de Aldeia Global.

Pierre Lèvy (1996:75) aponta contradições na afirmação de que as tecnologias criam extensões de membros do corpo humano, dizendo que um martelo até pode ser visto como um prolongamento do braço, porém uma roda não pode representar o prolongamento da perna, mas a virtualização do andar.

Com referência à Rede, Brewster Kahle(1997:130), afirma que as teorias de McLuhan não se encaixam, dizendo que "com a Internet não estamos construindo uma aldeia global. Estamos construindo um globo de aldeias onde todos os grupos têm sua própria cultura independente", em alusão à superação da inércia diante dos meios de comunicação de massa, uma vez que na rede há maiores possibilidades de participação e interatividade e que não existe uma massa homogênea de usuários, mas grupos com interesses próprios que encontram na rede a oportunidade de troca e aquisição de informações.

Apesar de algumas objeções em torno de algumas idéias, McLuhan é um dos estudiosos das mídias mais citados. Em um texto³ publicado em 1954, antes mesmo de suas obras fundamentais *The Gutenberg Galaxy* (1962) e *Understanding Media* (1964), já se podia ler alguns dos conceitos propostos, como "Hoje invadimos culturas inteiras com informação

³ Marshall McLuhan, *Visão, Som e Fúria*, in *Teoria da Cultura de Massa*, Luiz Costa Lima (org.), Rio de Janeiro, Ed. Paz e Terra, 1ª ed., 1969, 4ª ed., 1990, pg.143 a 154.

aconditionada, diversão e idéias. Em vista do alcance global dos novos meios de visão e som, até mesmo o jornal é vagaroso". Nesta ocasião referia-se ao rádio e à televisão, entretanto a linha de pensamento está atual e muito coerente com a cultura eletrônica-informática das Redes Telemáticas.

Para enfatizar a atualidade de McLuhan, seu nome consta no expediente de uma das publicações de vanguarda da Era Informática, a *Wired*, como Patron Saint, ou seja Santo Padroeiro.⁴ Em seus livros McLuhan defendia a idéia de que à medida que são criadas novas tecnologias e as antigas tornam-se obsoletas, a relação entre as pessoas e destas com os meios também sofrem alterações.

2.1- Momento de transição: analogias entre épocas limítrofes

Os anos 90 ficarão marcados na história da humanidade como o início de uma nova forma de comunicação, que com certeza ainda evoluirá bastante e rapidamente, mas com referência ao momento de transição, como bem ressaltou Lévy, pode ser comparado à época do surgimento das técnicas de impressão, "devemos imaginar que, em relação às novas tecnologias da inteligência, estamos diante de uma época comparável à renascença"(Lévy,1993:108).

Com um microcomputador como ferramenta, as possibilidades de uso são bastante variadas, desde que se tenha programas e acessórios adequados para cada uma, e a profusão destes dá-se em ritmo aceleradíssimo. Com um modem é possível entrar para o mundo das redes, no ciberespaço, termo utilizado pela primeira vez em 1984, por Willian Gibson, no livro *Neuromancer*, e que passou a ser empregado largamente para denominar um espaço dito virtual que estende-se por uma vasta aldeia global, formada por redes telemáticas, onde se pode encontrar fontes quase que inesgotáveis de pesquisas e ter ampliada a visão sobre determinado tema. Novamente a disponibilidade de textos foi multiplicada, devido à acessibilidade facilitada pela técnica, e pelo hipertexto.(Cotton e Oliver,1994:26)

A analogia entre estes dois momentos pode ser feita também em relação à resistência ao novo, aos tantos obstáculos colocados pelas pessoas, os quais a princípio parecem intransponíveis, mas que em pouco tempo são ultrapassados. Possivelmente, os cidadãos de Mainz reclamaram a Gutemberg que a Bíblia que ele estava imprimindo tinha um alto custo e era demasiado pesada, apesar de que mesmo sendo impressa, ainda se parecesse com os manuscritos.

⁴ *Eric McLuhan in World Media/Folha de S.Paulo, Especial 1, 13 de Abril de 1995, p.3.*

Hoje também há quem dispare contra as Novas Tecnologias da Comunicação, afirmando que não há mais oportunidades do que antes, que o instrumento de acesso ao grande potencial de informação, o computador, é muito caro, é grande e, na maioria dos casos, tem que estar conectado por um ou mais cabos, isolando o usuário de uma vivência social, o que não deixa de ser verdadeiro em certos aspectos. Apesar disso, o que se vê hoje é uma grande corrida para esta nova mídia, muitas publicações criadas para serem impressas em papel estão sendo *transcritas* para ocuparem também este novo canal de comunicação, outras já estão sendo criadas para o próprio meio. O jornal é um exemplo, pois além de circular em sua versão tradicional em papel, muitos também já têm uma versão *on-line* disponível na Rede para serem lidos através da tela do computador.

A leitura em tela é completamente diferente da leitura em papel, mas isto não significa que uma tenha que eliminar a outra. Estudos mostram que o leitor em tela é mais ativo, pois o texto em papel já está realizado por completo, enquanto que a e na tela do computador é como uma edição, uma montagem subjetiva (Lévy, 1996:41)

2.2- A efemeridade do novo

A medida que as novas tecnologias oferecem-nos recursos para facilitar o trabalho e as atividades do cotidiano e que estes recursos em forma de aparatos, com o passar do tempo, tornam-se banais, passam a ser parte da rotina do dia-a-dia, como um simples caminhar, com a evolução tecnológica surgem objetos novos e outros deixam de ser usados.

É certo que alguns destes objetos do nosso dia-a-dia aparentemente sofreram poucas modificações nos últimos anos, porém é necessário fazer uma reflexão levando em consideração todos os aparelhos que facilitam nossa vida hoje. A grande quantidade de inovações e a velocidade com que são assimiladas e banalizadas faz com que não causem mais a sensação de euforia comum em outras épocas. O processo geralmente funciona da seguinte forma, a novidade chega e é alardeada como um símbolo do progresso pelas mídias em geral, rapidamente ela torna-se banal, incorpora-se ao cotidiano e já não parece tão extraordinária.

Com a chegada de novos equipamentos, os quais no início sempre têm um alto custo, não se "aposenta" simplesmente o anterior, a transição normalmente é feita aos poucos. É também normal a inicial sensação de estranheza diante do novo, o que a princípio chega a causar aversão em alguns, mas gradativamente o novo vai ocupando o seu espaço e a substituição vai sendo feita. Com a velocidade com que novas tecnologias vão se colocando disponíveis, está sendo cada vez menor o período de transição entre o antigo, que já nem é tão velho, e o "moderno".

A grande novidade no tempo da máquina de escrever mecânica, ou manual, ficou por conta do surgimento das máquinas elétricas, as quais tinham ainda poucas inovações em termos de soluções no que se refere à qualidade do produto final, ou seja, o documento, porém eram mais práticas para o usuário. Depois vieram as eletrônicas com expedientes para estilizar a fonte usada, memória e algumas opções para o controle estético do documento, mas estas últimas foram rapidamente superadas pelo microcomputador onde, em matéria de recursos oferecidos, desde que equipado com um bom programa editor de textos, vai bem mais além.

A inovação, porém, não foi total, pois até hoje utiliza-se o teclado, seja num microcomputador ou numa máquina eletrônica, tal como foi projetado pelo norte-americano Christopher Latham Sholes em 1868, para a máquina de escrever mecânica que passou a ser fabricada pela *Remington*⁵ "As máquinas de escrever mecânicas duraram pouco mais de um século; as eletrônicas, menos da metade. Em dez anos os computadores substituíram-nas quase por completo."(Laufer/Scavetta, 1992:11).

Os primeiros microcomputadores pessoais, o *IBM-PC* e seus clones utilizavam praticamente só telas de caracteres limitado apenas aos 255 símbolos do ASCII (*American Standard Code for Interchange Information*), a fim de economizar espaço na memória. Nesta época surgiu a empresa *Apple* que pouco tempo depois criou a interface gráfica, a qual tratava a tela como um conjunto de *pixels*, pontos acesos e pontos apagados, criando, com isso, a possibilidade de misturar texto e imagem.

Este novo conceito foi logo absorvido pelo padrão *IBM* através do sistema *Windows* e por programas gráficos. A tela exclusiva de caracteres foi praticamente abandonada e a editoração eletrônica tornou-se mais amigável com a possibilidade de movimentação através do mouse, do uso de um grande número de cores, movimentação de blocos de texto, além da capacidade de inserção de ilustrações e fotografias.

Temos também o caso do *Fac-símile*, ou simplesmente "fax" como ficou popularmente conhecido o sistema de transmissão de mensagens, material impresso, fotografias, ou gráficos através de linha telefônica, tão banal hoje, chegou faz pouco tempo. Há cerca de dez anos não eram muitos os aparelhos em uso no Brasil. Assimilada a novidade logo o aparelho de Fax foi adotado em grande escala comercialmente e até para uso doméstico. Também a incorporação de suas funções ao computador, desde que equipado com um modem, contribuiu para a banalização da tecnologia.

Por vários anos o principal uso comercial da transmissão de Fax⁶ era voltado para o fotojornalismo, mas a velocidade de transmissão aumentou e o custo diminuiu ampliando o seu

⁵ "Typewriter," Microsoft (R) Encarta. Copyright (c) 1994 Microsoft Corporation.

⁶ "Facsimile Transmission," Microsoft (R) Encarta. Copyright (c) 1994 Microsoft Corporation.

uso comercial. O Japão, em particular, tornou-se um dos maiores usuários nos anos 80, devido à maior facilidade de transmissão dos caracteres de sua escrita. Foram os japoneses que colocaram a pesquisa tecnológica a serviço do aprimoramento do equipamento resultando na popularização do mesmo. Hoje com a Internet atingindo a tantos pontos, as pequenas mensagens deixaram de ser passadas por fax, uma vez que o *e-mail*⁷ vem atender a esta necessidade com eficiência e a um custo mais baixo. Nos dois últimos anos tem se constatado uma queda acentuada na venda destes aparelhos.

A computação gráfica, que já está tornando-se banal em nossos dias, presente em peças de publicidade, material institucional de emissoras de TV e filmes, não existia há 40 anos. O seu embrião veio a surgir em 1959, quando o primeiro sistema para desenho em computador foi criado pela General Motors em parceria com a IBM, denominado DAC-1 (*Design Augment by Computers*). Era bastante dirigido a um determinado segmento e permitia que o usuário do computador entrasse com os dados referentes à descrição de um automóvel para que depois pudesse vê-lo de ângulos diferentes, rotacionando o desenho.

Em 1961, um estudante do MIT, Ivan Sutherland, criou outro programa para desenho, o *Sketchpad*, utilizando um dispositivo *pen light* era possível desenhar na tela do computador e salvar este desenho para abri-lo novamente outras vezes. Assim nesta mesma época vários cientistas passaram a utilizar computação gráfica para ilustrar suas pesquisas. A IBM rapidamente atendeu a esta demanda lançando o terminal gráfico IBM 2250, o primeiro computador comercial apropriado para criação gráfica. Há que se ressaltar que estes equipamentos e programas eram direcionados a profissionais da área pois exigiam grandes conhecimentos de computação, portanto têm pouca similaridade com os atuais, que popularizam-se pela facilidade de uso, dispensando conhecimentos de programação.

Foi em 1968 que a Universidade de Utah criou um programa de curso voltado para a ciência da computação e este novo departamento foi o primeiro centro de pesquisas a dedicar-se à computação gráfica e o único por muitos anos. As primeiras experiências com computação gráfica em 3D surgiram aí e o aperfeiçoamento destes programas também se deu neste centro, por volta de 1971.

Em 1972 surgiu a Atari, lançando um jogo chamado *Pong*, era o início da indústria do vídeo game, que empregaria largamente a tecnologia da computação gráfica. A primeira aplicação de computação gráfica na produção cinematográfica de que se tem registro foi em 1973, no filme *Westworld*, no qual o ator Yul Brenner representa um robô. Também em 1973 aconteceu a primeira conferência da SIGGRAPH - *Special Interest Group on Computer Graphics*.

⁷ Segundo pesquisa do GVVU - http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/, o e-mail é considerado indispensável para 93,3% dos usuários da Internet que responderam a enquête.

Totalmente voltada para o tema computação gráfica, esta convenção atraiu 1200 pessoas que lotaram um pequeno auditório. O último evento da SIGGRAPH foi realizado em Los Angeles, em 1997, e reuniu mais de 48 mil pessoas.

Mais uma pesquisa trouxe grandes contribuições para a computação gráfica em 1975, trata-se de duas publicações do matemático francês, Benoit Mandelbrot, o artigo "*A theory of fractals sets*" e o livro "*The Fractal Geometry of Nature*". Elas mostraram como os princípios dos fractais poderiam ser aplicados na criação em computador para simulações de fenômenos naturais bastante realísticos, como montanhas e florestas.

A partir de 1976 vários programas e novas ferramentas foram criados com o objetivo de aprimorar o trabalho de desenho, pintura e animação em computador, alguns voltados para o uso da cor, outros vinculados à dimensionalidade. Estes novos programas passaram a atrair a atenção de produtores e diretores de cinema, como os estúdios Disney e George Lucas, este último pretendia, na época, utilizar computação gráfica em seu próximo filme, *O Império Contra-Ataca*, chegou a contatar a empresa *Triple I* para a produção, mas problemas financeiros impediram o prosseguimento dos trabalhos e o filme foi feito com maquetes. Em 1997 o cineasta reeditou os filmes da trilogia "Guerra nas Estrelas" empregando alguns recursos de computação gráfica, fazendo com que os resultados finais chegassem ao que ele havia idealizado há vinte anos, mas não pode realizar.

Quando rememorado, este passado parece ao mesmo tempo tão próximo e tão distante. A efemeridade das tecnologias é uma característica particular da contemporaneidade, chegamos a um estágio, consequência do próprio avanço tecnológico, em que o efêmero é uma instituição, hoje uma técnica é inovadora, dentro de no máximo dois anos já apresenta-se ultrapassada. A velocidade de assimilação do novo por parte do homem também aumentou, logo o que parece inovador hoje, rapidamente é absorvido e banalizado.

No século passado as dificuldades de comunicação faziam com que os novos inventos demorassem a ser conhecidos, ocasionando por vezes duplicatas, ou seja o mesmo equipamento sendo desenvolvido paralelamente em dois pontos do planeta, sem que um criador soubesse do trabalho do outro. Hoje ficamos sabendo de uma nova possibilidade técnica, através dos meios de circulação de informação, antes mesmo que ela esteja disponível no mercado. O novo, quando chega ao alcance do usuário, já não representa grande novidade e em breve será obsoleto.

Há estudos que comprovam que as áreas de computação e da comunicação vêm apresentando um crescimento exponencial (Mandel, Simom, Delyra, 1997:21), neste campo é bastante difundida a lei de Moore, que afirma que o número de processadores em um *chip* e, portanto, a potência do computador vem dobrando a cada dezoito meses. Acompanhando este ritmo as empresas desenvolvedoras de softwares lançam um determinado produto, e nem bem o usuário adaptou-se a ele já é lançada uma nova versão, com novos recursos. "Toda criação

equivale a utilizar de maneira original elementos preexistentes. Todo uso criativo, ao descobrir novas possibilidades atinge o plano de criação”, diz Pierre Lévy (1993:58) .

2.3- A assimilação das informações

Uma das principais mudanças percebidas com a evolução tecnológica é referente à questão do tempo. Segundo Robert Beniger, via Fidler (1997:81-82), a Sociedade da Informação desenvolveu-se como resultado da crise de controle criada a partir da implantação das estradas de ferro e especificamente da utilização de máquinas a vapor para o transporte. Esta transformação exigia controle de informações e dados a distância e foi um dos fatores que gerou impulsos para a modernização de setores ligados ao processamento de informação e à comunicação, resultando na transformação da sociedade, que passou a gerar uma demanda cada vez maior por informações mais e mais recentes.

Pelo viés da produção pode-se dizer que a otimização dos processos reduz o tempo de elaboração e aumenta a qualidade do produto. Entretanto durante as fases de transição nem sempre são obtidos os melhores resultados possibilitados pelas novas tecnologias, até mesmo em razão de uma certa inadaptação por parte usuário. Conforme estudos que avaliaram o impacto da substituição do uso da máquina de escrever pelo computador em redações de jornais no início dos anos 80, houve um aumento da produtividade de cerca de 30%, porém acompanhado de uma queda na qualidade dos textos, foi observado que estes apresentavam uma diluição do objetivo, falta de articulação e simplificação na argumentação (Laufer/ Scavetta, 1992:58).

A informatização chegou ao ramo editorial e atingiu todos os estágios de produção, desde as redações até as oficinas. Atualmente aparência das redações de jornais está completamente alterada com a presença dos computadores, bem diferente do que era há pouco tempo, fato que é lamentado pelos mais saudosistas: “Penso na redação para onde levava meus artigos, todos aqueles homens fumando e tecleando furiosamente nas suas máquinas de escrever, a tensão do irremediável último prazo, a corrida de último minuto, com as folhas datilografadas na mão, para a tipografia, onde o chefe da edição esperava fumegando junto à mesa de composição. Não sei se tudo isso ainda existe. De vez em quando, ainda hoje, vou a alguma redação, e lá vejo uma multidão silenciosa sentada diante de mudas telas de computador, como se o mundo não mais gritasse, mas apenas sussurrasse.”⁸

A questão da temporalidade tem sido um ponto bastante explorado na disputa pela primazia entre meios de comunicação. Quando o formato da informação era apenas impresso, através

⁸ Cees Nooteboon, *Tempo temporizado. Da leitura de jornais*, Revista Humboldt nº 72, 1996, pg.2/3.

dos jornais e revistas, a disputa era entre as diferentes publicações pela notícia dada em primeira mão, mas que na realidade baseava-se em fatos que poderiam ter ocorrido há 24 horas. Com o surgimento da transmissão radiofônica, o jornal perdeu um de seus principais trunfos, o "furo jornalístico", já que a instantaneidade da transmissão da informação obtida através do então novo meio era praticamente inigualável. A chegada da televisão causou impacto ainda maior, e os jornais partiram então para uma reformulação editorial, passando a valorizar mais a informação completa, rica em dados, para diferenciar-se da simples comunicação de um acontecimento (Silva, 1985:38-39)

Hoje o jornal *on-line* devolveu às publicações a possibilidade de dar a notícia em primeiro lugar ou de, ao menos, se igualar aos outros meios, uma vez que os mesmos são atualizados a medida que vão chegando as informações e conseguem muitas vezes superar a televisão e o rádio pela forma ágil de produção e disponibilização desta informação ao público. Enquanto no rádio há que se redigir o texto e convocar o locutor para que seja dada a notícia, o mesmo ocorrendo com a televisão, que na maioria das emissoras seria ainda menos ágil, em razão da forma de produção deste material, bem como da inserção do mesmo na grade da programação, no jornal *On-line* basta o editor decidir inserir a manchete na página de últimas notícias com um link para o texto contendo os dados disponíveis sobre o fato noticiado, e então o usuário leitor estará tendo acesso realmente às notícias mais recentes, além do que poderá ter este acesso estando em qualquer parte do mundo.

Na mídia impressa, as mudanças trazidas pelas Novas Tecnologias foram grandes nos últimos anos, o suporte do produto final e principal continua sendo o papel, apesar de que em muitos casos já existe também uma edição paralela *On-line*, porém todo o processo de editoração é hoje automatizado. A informática foi rapidamente sendo absorvida e aplicada em todas as fases de produção, conseqüentemente houve uma otimização no tempo, um aumento no padrão de qualidade, principalmente em se tratando de impressão, e a extinção de várias funções, como a do *Paste-up*, por exemplo, que montava o jornal, trabalhando com cola e estilete, colando blocos de textos, fazendo emendas, abrindo janelas para as fotos. A função do diagramador também mudou e o profissional que não acompanhou a evolução tecnológica acabou ficando fora dos novos processo de produção.

Do simples uso da informática na produção de material que seria então impresso em papel, passou-se então a publicar as informações coletadas, redigidas tratadas e formatadas no próprio suporte digital, esta possibilidade iniciou-se com a implantação dos sistemas de videotexto e com o desenvolvimento tecnológico chegou à Internet, e mesmo com todas as limitações ainda existentes na interface WWW, o que atrai usuários para este novo meio, seja para publicar informações ou apenas para acessá-las, a princípio é a novidade em si, seguida pelas formas de distribuição e navegação proporcionadas pela Teia, rompendo limites geográficos, e trazendo novas formas de ver o mundo em tempo real.

A interatividade tornou-se real com a Internet, a partir de então houve uma revolução nas relações entre editor e leitor, emissor e espectador ou ouvinte. A rede deu poder ao cidadão inerte de tornar-se um co-autor e de fazer críticas, de interagir com a informação. Tanto na mídia impressa, como nas mídias eletrônicas a participação do usuário é mínima, os canais de comunicação são lentos e estão em outros meios.

Para criticar o conteúdo editorial do jornal é necessário mandar uma carta ou fax, e ainda que este reserve um pequeno espaço ao leitor, publicando trechos de cartas enviadas, mesmo não respondendo diretamente, mostra que tomou conhecimento. Já a dificuldade para interagir com um noticiário de TV é ainda maior, pode-se enviar a crítica, também utilizando para isso outros meios e ainda assim dificilmente haverá *feed-back*. Na rede o usuário tem geralmente na mesma página onde recebeu a informação um canal aberto para expor a sua opinião, fazer um comentário, uma crítica ou acrescentar novos dados, através do *mail to* e até de comunicação em tempo real através de canais *Chat*. Há que se ressaltar também a facilidade com que se responde um e-mail, como um fator importante nesta comunicação.

Atualmente com a segmentação no negócio da TV e a forte concorrência entre os jornais impressos existe uma preocupação por parte dos *publishers* e *managers* em diversificar o conteúdo a fim de atrair com isso mais audiência ou leitores, não porque com isso consolidem uma posição de melhores entre os demais, mas para atrair os anunciantes e captar assim mais recursos financeiros. Infelizmente ambos os segmentos não se deram conta ainda sobre o que a Internet está sinalizando, não basta apenas ter um site para se mostrar atual e tentar vender uma programação a um consumidor passivo (Howard Rheingold, 1997:206-207) o futuro está na criação de um contexto no qual os consumidores possam interagir.

2.3.1- A simulação do novo

Com tantas possibilidades *On-line*, há quem questione o destino das mídias tradicionais - impressa e eletrônica (TV), as quais ocupam-se em alardear em demasia estas novas tecnologias. Mas ao que parece, este vem sendo o papel da imprensa há anos, conforme observou Walter Benjamin (1987:40) em seu memorável trabalho que nos dá um panorama do século passado, "Assim como no século XVII a alegoria se torna o cânone das imagens dialéticas, no século XIX é a *nouveauté* que exerce o mesmo papel. Do lado dos *magasins de nouveautés* se colocam os jornais. A imprensa organiza o mercado dos valores espirituais, provocando logo uma alta".

Agora, além do marketing, o apelo é também institucional, pois com tal procedimento, é como se estivessem dizendo 'o futuro é hoje' e copiando os ambientes gráficos criados para o meio digital, principalmente para conteúdos multimídia, como o CD-ROM e a WWW, simulam a própria

modernidade e evolução, como se estivessem de fato acompanhando o desenvolvimento tecnológico, quando na realidade abusam de recursos de computação gráfica até a saturação e não se renovam tanto assim, trata-se em geral de um *make-up*.

Os meios anteriores a Internet não tentaram copiar apenas o ambiente gráfico, mas também simular uma certa interatividade. No rádio surgiram mais programas com participação do ouvinte ao vivo, o que até pode ser visto como uma forma de interagir com o meio, mas existem programas no rádio, que aproveitando-se de um momento atual, quando impera o aspecto tecnológico sobre outros, criam um simulacro, onde o ouvinte entraria no ar, via telefone e estaria interagindo com um computador instalado na emissora, em um jogo de perguntas e respostas, que nada mais é do que uma gravação, assim como as vinhetas ou músicas, controlada pelo operador-locutor.

A TV, que já se caracterizava como um veículo de fáceis sugestões e já explorava a simulação através de uma falsa participação, um falso sentido de imediato, de um falso sentido da dramaticidade (Eco, 1993:343), diante do surgimento de um novo meio, também criou fórmulas para que o telespectador pudesse sentir que está interagindo enquanto se distrai em frente a tela. Alguns programas têm opções de finais pré-gravados e deixa a participação do público definir qual deles será o epílogo, há também opções de filmes para escolha do público. Existiu ainda, neste meio, uma outra forma de participação do telespectador em uma espécie de jogo, através de ligações telefônicas sobretaxadas, em que este poderia escolher, ou apostar entre resultados de jogos, para citar um entre tantos exemplos, e concorreria a prêmios. Como houveram muitas contestações sobre valores cobrados em contas telefônicas, entre outras irregularidades, esta forma de jogo *interativo* foi suspensa.

A mídia impressa apresenta o problema em uma dimensão ainda maior, apesar de estar sempre preocupada em divulgar a alta qualidade atingida pelo seu produto final, a partir do desenvolvimento tecnológico com a implantação e uso de modernos equipamentos, na verdade vem sofrendo uma involução em muitos aspectos, absorvendo o impacto das novas tecnologias de comunicação. Aqui também percebe-se que a iconografia do meio digital está sendo copiada em muitas publicações. De certa forma, isto na verdade pode ser visto como um retrocesso, pois enquanto a criação para a mídia digital fica restrita às limitações técnicas, e em termos de qualidade ainda apresenta-se inferior diante das possibilidades já alcançadas pelas tecnologias de impressão, ao apropriar-se de ícones, de grafismos e da tipologia do meio digital, estes jornais e revistas impressos querem com isso simular uma inovação.

Esta apropriação dos recursos gráficos pelas mídias havia sido prevista por Júlio Plaza (1986:41) já a partir do Videotexto "a presença do VDT, no ambiente gráfico-editorial, realmente contaminará esse ambiente, influenciando nele e remodelando-o. Os livros, jornais e outros meios gráficos sofrerão o impacto do novo mídia"

Capítulo 3

3- A macroestrutura do meio *on-line*

“O Computador é portanto, antes de tudo um operador de potencialização da informação”

“Toda leitura em computador é uma edição, uma montagem singular”

Pierre Lévy

Há bem pouco tempo, um meio de comunicação que integrasse linhas telefônicas e monitores de vídeo para troca de mensagens e informação só era imaginável no campo da literatura ou do cinema, como parte do cenário que compunha o enredo de diversas obras de ficção científica.

Em literatura geralmente estes e outros recursos tecnológicos eram descritos em pormenores e seu emprego era parte da composição perversa da trama, como em *1984*, de George Orwell, com o domínio do Grande Irmão, uma metáfora para um possível domínio do governo sobre o cidadão, impondo o controle da informação e da história, alterando, ou apagando, a memória. Orwell publicou seu romance em 1948, e o título foi tirado da inversão dos números finais.

Coincidentemente, no ano de 1984 um outro romance de ficção publicado trazia uma história envolvendo sistemas de comunicação e computadores, tendo como cenário para a trama de aventura, um determinado espaço globalizado e obscuro tomado por memórias de computadores e redes de transmissão de dados, denominado pelo autor de Ciberespaço, trata-se da obra *Neuromancer*, de William Gibson.

As duas obras relatam histórias fictícias ricas em dados que envolvem tecnologias de comunicação, e que hoje, em parte, são realidade. Orwell preocupava-se com o totalitarismo e com o controle do estado, mas hoje o que se vê não é muito diferente, com o domínio do capital privado, ou seja dos grandes conglomerados, que detém o poder de disseminar a informação e que de certa forma até controlam os rumos dos acontecimentos, por vezes trabalhando em função de interesses que favorecem o governo. Já em relação ao termo Ciberespaço, foi totalmente absorvido pela atual cultura da Internet, denominando o espaço virtual pelo qual trafegam todas as informações da rede das redes.

Similaridades existem entre a ficção e a atual realidade, mas não estamos certamente em um enredo onde a tecnologia cumpre o papel do vilão, há todo um contexto, com prós e contras, mas conforme bem observou Lèvy(1998:103), o mundo virtual pode ser portador de cultura, beleza, de espírito e de saber.

Em suporte alternativo ao clássico papel, a informação *on-line* não foi absorvida unanimemente assim que tornou-se disponível, vários foram os fatores relacionados por especialistas para justificar a não adaptação do usuário a determinado sistema, ou a obsolescência de um meio diante do surgimento de um novo. Entretanto, ao tentar explicar esse desenvolvimento das tecnologias, principalmente quando vinculadas à comunicação, de acordo com Lèvy(1998:206), há que se observar que é o grau de inteligência coletiva em um dado momento que condiciona o valor das técnicas.

Retomando o tema da identidade das obras de ficção com o momento atual, é importante ressaltar a questão da memória desta cultura *on-line*, situação que remete aos processos de alteração de dados históricos relatados na obra de Orwell. Ou seja, em relação ao que já se

teve de conteúdo informativo trafegando por cabos e disposto em monitores de vídeo, quase nada se tem arquivado para preservação da memória e construção de uma história baseada neste desenvolvimento tecnológico.

A falta de memória, especificamente na Internet, tem sido um assunto bastante discutido e controverso, pois a medida em que se imagina como a vastidão da rede é quase que incomensurável, pode-se ter uma falsa idéia de que se trata de um grande arquivo. Além disso a efemeridade tem-se mostrado como uma das características do meio. Na verdade, Brewster Kahle, pesquisador responsável pela implementação do *Internet Archive*, um projeto que visa arquivar o conteúdo completo, ou quase, da rede, chegou a conclusão de que, em média, uma página permanece na Web por cerca de 75 dias, depois disso é tirada da rede, substituída ou alterada, a ponto de não encontrarmos mais determinada informação quando tentarmos voltar a um *site*, talvez nem ele esteja mais lá no endereço que guardamos em nosso marcador de favoritos ou *bookmarks*.

Além do criador da idéia do *Internet Archive*, pesquisadores como Jaron Lanier, Bruce Sterling e Stewart Brand, entre outros expoentes da cultura digital, vinculados a projetos de institutos como o Getty Conservation e Getty Information, estiveram reunidos em fevereiro de 1998 a fim de discutir possibilidades de criar uma memória para a Internet. Na defesa de seu projeto Kahle prevê que no futuro seria muito importante, para fins de pesquisa, que se tivesse acesso a documentos ou páginas que estiveram na Internet em seu início.

Do ponto de vista de uma análise de design, levando em conta aspectos históricos e estéticos, a preocupação é bastante válida. Hoje, no presente trabalho seria de grande valor se pudessem ser incluídas, a título de ilustração, imagens de um conteúdo on-line baseado em informações e notícias, mas que tenham sido apresentados através de outras interfaces, como o videotexto ou o BBS. Muitas das imagens de como foram os primeiros tempos do Videotexto no Brasil, bem, como um estudo sobre a videografia do suporte estão registradas na obra *Videografia em Videotexto*, de Júlio Plaza, entretanto, um jornal que manteve um BBS como o Estado de São Paulo, informa não ter em arquivo nada gravado sobre o jornal neste meio, nem imagens desta interface. As pessoas contatadas durante a pesquisa de material, pareceram não perceber a importância, até mesmo histórica, destas imagens, e trataram a questão como menor, em várias interlocuções.

O problema de se criar um arquivo para tudo, ou quase tudo, o que trafega na rede é como fazer isso e em que suporte. O projeto do *Internet Archive* estava utilizando fita magnética, mas o volume de dados já gravados ultrapassou as previsões de seus idealizadores. Uma outra opção de registro de sites, se bem que limitada, pode ser encontrada em alguns livros voltados para a construção de sites, os quais são uma das poucas fontes de pesquisa disponíveis, pois muitos dos autores usam imagens na explicação de seus exemplos, e no caso do livro de autoria de David Siegel, já há até uma certa cronologia com a classificação e

exemplificação de sites de primeira, segunda e terceira geração.

Com referência à Web, o que podemos ver atualmente, é que em pouco tempo várias modificações estão sendo feitas, até porque trata-se como já observamos, de um momento de transição e de adaptação ao conjunto de novas ferramentas. Visitando freqüentemente os sites dos jornais *on-line*, que estão entre os sites mais atualizados, pode-se visualizar muito bem esta situação bastante interessante que é acompanhar as mudanças efetuadas.

Como já observamos, a Web vem crescendo e apresentando-se de acordo com a evolução tecnológica. A cada nova ferramenta absorvida como necessária para a execução de determinada tarefa, novos recursos e possibilidades são geradas. Talvez com a superação dos limites impostos pelo HTML, seja através de design ou com uma melhor implementação do VRML⁹, os sites apresentem-se muito diferentes dos atuais em pouco tempo. E não seria interessante manter arquivados ao menos alguns destes primeiros sites? Talvez eles possam até parecer bastante primitivos em algum tempo, mas foram um passo na busca por uma tecnologia talvez ainda melhor, mais amigável, com melhor visibilidade e quem sabe mais possibilidades de sentidos.

Arquivar a Internet inteira, ou o que um determinado grupo achar viável parece impossível, mas está sendo feito. Se isto tudo vai ser utilizado no futuro é difícil precisar, entretanto, se paralelamente as instituições ou empresas também cuidassem de sua própria memória, não registrando tudo, mas algumas páginas e documentos, ou ao menos imagens destes, já seria um registro a mais para a história e não estamos falando aqui de conteúdo, isso sabemos que os jornais estão fazendo, com projetos que visam colocar grandes arquivos a disposição de consultas *on-line*. A questão está relacionada com a visualidade e funcionalidade do meio. Uma vez que as empresas jornalísticas arquivam suas edições em papel, encadernando-as para a posteridade e mais recentemente, em alguns casos, gravando o conteúdo de um ano inteiro em CD-ROM - apesar de que não há garantias de que tenhamos leitores de CD-ROM dentro de alguns anos - o mesmo procedimento deveria ser adotado no caso da informação *on-line*.

3.1- Novas configurações para a informação

Do trabalho artesanal para a manufatura, da mecanização para a eletrônica, eis os caminhos percorridos pela escrita, dos manuscritos para uma reprodução técnica, dos tipos móveis à era do chip. A escrita, diz Lèvy (1993:71), "serviu para sistematizar, para gradear ou enquadrar

⁹ *Virtual Reality Markup Language – VRML, linguagem para inserção de 3D na Web, que teve como um dos idealizadores Dave Ragget, também responsável pelo HTML e suas novas versões. Será abordado com mais detalhes no capítulo 6.*

a palavra efêmera". As tecnologias foram possibilitando o surgimento de novas interfaces e suportes para esta sistematização. Cada nova tecnologia promoveu um aumento na produção de material escrito, seja com a finalidade de informar, educar, registrar, distrair, enfim levar um conteúdo de conhecimento a outros.

A imprensa reinou absoluta editando informações escritas em livros, jornais e revistas por muito tempo, o surgimento do cinema, do rádio e da TV trouxe a concorrência de veículos que estabeleceram-se como poderosos meios de comunicação de massa, mas o aparecimento de um não implica no desaparecimento de outro, uma vez que os suportes para a difusão do conhecimento, bem como o processo de produção de cada um são totalmente diferentes. Conseqüentemente a recepção também é diversa.

Júlio Plaza (1986:17) define tal situação com clareza dizendo: "Nenhuma tecnologia nasce impunemente, muito pelo contrário, cada invenção tecnológica aparece quase sempre como produto de novos fatores e das novas condições materiais de produção e, sobretudo, pela inter-relação e entrecruzamento dos diversos sistemas ou canais existentes."

Assim a partir do uso de um meio e da exploração de seus recursos individual ou em associação com uma outra técnica é que surgem novas possibilidades que acabam por gerar um novo meio. Foi assim que surgiram o videotexto, como um meio de comunicação, e o hipertexto, como uma forma de escrita. Cada qual em diferentes condições e situações, mas que acabaram por serem como uma germinação da idéia da rede Internet e mais especificamente da World Wide Web.

3.2- O videotexto

O Videotexto é um sistema de comunicação viabilizado através da rede telefônica, que possibilita ao usuário interagir com bancos de dados armazenados e atualizados por entidades provedoras deste tipo de serviço. Na época de sua implementação, para visualizar as informações usava-se o televisor como monitor e um decodificador, hoje pode-se utilizar o monitor do computador com modem.

O sistema foi uma invenção simultânea em vários países, porém a primeira implantação foi feita pela na Inglaterra por Sam Fedida. Da integração das tecnologias do telefone e das redes de telecomunicação, do computador com o banco de dados e do televisor como terminal surgiu um novo veículo de informação e conhecimento.

Reafirmando a colocação citada acima, Júlio Plaza (1986:12) observa que o Videotexto não veio para substituir outros meios anteriores, uma vez que este pode ser considerado um meio híbrido, que integra meios. Em seu processo de produção pode-se ler as reminiscências de outros meios.

O sistema de Videotexto foi implantado em diversos países, geralmente por empresas de telefonia, como uma iniciativa individual ou em parceria com outras empresas. Os melhores resultados, em termos de funcionalidade e assimilação da tecnologia, por parte do usuário, foram obtidos pelo *Minitel*, na França, que continua em pleno funcionamento.

Outras tentativas de implantação não obtiveram este êxito, como no caso dos Estados Unidos. Alguns autores creditam o fracasso do videotexto no país à falta de estrutura e planejamento para a implantação do sistema. Mindy McAdams¹⁰ relata em *The sad story of Videotex*, que foi realizada uma pesquisa antes do lançamento do serviço a fim de levantar as informações que o público gostaria de ter. A seu ver, talvez esta pesquisa não tenha sido bem direcionada, não captando exatamente os anseios dos possíveis usuários, além disso criou-se uma grande expectativa em relação à então nova tecnologia. O que aconteceu é que as pessoas não se adaptaram bem à interface e quando questionadas sobre a possibilidade de continuar com o aparelho decodificador mediante o pagamento de uma taxa, a maioria recusou.

Para Fidler(1997:147-148) as tecnologias e o mercado não estavam prontos para este meio de comunicação, o autor também cita a baixa perspectiva de lucros como um dos fatores principais pelo não funcionamento do sistema nos Estados Unidos. Ainda durante o período de testes de um dos primeiros sistemas lançados naquele país, denominado Viewtron, pode-se perceber que os usuários acharam menos interessante o acesso aos bancos de dados, às informações, publicidade e notícias do que a possibilidade de comunicar-se com outros assinantes. A preferência foi constatada através de uma série de entrevistas com usuários em período de experimentação do sistema, fato que não agradou aos executivos das empresas que estavam lançando o sistema, pois eles já estavam anunciando a grande capacidade de negócios do sistema, visando captar anúncios publicitários, a característica de meio de comunicação interpessoal era para eles uma função secundária.

Apesar de ser anunciado para o usuário como uma grande fonte de informação, através de um sistema que podia reunir notícias e dados de uma enciclopédia, entre outros tantos, não era nisso que o usuário tinha interesse, aparentemente ele interessava-se por uma interação, não com a máquina, mas com um outro.

A questão da expectativa gerada no usuário no momento do lançamento do sistema, que, por exemplo, anunciou-o como um jornal eletrônico, resultou em decepção deste usuário, que não adaptado à tecnologia, viu-se diante de uma interface que em nada lembrava o jornal com o qual o público já estava familiarizado. "O assinante viu-se diante de um estranho labirinto de informações aparentemente sem fim" (Fidler, 1998:156).

As razões para que o sistema tenha funcionado na França e não nos Estados Unidos,

¹⁰ <http://www.sentex.net/~mmcadams/index.html>

segundo Fidler, é que o Minitel francês foi associado ao telefone, o que gerou um investimento menor com maior possibilidade de retorno financeiro e de melhor adaptação para o usuário, enquanto que o sistema de videotexto lançado nos Estados Unidos estava baseado no sistema de TV.

O sistema de Videotexto foi objeto de análise realizado por Júlio Plaza, e publicado no livro *Videografia em Videotexto* (1986), onde o autor mostrou as características e possibilidades do então novo meio, a partir do ponto de vista da linguagem gráfico-eletrônica. A informação é a característica essencial do Videotexto numa abrangência bastante ampla, afirma Plaza(1986:22), relacionando alguns exemplos como informações de atualidade, com jornal eletrônico, avisos de negócios, classificados e anúncios; informações pessoais, como consulta à conta bancária, horóscopo e saúde pessoal; informações práticas, como obter consultoria a respeito de negócios; além de informações enciclopédicas e um serviço de correspondência.

Para quem utiliza hoje a rede Internet, o que no Brasil só foi possível comercialmente a partir de 1995, fica até difícil imaginar que muitos dos recursos disponíveis na rede, como jornal online, *e-mail* e uma série de ferramentas de pesquisa e acesso à informação, já estavam há algum tempo, a disposição, em um outro formato, dos usuários de serviços de Videotexto.

Plaza já anunciava como uma característica do Videotexto, justamente um dos principais atrativos da Internet hoje, ou seja a possibilidade de participação do usuário através da acessibilidade a um meio de produção editorial de baixo custo, "por ser um meio, não de massas, mas de públicos e grupos de indivíduos conscientes da informação que procuram" (Plaza,1986:183). É o que Maria Ercília (1997:111) denomina hoje de mídia de rede, referindo-se à Internet e a possibilidade de editar publicações direcionadas a públicos específicos.

No Brasil o Videotexto iniciou suas operações em 15 de dezembro de 1982, na cidade de São Paulo, operado pela Telesp, empresa de telefonia estatal, e mesmo tendo perdido força ainda funciona e tem atualmente, segundo a empresa, mais de 120 mil telas visualizáveis de informação disponível para cerca de 100 mil usuários, com dados armazenados em computadores de diversas empresas que estão interligados aos computadores do sistema de videotexto, grande parte destas informações são atualizadas On-line.

Entre as informações disponíveis estão guia eletrônico, bolsa de valores, bancos, Detran (Departamento de Trânsito), serviços profissionais, etc. Para agilizar as comunicações a empresa então responsável pelo sistema, a Telesp, instalou, em 1997, *modems* que atendem com velocidade de 28.800 bps. Na mesma ocasião, algumas empresas de telecomunicações de outros estados como a Telebahia e a Telpe (de Pernambuco) que, ironicamente, mantinham *home pages* na Internet, utilizavam estas para oferecer o serviço de Videotexto.

Quanto ao design da informação disponibilizada nos terminais de videotexto, Plaza(1986:168) observou que apesar dos limites impostos por uma leitura em tela, o espaço deveria ser

aproveitado ao máximo, não com a ocupação total da tela, mas explorando o potencial comunicativo com simplicidade, ressaltando ainda que, o equilíbrio entre os aspectos estéticos e semânticos é desejável, assim como em qualquer projeto gráfico para uma publicação impressa, pois quando não há esta harmonia, temos perturbada a função da legibilidade.

Para construir uma visualidade do então novo meio, Plaza indicava com precisão a necessidade de descoberta de todas as possibilidades do mesmo, bem como a superação de desafios gerados pelo surgimento de novas tecnologias. " A apresentação de informações gráficas na tela de Videotexto constitui um desafio para o designer ou grafista".

3.3- O BBS

Antes da Internet tornar-se uma unanimidade, um outro canal para transmissão de informações foi criado, o BBS - *Bulletin Board System*, que é um sistema para troca de correspondência e informações. Cada BBS tem um menu, ou página de apresentação, descrevendo as opções disponíveis, as quais vão desde o correio eletrônico até conferências. O primeiro BBS de que se tem referência, surgiu em Chicago em 16 de fevereiro de 1978.

Com sistemas montados para responder as chamadas automaticamente, via modem, o BBS permite que o usuário, ou assinante, possa utilizar o computador para enviar ou receber mensagens ou arquivos, em alguns casos é possível, através do canal *chat* realizar conversas e jogos em tempo real .

De acordo com a *Boardwatch Magazine*, publicação especializada em BBS, em 1993 havia o registro de pelo menos 100 mil BBSs com uma estimativa de 10 mil usuários em todo o mundo.

No Brasil em 1995 haviam cerca de 250 BBSs, em uma fase pré-Internet, isto é, quando o acesso à rede ainda não estava disponível para o público em geral, somente instituições de pesquisa tinham acesso naquela época, portanto um grande número de usuários, na impossibilidade de entrar diretamente na rede Internet, tentava sentir a experiência trocando mensagens e utilizando os recursos disponíveis através destes serviços.

Contudo, já eram esperadas modificações neste panorama com a abertura oficial da Internet Comercial. Os grandes BBSs acabaram tornando-se provedores de acesso à Rede, isto é intermediam a conexão entre o usuário e a Internet. Nos Estados Unidos a liberação comercial da Internet teve como consequência a diversificação da gama de serviços oferecidos pelos BBSs, mas somente aqueles que atuavam com mais estrutura sobreviveram.

Os primeiros BBS se posicionavam como genéricos, isto é , aqueles que não eram

especializados em determinado assunto, mas abrangiam vários. A concorrência foi um dos fatores que acabou levando à especialização. Assim, além dos grandes BBS genéricos, surgiram aqueles especializados em suporte técnico, para prestação de informações sobre determinado produto ou linha de produtos, vendas On-line, entretenimento, *hobbies*, serviços profissionais e notícias. Neste último segmento é que os grandes jornais se lançaram mais uma vez no sistema *On-line*, com BBSs próprios, como o que mantinha o jornal O Estado de São Paulo.

Um exemplo de como pode ser de grande importância social o serviço de informação prestado por um BBS, foi a atuação do *Zamir-Sa*, de Sarajevo. Enquanto a região vivia problemas decorrentes de uma guerra entre as diferentes etnias, como o bloqueio de estradas e a precariedade de serviços como o Correio, o BBS ligado a um sistema alemão que dava acesso à Internet, conseguiu efetuar o contato dos cidadãos, fisicamente ilhados, com parentes e amigos em diferentes cidades do mundo.

3.4- A Internet

Há 20 anos não poderíamos imaginar que teríamos tanta facilidade em nos comunicar, obter informações, ou divulgar nossos trabalhos através de uma rede que se estendesse por todo o mundo. A informação é o grande trunfo da Internet, ou melhor o volume de informações disponível, bem como a facilidade de acesso, sejam elas relacionadas a buscar lazer e entretenimento, notícias do mundo, dados para pesquisas diversas, preços e produtos para compra, oportunidade de negócios, enfim, o que se desejar obter. Mas esta explosão de disponibilidade e acessibilidade à informação não veio exatamente com a Internet, mas com a World Wide Web, ou WWW, ou simplesmente Web, ou ainda Teia ou Teia Mundial.

A Internet foi idealizada por militares americanos que criaram na época da Guerra Fria uma rede denominada ARPANET, com o objetivo de descentralizar o poder de reação norte-americano diante de um possível ataque inimigo. Assim, atacado determinando ponto do país, este não ficaria totalmente sem ação, podendo articular uma reação de contra-ataque a partir de outros pontos desta rede. Como o tal ataque nunca aconteceu, a rede foi tornando-se ociosa para fins militares, mas passou a ser usada para fins acadêmicos. "Socialmente, a acumulação de pressões e irritações grupais conduz à invenção e à inovação como contra-irritantes. A guerra e o temor da guerra sempre foram considerados os maiores incentivos à extensão tecnológica de nossos corpos", já escrevia McLuhan(1971:65).

Em meados da década de 80 surgiu a WWW, a partir de pesquisas realizadas por Tim Berners-Lee no Laboratório de Física do Centro Europeu de Pesquisa Nucleares (CERN), em Genebra, na Suíça. Ele necessitava comunicar-se com outros pesquisadores que estavam em outros pontos do planeta e ainda, tinha a necessidade de transferir dados. Para tentar otimizar

o seu trabalho ele primeiro desenvolveu um programa de hipertexto, depois por volta de 1989, ao conhecer um sistema de gerenciamento de bibliotecas ele decidiu combinar o seu software com a Internet para fazer transitar documentos em hipertexto pela rede.

O sistema de Berners-Lee definiu um protocolo de comunicação que possibilitou a transferência de imagens, sons e textos pela rede. Porém a utilização inicial era bem diferente da que estamos acostumados hoje, não se podia utilizar o mouse e a navegação era mais difícil e demorada. As trocas de informações pela Rede eram geralmente feitas por correio eletrônico (*e-mail*) ou por protocolos de transferência de arquivos, o FTP - *File Transfer Protocol*. Para se acessar a Rede por meio de FTP, requeria o conhecimento de linguagem *Unix* para se dar linhas de comandos.

Mesmo assim, em forma de protótipo, a WWW foi disponibilizada e passou a ser utilizada nas Universidades. No início da década de 90 o estudante do NCSA - Centro Nacional de Supercomputação, Mark Andreessen começou a trabalhar com o sistema, tentando torná-lo mais amigável e fazê-lo aceitar o uso do *Mouse*. Em 92, o resultado do seu trabalho, o *NCSA Mosaic* estava pronto, foi colocado na rede gratuitamente, tornando a navegação mais fácil e agradável, fazendo com que o uso da Internet não se restringisse mais ao meio acadêmico.

3.4.1- A Web

A partir do momento que o usuário passou a navegar pela WWW e a descobrir seus recursos e possibilidades, o crescimento da rede comercial foi bastante rápido. A Web fez pela Internet o que o *Windows* fez pelo computador pessoal.

Sua apresentação como um meio que, por suas características amigáveis, do ponto de vista do usuário, integra várias mídias, tornou-se uma unanimidade, mas segundo seu criador, Berners-Lee, ela ainda é muito complicada e ineficiente para uma série de tarefas, e necessita de alguns acertos para então tornar-se "um espaço universal, onde haverá tudo".

Por outro lado, não se pode falar da popularidade da Web, sem mencionar a ferramenta que tornou possível e fácil a navegação por esta teia de informações, os browsers. Estes programas têm sido o ponto de disputa do mercado e também o centro de polêmicas e causas judiciais nos últimos meses, envolvendo grandes somas de investimentos..

O criador do *Mosaic*, o primeiro programa usado para folhear as páginas da Web, tornou-se empresário, e criou um *browser* alternativo, o *Netscape*, por acaso ele é co-fundador da *Netscape Communications Corporation*.

Hoje o mercado está dividido praticamente em duas fatias, com dois browsers disputando a

liderança e a preferência dos usuários, um é da *Netscape*, cujas últimas versões (1997/1998) foi lançado com um pacote de programas auxiliares denominado *Communicator*, e o adversário é produto da gigante *Microsoft*, o *Internet Explorer 4.0*. Esta disputa ocupou espaço nos noticiários em geral nos últimos dois anos, pois envolve certa polêmica quanto às táticas comerciais aplicadas.

Em pesquisa realizada em Outubro de 1997 feita com usuários mostrou que a utilização dos browsers apresentava os seguintes números: *Netscape Navigator* (versão anterior ao *Comunicator*) 67% e *Microsoft Internet Explorer* 39,4%.

Uma nova pesquisa, feita em Abril de 1998 já traz algumas alterações, com o browser da *Netscape* com 61% e o da *Microsoft* com 31%, com dados baseados em usuários e aqui os analistas da pesquisa justificam a questão da fidelidade de usuários antigos com determinado produto. Já em relação às vendas percebe-se mudanças nestes dados, com 51,45% para *Netscape* e 47,10% para o *Internet Explorer*, uma vez que a estratégia da *Microsoft*, razão pela qual vem sendo processada, foi colocar o seu browser em pacotes com o Sistema Operacional, captando assim os novos usuários.

Segundo dados estatísticos do início do ano de 1997, pode-se ter uma vaga idéia do tamanho da Web considerando um dos programas de busca, como o *Altavista*, que indexava então cerca de 22 milhões de documentos, num total de 11 bilhões de palavras.

Comercialmente a rede já apresenta resultados positivos, segundo Institutos de pesquisa norte-americanos (*Forrester Research*), foram negociados 530 milhões de dólares em transações *On-line* e as perspectivas são de que no ano 2000 o volume de negócios na rede seja de 7.17 bilhões de dólares.

Outros dados mais recentes¹¹ mapeam o número de usuários da Web por regiões, e neste caso há dados interessantes, com uma estimativa de 148 milhões de pessoas *on-line* no mundo, cerca de 58 por cento deste total estão nos Estados unidos e no Canadá, 22 por cento na Europa, 16 por cento na Ásia, 3 por cento na América do Sul e por último 0,5 por cento na África e mais 0,5 por cento no Oriente Médio.

O aumento do uso da rede e seus impactos no cotidiano do homem contemporâneo têm sido tema de seminários, artigos, livros, e até debates *on-line*. Há uma tendência que condena o enclausuramento voluntário do usuário da rede, como a que defende o filósofo francês, Baudrillard (1992:60) que afirma que "O homem virtual, imóvel diante do computador, faz amor pela tela e faz cursos por teleconferências. Torna-se um deficiente motor e provavelmente cerebral também". Mas como comportamento esta

¹¹ http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html

atividade não pode ser considerada uma novidade ou uma consequência da chegada da Internet.

Podemos fazer analogias entre a conduta e a reação que as pessoas têm hoje diante da rede, levando-se em consideração algumas causas que levam estes usuários a conectar-se, e o que se fazia com rádio amador, nas Faixas do Cidadão ou pelo Videotexto, por exemplo, ou seja, como principal razão pode-se apontar uma necessidade eminente de comunicar-se com o outro, de romper barreiras e limites geográficos, em busca de simples passatempo, entretenimento, ou de informações. David Siegel (1998:66) também faz analogia entre o que denomina *CB radio (Citizen Band radio)* e a Web hoje e prevê que no futuro o uso será algo mais parecido com o telefone.

Uma pesquisa publicada recentemente pela Carnegie Mellon University¹² tornou-se notícia na imprensa em geral e gerou polêmica ao concluir que o usuário da Internet é solitário e sofre de depressão. Para rebater os dados apurados na pesquisa da universidade norte-americana, diversos veículos de comunicação, geralmente com sites na Web, também fizeram uma enquete e o resultado obtido não foi coincidente.

Na revista Info Exame¹³, em enquete feita *on-line*, 80,6% das respostas foram contrárias a afirmação de que a Internet deprime e apenas 19,4% concordaram. Deve-se observar porém que os dados obtidos pelos pesquisadores da universidade tem todo um fundamento teórico e uma metodologia aplicada ao estudo, com a seleção do público alvo, enquanto as pesquisas feitas pela imprensa não continham este embasamento, sendo bastante simplificada com uma enquete que, em geral, estava disponível no site, bastando o *internauta* clicar sim ou não.

Por outro lado o Gvu - *Graphic, Visualization & Usability Center*, um instituto vinculado à Universidade da Geórgia, nos Estados Unidos¹⁴, que tem promovido alguns levantamentos sobre as formas de uso da Web, colocando um questionário na rede cada seis meses, para coletar dados sobre os usuários, e que faz um trabalho sério, com embasamento metodológico, apurou na pesquisa realizada em Abril de 1998, que 45 % das pessoas que responderam afirmaram que depois que se conectaram a Rede estão tendo mais contatos com pessoas que têm o mesmo perfil, e apenas 2,7% disseram que após estarem *on-line* fizeram menos contatos com outras pessoas.

O postulado de Baudrillard é contranítente a estas idéias, conforme este autor “o homem telemático está consignado ao aparelho, como o aparelho lhe está consignado” (1992:64),

¹² <http://homenet.andrew.cmu.edu/progress/research.html>

¹³ <http://www.infoexame.com.br>

¹⁴ http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys

afirmando que o maior nível de informação e de comunicação proporcionado através da Rede é só aparência, pois na verdade este usuário seria apenas um “operador de virtualidades”.

Em contraposição alguns especialistas em comunicação e design vem empregando o título de uma obra bastante popular de ficção científica, *Brave New World* (Admirável Mundo Novo), de Aldous Huxley, para denominar este novo mundo que é a Web, ou que através dela tornou-se acessível. Mas nem todos chegam ao consenso nesta denominação, Jessica Helfand¹⁵ fala sobre o papel da Web na sociedade atual e conclui que trata-se somente de uma plataforma de comunicação e não um admirável mundo novo, rebatendo a analogia utilizada por Siegel quando este analisa as potencialidades do meio como a possibilidade, por exemplo, que crianças em um escola na Namíbia tem, através da rede, para operarem uma câmara submarina no Atlântico Norte.

Analisando com certo distanciamento, sem o negativismo de Baudrillard e contendo o excesso de otimismo, não se pode deixar de distinguir que um novo mundo se formou a partir da conexão entre pessoas, o antigo modelo de distribuição de informação, a partir de uma agência central começa a ser questionado e desafiado. As pessoas ganharam um maior poder de participação, qualquer órgão informativo *on-line*, ou não, tem o seu próprio *e-mail*, possibilitando que o cidadão ao ter contato com a notícia possa comentá-la, discordando do ponto de vista colocado, ou ainda acrescentando informação.

A mídia de massa geralmente é controlada por alguns poucos conglomerados, pois tem um alto custo para chegar ao consumidor, rádio e TV, geralmente são concessões, mas sua operação exige grande investimento em infra-estrutura, os jornais e revistas impressos têm um custo alto de produção e distribuição, conforme cita Maria Ercília (1997:110), “a Internet inverte esse modelo: custa pouquíssimo para distribuir”. Na opinião da jornalista, especializada em cultura de rede, a produção de jornalismo para a Internet deve sofrer influência deste novo modelo de distribuição dentro de algum tempo, já que poderão existir publicações menores, independentes dos direcionamentos dos grandes distribuidores, direcionadas a pessoas com interesses comum, pois se o custo de produção/distribuição não é alto, não há a necessidade de um grande número de leitores ou usuários para a obtenção de lucro.

Ao mesmo tempo em que as estatísticas tentam delinear o perfil do usuário e estudiosos tentam dar interpretações com bases nestes dados e em campos como psicologia, antropologia entre outros, os profissionais de design gráfico também já arriscam lançar algumas conclusões, baseados em trabalhos realizados e também nos dados já mencionados acima. Assim, John Schmitz, do Interactive Bureau, faz uma analogia entre a leitura do

¹⁵ <http://www.howdesign.com/>

conteúdo da Web e a leitura que se faz de um *outdoor* enquanto se passa por uma avenida (Black, 1997:33), ou seja, o usuário não tem tempo, ou não quer perder tempo esperando para ver, deseja ter o máximo de informação possível apresentado de uma forma clara e objetiva.

Neste momento em que as pessoas estão iniciando suas conexões com a rede, enquanto a maioria ainda não está bastante familiarizada com o meio, é ainda mais necessário que as informações sejam disponibilizadas com clareza, facilitando assim a navegação e a compreensão do funcionamento da Web. O designer gráfico já percebeu que o novo meio veio romper com a bi-dimensionalidade do papel, permitindo a inclusão de imagens em movimento, de vídeos e de som, além de tantos efeitos conseguidos com a implementação de programas e linguagens. Assim este profissional, apesar de ter que lidar com as restrições impostas pela técnica, pelos códigos e linguagens de construção e programas para Web, tem uma liberdade de criação bem maior podendo trabalhar com informações sobrepostas em camadas, o que a princípio pode parecer um fator limitador, torna-se um grande recurso quando bem explorado.

O que poderia ser uma das razões pela qual a Web tornou-se quase que uma unanimidade, como um meio que alcançou tão rápido o sucesso, é justamente a possibilidade de interatividade, que permite ao usuário definir o seu caminho, onde quer ir, o que quer ver e até o que quer deixar nestes locais, como uma opinião, uma crítica, um recado. "Igualmente importante é a existência na Web de uma liberdade criada pelo mistério ou pela falta de conhecimento do que existe lá. A Web tem uma qualidade bastante erótica" (Lanier, 1997:146).

3.4.2- A mídia tradicional na teia

No momento atual, fim da década de 90, fim de um século, onde as marcas deixadas por uma revolução promovida pela tecnologia certamente estarão registradas como importante marco na história, quando as novidades continuam a surgir dia após dia, são freqüentes algumas questões referentes ao futuro das mídias. Pressuposições são lançadas afirmando que esta substituirá aquela. Mas na verdade esta é uma reação comum, pois sempre que surge um novo meio há este tipo de discussão. Dizia-se nos anos 20 que o rádio acabaria com os jornais impressos, depois que a TV acabaria com o cinema.

Se por um lado há um certo abalo com a chegada de novos meios, e tentativas de adesão a uma nova tecnologia nem sempre bem sucedidas, até por falta de planejamento e adaptação, há também um lado positivo nesta busca pela atenção do público. Os jornais impressos sentiram os efeitos da chegada do rádio, mas tiveram uma reação mais positiva quando da chegada da televisão. No Brasil, na década de 50 o jornalismo impresso passou por uma reformulação, já que estariam concorrendo com um meio onde o apelo visual era poderoso, os jornais investiram no planejamento gráfico, adotando visuais mais modernos e atrativos. (Silva,

1985:15). E as alterações não foram somente no campo gráfico, mas editorial também.

Uma nova tecnologia geralmente surge supervalorizada em comparação às já existentes, é o que se passa agora com a rede Internet. Todos querem estar lá, emissoras de rádio e TV, jornais e revistas, alguns chegam ao novo meio com um conteúdo compatível e bem definido, outros, entretanto querem marcar presença a fim de se mostrar moderno e atualizado, dois quesitos supervalorizados no mundo contemporâneo, mas estas passagens aleatórias de um meio para outro acontecem sem que se leve em conta as especificidades dos meios.

Nos anos 20, nos Estados Unidos, quando os primeiros sistemas de transmissão de rádio surgiram, os jornais, então sob o impacto de uma possível substituição de uma mídia por outra, responderam entrando na primeira onda de estações de rádio, mas fatores como a falta de qualidade das primeiras transmissões, inexperiência com o então novo meio e desinteresse por parte dos anunciantes fizeram com que estes abandonassem a iniciativa, pois acreditavam que o rádio não seria sucesso como um meio comercial. Alguns anos depois, já com uma tecnologia mais apropriada, o rádio transformou-se em uma concorrência respeitável aos jornais impressos. (Roger Fidler, 1997:69-70)

Situação similar ocorre atualmente na rede. Há uma corrida para lá marcar presença. Ter um Site, uma Home Page, um endereço eletrônico passou a ser fundamental. Muitos nem sabem porque e nem conhecem o meio o suficiente para adaptar-se às suas condições, que por um lado apresentam recursos e ferramentas sensacionais, que mudam as formas de transmissão de conhecimentos, mas por outro mostra-se ainda cerceado por limites técnicos.

Há diversos sites de emissoras de rádio e TV na Teia, todos querem ter a sua *filial virtual* no *ciberespaço*, mas em termos de qualidade de som e imagem, suas mídias de origem ainda são melhores, portanto para o usuário, não se justifica fazer estes acessos apenas para ouvir rádio ou ver TV no computador, a menos que seja uma consulta rápida, ou em uma ocasião em que não se tenha acesso aos outros meios, por exemplo.

Há uma outra forma de rádio na Teia, que seria a de se montar um site de rádio e operá-lo tal como este meio, porém sem estar vinculado a uma emissora. Aí sim pode-se encarar a Web como meio para viabilizar a operação de radiotransmissão livre das amarras governamentais, que no Brasil, por exemplo, controlam as concessões para este tipo de transmissão e independente dos interesses dos grandes conglomerados, podendo assim, definir uma programação de conteúdo livremente, dirigida a determinado público.

Já com as mídias impressas a ida para o meio digital pode ser mais proveitosa, tanto para o usuário-leitor, como para o editor. O ato de ler em tela tem de negativo a exaustão física, mas os pontos positivos, como as várias possibilidades de acesso a diferentes publicações em um curto intervalo de tempo, bem como as novas formas de leitura são compensadores. Segundo Jaron Lanier (1997:141-148) "A principal ação da mídia baseada no computador é tornar as abstrações reais".

Capítulo 4

4- A formação de um repertório próprio do meio

"A esquematização aumenta a legibilidade do mundo"

Abraham Moles

As primeiras páginas a circular pela Web, como já se viu, foram feitas por cientistas e provavelmente a experimentação das possibilidades do novo meio, como as determinações do código HTML, predominaram nestes primeiros documentos produzidos, com o domínio dos aspectos funcionais sobre os estéticos. Havia a preocupação de se trabalhar desta forma para que outros cientistas, em outras partes do mundo, pudessem compartilhar das informações, mesmo através de monitores monocromáticos e até prevendo que alguns teriam acesso somente a texto.

Estes primeiros sites foram classificados como de primeira geração por Siegel (1996:26) e como principais características apontadas pelo autor estão um certo domínio da linearidade, com grandes blocos de texto separados por linhas ou régua horizontais sobre um fundo cinza, "pareciam-se com apresentações de slides projetados em uma parede de cimento".

Com a popularização do acesso a Web iniciou-se uma corrida para a rede, muitas experiências foram feitas, tanto por leigos, como por designers, e novos recursos foram surgindo e imediatamente sendo aplicados e explorados, pois a tecnologia vem definindo os caminhos da Web.

Assim vieram os sites de segunda geração, citando ainda a classificação elaborada por Siegel, que definiu em linhas gerais que estes sites eram basicamente como os anteriores, porém, substituindo palavras por ícones, o fundo cinza por imagens *ladrilhadas* - ou seja utilizando uma imagem repetida por várias vezes para compor uma textura - e *banners*, substituindo os títulos.

Já os sites denominados de terceira geração caracterizam-se pelo domínio do design sobre a técnica, conforme explica Siegel (1996:29-41) estes sites utilizam eficientemente metáforas para atrair o usuário a entrar no ambiente construído, fazendo com que este sintase familiarizado e atraído a explorar as demais páginas do local, como exemplos de metáforas bem empregadas o autor cita sites em formas de galerias, quadrinhos, canais de televisão, revistas, jornais, ambientes de loja e museus entre outros.

Percebe-se aqui a rápida evolução de um meio, o qual está extremamente vinculado a um carácter experimental e à evolução tecnológica, fatores decisivos tanto na funcionalidade, como na estética das produções criadas para as publicações das redes.

Conforme bem observou Plaza(1986:38), quando da análise das possibilidades do Videotexto, "a operação de passagem de um meio a outro implica em consciência tradutora", a qual, aplicada na descoberta, não apenas do potencial do novo suporte, até um suposto esgotamento, mas também na experimentação, com o que se pode chegar a uma linguagem própria do meio.

Arlindo Machado(1993:14) ao comentar a utilização de máquinas e suas ferramentas para

criação diz que "as obras verdadeiramente criativas, ao invés de esgotar determinadas possibilidades do *código* específico de um meio, redefinem a nossa própria maneira de entender e de lidar com esse meio" (grifo do autor).

4.1- As ferramentas

A construção de páginas para a WWW apresenta-se como uma nova possibilidade em termos de design gráfico. As novas ferramentas de trabalho estão acondicionadas em máquinas, são manuseadas através dos vários comandos disponíveis e apresentam-se em forma de programas que se utilizam de linguagens específicas. Através destas o designer ou o usuário pode realizar determinadas tarefas como elaborar tópicos de texto situados em espaços diferentes, mas interligados como uma teia, tratar as imagens oriundas de outros suportes, criar animações, dando movimento ao conteúdo imagético e até construir todo um ambiente em terceira dimensão para que o usuário possa ter a sensação de integrar o meio, além da inserção de sons, que podem ser em forma de avisos sonoros, música ou até a voz humana, previamente digitalizada.

Parece até um procedimento desacertado incluir a possibilidade de aplicação de elementos sonoros quando se fala em design gráfico. Na verdade este é um dos elementos que integra os meios multimídia e portanto dentro deste contexto pode ser analisado, até porque a introdução de qualquer forma sonora em uma publicação para a teia pressupõe a necessidade de criação de um link, o qual deverá estar inscrito graficamente na página/tela, seja através de um ícone, um botão ou de uma palavra-chave. Não trataremos a princípio do elemento som neste trabalho, visto que, não é empregado nas publicações que são o alvo deste estudo, até o momento.

O Jornal da Tarde, do Grupo Estado de São Paulo, oferece ao leitor-usuário a possibilidade de estar ouvindo a Rádio Eldorado, também uma emissora do grupo, enquanto faz a leitura do conteúdo *On-line* do jornal, mas é preciso que o usuário tenha um programa específico para desempenhar tal função - o *RealAudio*, ou faça um *download* do *software* através de um *link* na própria *home page* do JT.

Alguns dos recursos empregados na construção de páginas para a Web não são exclusividade do meio digital enquanto suporte para estas novas publicações, uma vez que como já vimos, o processo de produção das publicações impressas também emprega a informática em todas as suas fases e o antigo diagramador há algum tempo abandonou a régua de *picas* e adotou parte deste novo ferramental, em forma de programas para computador, em seu trabalho de criação.

Mas nem tudo foi abandonado e mesmo utilizando-se de programas de computador para a

composição visual das páginas dos jornais, seja ele impresso ou *On-line*, não se aposentaram por completo os diagramas, ou seja as linhas guia para a colocação dos blocos de texto, das fotografias e demais elementos gráficos.

Quando tudo era feito na base de cálculo e régua, utilizava-se um papel pautado com estas linhas indicadoras, e nos programas de editoração eletrônica elas também estão presentes para dar uma orientação espacial ao designer. Para a diagramação de páginas na rede enquanto não surgirem programas similares aos utilizados em editoração, que permitem um maior controle dos resultados, o que se tem usado são tabelas para esquematizar a página em busca de equilíbrio. Com referência ao emprego desta técnica Siegel (1996:68) ensina que embora a finalidade das tabelas não seja especificamente a contenção de colunas de texto, ele as usa na diagramação para a Web porque não há mais nada disponível no momento.

O design para o meio digital não conta com os padrões empregados na produção de publicações impressas. A hierarquia da composição perde seu sentido. Não há porque indicar o nome do autor no topo de um texto e divulgar dados sobre ele no rodapé da página ou no final do texto, uma vez que se pode a partir do próprio nome do autor fazer um *link* para o seu currículo ou para a sua página pessoal, ou ainda abrir uma janela para *mail*.

O suporte agora é a tela, a página como tal ainda sobrevive sobre este suporte, mas algumas normas para criação e leitura em papel já se tornaram obsoletas. A linearidade não pertence a este novo meio, o *designer* gráfico para a mídia digital tem que pensar numa estrutura de teia ao fazer seus projetos, onde tudo pode estar interligado, além de não se esquecer de como será a recepção do visitante do site, portanto o designer deve atuar também como um guia da Web (Black, 1997:16).

Em termos de *design* para multimídia, especialmente para a WWW, pode-se comparar a atividade dos primeiros impressores com os atuais *designers*, além do trabalho, há toda uma preocupação com a funcionalidade do novo meio, com a pesquisa para a exploração de recursos e com a busca do equilíbrio das páginas na tela. As dificuldades também são muitas, tudo ainda é novo, existem muitos recursos, mas também limitações.

Apesar de tantas novidades em termos de ferramenta para criação gráfica, ainda é o bom senso e algum conhecimento de estética que influem no resultado final dos trabalhos, conforme observa David Siegel (1996:22) "À medida que a Web sofre mutações e evolui, os designers de sites encontram-se no meio de um acalorado debate sobre padrões e ferramentas", ou seja, a cada dia surgem novas técnicas e recursos para criação na Web, se o profissional apoiar seu trabalho apenas nas inovações técnicas talvez estará esquecendo-se dos aspectos estéticos. "Quando as técnicas se tornam obsoletas, um bom design sobrevive".

Os sites da Web, na opinião de Roger Black (1997:15), dependem ainda mais do design para atrair o usuário do que as publicações impressas, pois estas já trazem todo o seu conteúdo de

informação disponível em um formato portátil e ao qual o leitor já está habituado, enquanto os sites apresentam-se de forma visual, porém com a questão de trazer uma página/tela por vez, "incentivar o visitante a encontrar o que está por trás da primeira camada, e até mesmo informar que há mais, é um problema para os *designers*".

Na Web há a possibilidade de conexões com outros documentos, mas há a qualidade do texto em tela, que não atinge os padrões já alcançados para a produção em papel. Pode-se trabalhar com imagens animadas, mas há a questão do tempo para carregar esta imagem. Além do que o código HTML torna mais difícil a criação, pois limita o controle, é bastante rígido e impede que o designer tenha absoluto controle sobre a diagramação, como em um programa como o *Pagemaker*, para a manipulação de todos os elementos da página, como texto, imagens e espaços em branco.

Assim, enquanto alguns destes obstáculos não são tecnicamente resolvidos, inicia-se também neste meio, contrariando os mais entusiastas que anunciavam a quebra de todas as regras, a instituição de padrões, em favor de deixar a informação pronta para ser fruída pelo usuário, com qualidade e funcionalidade.

Para que a mensagem transmitida tenha este grau de empatia com o receptor faz-se necessária a implantação destes padrões, em função da criação de um repertório próprio do meio. Ser demasiadamente original na criação, explorando ao extremo novos recursos pode tornar a informação obscura e desinteressante para o usuário.

Logo, não se pode simplesmente criar uma iconografia para um *site*, se esta não for em função do repertório já assimilado pelo receptor. Para quem já *navega* pela Rede tornou-se banal o ato de *clicar* em pontos chave para fazer uma nova conexão, mas quem não está habituado provavelmente levará algum tempo para perceber que determinados pontos da tela são sensíveis ao cursor do *mouse*, e que quando este transforma-se num ícone que representa uma pequena mão, significa que aquele ponto é *clícável*, e portanto um *link* para uma outra página.

Um leitor acostumado ao repertório tipográfico não identifica imediatamente como link a palavra em negrito ou cor contrastante dentro de um hipertexto, a primeira impressão que terá, será a referência de que o autor quis dar ênfase ao termo.

Os padrões adotados a princípio na construção de páginas para a Web estão vinculados à iconografia que já faz parte do repertório dos usuários de PC/ Windows ou Macintosh, com a inserção de alguns novos símbolos, os quais a princípio são apresentados com uma definição de sua função ao usuário iniciante.

O *browser* da *Netscape* em suas várias versões apresenta até a possibilidade de, assimilada as funções e posições dos botões, eliminar a visualização dos nomes, deixando visíveis

apenas os ícones, ou até eliminá-los e deixar somente o texto, ambas as opções tem como consequência o aumento da janela para visualização das páginas.

O trabalho do designer é utilizar-se do que já é familiar ao usuário da Internet e facilitar o seu acesso, conforme afirma Roger Black (1997:22) "se existem paredes no design para a Web, na própria WWW, então é tarefa do designer encontrar as portas, iluminar o caminho e até mesmo acender os indicadores de saída".

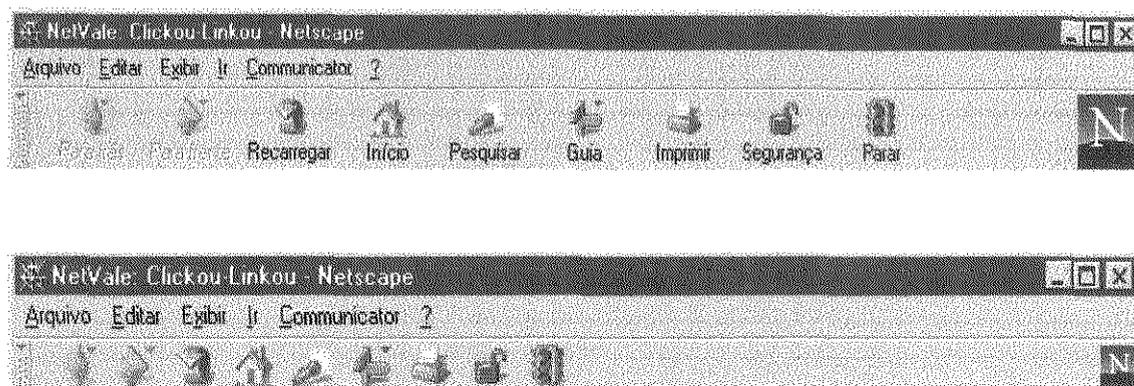


Figura 1 - Opção de aparência do browser: figuras e texto ou somente figuras

4.2- O hipertexto

As definições para o termo hipertexto, tão empregado no vocabulário adquirido com a popularização da Internet, vão desde aquelas extremamente técnicas, passando por outras mais ou menos abrangentes. Basicamente um hipertexto é um conjunto de dados textuais ou blocos de textos, que podem ser lidos a partir de um suporte informático, de uma forma não linear possibilitada através de nós, ou links, que agem como elos semânticos interligando estes blocos de texto (Laufer/Scavetta, 1992:5).

Pesquisas desenvolvidas no MIT - Massachusetts Institute of Technology - fazem analogia entre a estrutura hipertextual, com a qual são construídos os conteúdos informativos nos novos formatos de publicações, e as redes semânticas, ou seja, a estrutura de funcionamento da mente humana. O hipertexto possibilita associações entre vários tópicos de informação de acordo com o ritmo natural do pensamento humano.

Através da navegação pelos documentos hipertextuais acessíveis na rede atinge-se a intertextualidade e com isso a leitura ganha um caráter mais individual, rompendo a barreira até então existente entre autor e leitor. A partir do momento em que o usuário pode interagir com a obra de modo subjetivo, com a possibilidade de formar sua própria teia de associações, atinge-se a construção do pensamento interdisciplinar.

O conceito de hipertexto foi proposto pela primeira vez em um artigo denominado *As we may*

think de autoria do matemático e físico Vannevar Bush, publicado em julho de 1945, e que tratava de um sistema de extensão da memória. Esta foi uma época de grandes avanços em termos de tecnologia. Algum tempo antes muitos cientistas e pesquisadores, dos mais diversos pontos do planeta, acabaram por reunir-se em locais considerados mais seguros, fugindo da guerra. Por outro lado a guerra gerava uma demanda de pesquisa de equipamentos para defesa. Estes cientistas estiveram então trabalhando financiados pela força militar.

As pesquisas iniciadas naquela época e que acabaram por gerar o embrião da tecnologia informática, estavam principalmente centradas na tentativa de criar uma máquina inspirada na funcionalidade do cérebro humano. Foi vivenciando este cenário que Bush pensou em um sistema de indexação de informação que se baseasse numa rede de associações semelhantes ao que ocorre na mente humana. Ele idealizou um dispositivo, ao qual denominou *Memex*, onde estariam depositadas todas as informações, classificadas por um processo de associação e que permitiria ao usuário ainda fazer novas conexões. Infelizmente a tecnologia disponível na época e talvez uma falta de um projeto mais adaptado à realidade, não permitiu que tal equipamento fosse viabilizado.

Na década de 60 Ted Nelson cunhou o termo hipertexto para definir a possibilidade de escrita e leitura não lineares, assim como Bush, ele pensava na criação de um grandioso sistema de banco de dados, ao qual ele denominou *Xanadu*, com informações científicas, literárias, em forma de texto, imagem ou mensagem sonora que estariam acessíveis através de uma rede. O hipertexto só passou a ter grande aplicação com a criação da World Wide Web, por Tim Berners-Lee, na década de 80, e a partir de então efetiva-se como uma poderosa ferramenta de escrita e leitura em tela.

Outras definições mais contemporâneas de hipertexto, já remetem ao fenômeno de difusão de informações provocado pela Internet, mais especificamente pela WWW, como a de Pierre Lévy, (1993:33) que usa o termo Hipertexto, com a ressalva de que o mesmo não exclui a dimensão audiovisual, para denominar tal sistema e enuncia: "Técnicamente, um hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras, páginas, imagens, gráficos, seqüências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos serem hipertextos... Funcionalmente, um hipertexto é um tipo de programa para a organização de conhecimentos ou dados, a aquisição de informações e a comunicação."

Uma outra definição dada por George Landow (1992:196) diz que a conectividade é a característica essencial do hipertexto e que através de blocos de textos e imagens interligados estimula-se o encadeamento de idéias e contextos.

Ter uma noção de que se está em uma teia de associações não seqüenciais é importante para a melhor navegação através de um texto. Talvez mais importante seja que cada tópico de dados ajuda o usuário, através da intertextualidade, a ter uma melhor visão do todo. Segundo Patrícia Carlson(1992:62) "O hipertexto não modela somente a realidade externa, ele também

pode dar formas ao interior de nossas mentes revelando-nos novas maneiras de ver e sentir nosso ambiente de informações. Materializar um conceito é transformar o inobservável em objetos que podem ser examinados e inspecionados”.

O leitor em tela, de acordo com Lèvy (1996:41) é mais ativo que o leitor em papel, “se considerarmos o conjunto de todos os textos (de todas as imagens) que o leitor pode divulgar automaticamente interagindo com um computador a partir de uma matriz digital, penetramos num novo universo de criação e de leitura dos signos”.

Tecnicamente a concretização de uma escrita hipertextual é possível com a utilização de HTML, acrônimo de *Hypertext Markup Language*, que é a linguagem padrão para escrever páginas para a Web e que possibilita preparar documentos com gráficos e links para outros documentos para serem visualizados em sistemas que integram a Rede. A linguagem HTML utiliza-se de etiquetas de marcação ou marcadores, também denominados *tags* para definir como será a aparência e a funcionalidade da página, isto é, define a formatação do texto e a posição de inserção de imagens e links, construindo a página como ela aparecerá na tela.

4.3- As faces da imagem na rede

A imagem é um dos componentes do que se denomina sistema de hipermídia, que é o que temos hoje na Web, ou seja, esta imagem, seja ela proveniente de desenho, colagem, pintura, fotografia, animação ou vídeo e traduzida para o suporte digital através de dispositivos transdutores e de interfaces adequadas (Plaza, 1993:75) ou criadas no próprio ambiente através de instrumentos que dispensam a fase de transdução como a foto e o vídeo digital ou a computação gráfica, é então associada ao som, seja de pequenos sinais sonoros à música em geral, e aos blocos de informações textuais, e neste sistema tudo pode estar conectado.

Abraham Moles (1990:77) observou que “uma evidência na evolução da nossa cultura é que a imagem se tornou o novo traço essencial do ato de comunicação que se anuncia, quer se trate da imagem funcional (aquela que ‘serve para...’), quer da imagem dita artística (cuja missão principal é ser bela)”. Outros estudiosos e pesquisadores têm realizado estudos sobre o domínio da imagem na atualidade, seus objetivos são, entre outros, questionar sobre os impactos causados por esta comunicação social contemporânea tão inflacionada de imagens, bem como definir esquemas de leitura e compreensão para este tipo de comunicação.

O emprego de imagens em comunicação, como tal, ou seja, ilustrações, fotografias, filmes ou animações, têm finalidades variadas, estas podem ser atrativas, informativas, apelativas, entre outras, para comunicar fatos ou idéias, explicar sistemas, contar estórias, ou tornar-se objeto de prazer, meditação ou contemplação (Cotton e Oliver, 1994:28). Seja qual for o objetivo, pode-se dizer que se obtém, na maioria das vezes, os resultados esperados, pois a

imagem seduz.

Como já mencionamos as imagens há anos vêm sendo empregadas como forma de registro e transmissão de informações, desde as cavernas na pré-história. A partir do século XIX tivemos o início da utilização da imagem associada a texto em larga escala, com a finalidade de informar, o que foi possível a partir da implementação de técnicas como a litografia e a fotografia. O emprego das imagens seja com o objetivo meramente informativo ou não, prosseguiu com o surgimento de outros meios de comunicação e aos poucos a tela vem colocando-se como um suporte alternativo ao papel para levar a informação ao público. Jornais e revistas tiveram sua produção aprimorada durante o período em que foram tendo cada vez mais concorrência a partir do surgimento de outros meios. Vieram primeiro o cinema e a televisão, com grande predominância imagética, e pouca utilização de texto, e por fim, a tela, do monitor de videotexto ou do computador. A mesma evolução técnica que possibilitou a existência destes, trouxe qualidade à impressão, com maior definição e fidelidade. Hoje as editoras e gráficas utilizam-se dos computadores em todas as fases do processo da produção editorial.

A industrialização de papel também teve progressos e capacitou-se a produzir diversas qualidades destinadas aos mais variados impressos. Apesar de esta espécie de evolução não ser muito bem vista no mundo contemporâneo, quando se observa o predomínio de idéias preservacionistas, uma vez que a indústria do papel, mesmo com todo o desenvolvimento, ainda continua sendo um agente agressor do meio ambiente. Soluções para esta questão são o alvo de trabalhos como o que vem sendo realizado pelo *Media Lab* do MIT (Massachusetts Institute of Technology), onde pesquisas estão sendo desenvolvidas na busca de uma nova tecnologia em termos de papel, o qual poderia ser reutilizado. Não se trata de reciclagem, mas de uma reprogramação. Este material está sendo denominado *Papel Digital* (Fidler, 1997:233), mas ainda encontra-se em fase inicial de testes.

Os novos meios que surgiram não utilizam mais o papel, e aos poucos a tela vem colocando-se como um suporte alternativo para levar a informação ao público. Com ela a imagem ganhou ainda mais força, superando o texto em determinados casos, o que faz com que muitos cheguem à conclusão de que estamos vivendo na era das imagens.

Há quem veja o atual panorama como uma involução, como Wilson Martins (1996:419-421) que vê um retorno às cavernas causado pelo emprego da imagem em lugar da palavra escrita, e critica também a preocupação excessiva dos jornais em produzir uma apresentação mais atraente, tentando aproximar-se da televisão, empregando a imagem em detrimento ao texto, apesar de sua grande capacidade de impressão.

4.3.1- As formas visuais do texto

Plaza (1986:106) observa que “todas as vezes que utilizamos os códigos escrito e visual num mesmo espaço de representação, temos relações de proximidade, por um lado, e de similaridade, por outro” estas relações entre imagem e texto têm sido temas de estudos e debates entre estudiosos das mais diversas áreas. Santaella e Nöth(1998:53-71) enfocam a questão em seu trabalho dedicado ao estudo da imagem, selecionando e citando diversas posições assumidas ou questionamentos feitos por vários autores quanto ao tema, como Barthes que indaga se a imagem é uma redundância, pois seria uma duplicata das informações contidas no texto, ou este lhe acrescentaria informações. Uma outra colocação, muito oportuna e esclarecedora, citada pelos autores é a de Moles, que afirma que, em se tratando de meios de imprensa, a legenda comenta a imagem, esta por sua vez comenta o texto e até a própria legenda.

Mas quando se trata de design gráfico pode-se dizer que um texto também é uma imagem, afinal é tratado como tal, a medida em que é formatado, ou seja, que são definidas as características visuais que a palavra escrita terá em determinado documento, seja ele impresso ou on-line. Qualquer mudança que se faça ou opção que se adote nesta formatação, seja na escolha da tipologia, no tamanho da fonte, no estilo ou na cor, resulta em uma “imagem” diferente deste texto. Trata-se da manipulação de elementos visuais que possibilitam a composição de um discurso gráfico (Silva, 1985:39), certamente o autor referia-se então às publicações como material impresso, mas hoje, com a popularização da rede Internet, elas estão também em um outro suporte, a tela do computador, entretanto, a importância do discurso gráfico continua e pode até ser mais relevante neste novo meio, visto que a tecnologia ainda é recente, mudanças e ajustes ainda estão acontecendo, tanto por parte de quem desenvolve técnicas, como por parte de quem cria para este suporte.

Esta questão da imagem da palavra é enfocada por Santaella e Nöth (1998:68-69) “com o crescimento e sofisticação da imprensa e da publicidade, a partir do início do século, novos campos de possibilidades, no tamanho e variação dos tipos gráficos e no uso substantivo do espaço, foram se abrindo rumo à exploração da natureza plástica, imagética, do código alfabético”. Os designers gráficos quando criavam exclusivamente para mídia impressa em seus diagramas, já tratavam os blocos de texto como mais um elemento gráfico a qualificar, combinar e dispor em uma página, de forma a atingir o equilíbrio e a clareza, mantendo uma forte relação de interligação entre outros elementos a saber, como fotografias, infográficos, vinhetas, fios, títulos e espaços em branco.

O texto apresentado em tela, já desde o Videotexto, apresentava-se baseado em uma linguagem híbrida, “com a lenta varredura das letras em luz-cor” (Santaella e Nöth, 1998:69) trazia uma interação entre escrita e desenho própria do meio, mostrando, conforme Plaza (1986:92), a sua vocação intercódigos, que gerou sistemas de signos altamente

esquemáticos e pictóricos, "iconizando o verbal-escrito, absorvendo todos os códigos e repertórios gráfico-digitais e analógicos".

Também no suporte tela está baseada a mais nova forma de comunicação, agora através monitores dos computadores que, interligados pelas redes telemáticas, trazem reforçadas as características multimídia, onde o texto ganha uma nova plasticidade. Baudrillard (1992:18) em meio ao seu discurso acrimonioso também observa que, na comunicação através das redes os textos midiáticos são como imagens.

Se a criação de peças comunicativas tratando o texto como uma imagem já era comum nos meios impressos, com a chegada da multimídia este passou a ser um traço característico destes novos meios. Entretanto, a imagem agora apresenta-se multiforme e pode estar associada também ao som. Os designers gráficos têm então novas ferramentas disponíveis para criação, muitas possibilidades de inserção de vínculos entre documentos originários de diversas mídias e podem empregar ainda mais o recurso de dar um tratamento de imagem ao texto, seja ele colocado em uma página Web como texto mesmo, com a simples formatação de tipologia, tamanho, estilo e cor, ou convertido em imagem, quando da impossibilidade de utilizar uma tipologia desejada neste novo meio, ou seja, o texto é trabalhado com a formatação que se deseja, através do uso de um software específico, para em seguida ser inserido na página.

4.3.2- A leitura dos códigos justapostos

É ainda com o surgimento das novas tecnologias de comunicação que cresce uma certa apreensão, que não é nova e nem restrita a este meio, em relação à leitura das imagens, ou seja, uma preocupação quanto ao esforço crítico empregado na assimilação destes conteúdos imagéticos, ao invés de apenas assimilá-los com a naturalidade do olhar, visto que, freqüentemente são neles que estão os conteúdos semânticos. Sem os recursos da tecnologia informática já era necessário ter atenção quanto à leitura das imagens, pois dentro de um conteúdo informativo, nem sempre ela está mostrando exatamente o que a legenda e o texto afirmam.

Com as novas técnicas de digitalização e tratamento de imagens através de programas específicos, é possível manipular uma fotografia, modificando ou direcionando uma mensagem semântica. Baudrillard afirma que hoje todas as imagens são possíveis, "tudo é informatizável, isto é, comutável em sua operação digital"(1992:64). Por outro lado pode-se dizer que da mesma forma que um emissor pode criar uma mensagem através da manipulação de uma imagem, o receptor agora também têm este mesmo poder, resta saber se está apto para perceber esta possibilidade. Santaella (1994:35) classifica as imagens de síntese, geradas ou trabalhadas nos meios digitais como pós-fotográfica e em seu mais recente trabalho afirma

que " enquanto a imagem artesanal é feita para a contemplação, a fotográfica se presta à observação e a pós-fotográfica à interação" (Santaella e Nöth, 1998:174).

Uma visão otimista da questão é apresentada por Arlindo Machado (1993:54) considerando que a convivência diária com fotografias que foram manipuladas "permitirá superar a crença ingênua e largamente disseminada de que a fotografia é um atestado de veracidade das coisas". E talvez este aprendizado por parte do receptor venha da mensagem publicitária, que tem feito uso deste tipo de fotografia em grande escala, então, a partir desta experiência este receptor já não leria as imagens dos meios informativos com tanta ingenuidade.

Mas este ainda não é um traço dominante na leitura de imagens, sejam elas oriundas da fotografia, do vídeo ou do cinema, e então questiona-se, até que ponto as pessoas conseguem realmente enxergar além da visão natural? É portanto pertinente a preocupação de Philippe Quéau (1993:91-99) quando cita a necessidade de uma forma de alfabetização para que as imagens possam ser lidas de um modo mais analítico do que a percepção distraída geralmente empregada. A mesma temática é abordada por Dondis(1991:3) que até utiliza o termo *Visual Literacy* e fala sobre uma necessidade de alfabetizar visualmente levando-se em consideração os mesmos objetivos de uma alfabetização para a leitura e escrita, portanto ensinando a todos, e não só ao futuro profissional da área, a identificar, compreender e até criar mensagens visuais.

Ainda sobre esta questão Bruno Munari (1997:10-11) ressalta que "cada um vê o que conhece", referindo-se ao repertório do receptor ao receber uma mensagem baseada no código visual, entretanto, o autor também defende a necessidade de ampliação do conhecimento através de uma leitura mais atenta das imagens, para ele "conhecer as imagens que nos circundam significa também alargar as possibilidades de contato com a realidade, significa ver mais e perceber mais."

Esta necessidade de alfabetização visual não pode ser vista como um requisito educacional específico da sociedade contemporânea, o que muda hoje, é que além da questão da leitura da imagem, há também a possibilidade de interação. Na verdade a mensagem visual sempre carregou uma pesada carga semântica, assimilada natural e ingenuamente pela maioria. Walter Benjamin expôs muito bem esta situação citando o emprego das legendas como indicadores para leitura das imagens utilizadas pelos jornais ilustrados do século XIX, conforme já citamos, não importando se refletiam a verdade ou não. Esta mesma situação é vivenciada ainda hoje, seja nos jornais, nas revistas, na televisão ou na Internet, como veículos de transmissão de informação-notícia. Baudrillard (1993:147) enfatiza que a mídia alimenta-se da catástrofe e que se a foto utilizada pelo veículo de comunicação não a transcreve diretamente, é a legenda que cumpre este papel.

Entretanto existem usos e usos da imagem. O fato é que hoje, com as novas tecnologias da comunicação, vivemos um momento onde impera a saturação e o conflito, causados pelo

exercício de experimentação do possível. “Esta disposição contemporânea encontra analogia no barroco, na medida em que remete não a uma essência, mas a uma função operatória...” (Peixoto, 1993:239)

Quando se trata da questão da imagem pelo viés do discurso gráfico percebe-se que tanto uma fotografia como um texto são tratados como peças visuais do grande mosaico que é uma publicação, seja ela impressa ou *on-line*. Há que se ressaltar ainda o infográfico como um elemento visual utilizado em larga escala. Trata-se de mais um recurso que associa pequenos blocos de texto a um conteúdo ilustrativo, com o objetivo de explicar de maneira rápida e direta, um fato ao leitor. Geralmente empregado para detalhar e explicar uma informação muito complexa, ou para montar uma retrospectiva.¹⁶ A incidência destes infográficos é cada vez maior, visto que a tecnologia informática agilizou a criação nesta área. Entretanto seu emprego têm sido quase que exclusivamente nas publicações impressas.

Fazer uma leitura mais crítica das imagens utilizadas em comunicação não significa que se deve separar sempre a mensagem escrita da visual, como se fossem linguagens completamente distintas, em muitos casos elas têm que ser lidas em conjunto, além disso há que se verificar as especificidades dos meios por onde estas mensagens estão trafegando. Plaza (1987:66) elucida bem esta questão dizendo, “os meios tecnológicos absorvem e incorporam os mais diferentes sistemas sígnicos, traduzindo as diferentes linguagens históricas para o novo suporte. Essas linguagens transcodificadas efetivam a colaboração entre os diversos sentidos, possibilitando o trânsito intersemiótico e criativo entre o visual, o verbal, o acústico e o tátil”.

As novas tecnologias da comunicação atualmente representadas em essência pelos recursos oferecidos pelo uso do computador como instrumento de criação e comunicação e conseqüentemente pelas redes telemáticas trazem novas formas de escritas e leituras, não mais linear, mas hipertextual. A leitura em tela traz a nova plasticidade do texto e da imagem, (Lévy, 1996:41) possibilitando até que um texto se torne uma imagem.

Enfim, quando se trata de comunicação visual e com embasamento na classificação feita por Santaella(1994:37) referindo-se ao nível dos meios de exposição, transmissão e difusão, percebe-se que o maior emprego de recursos imagéticos está proporcionalmente vinculado ao desenvolvimento da tecnologia. A questão da criação também se mostra vinculada ao desenvolvimento tecnológico conforme observa Plaza(1994:55), “ pensar as formas de criação de imagens através dos múltiplos dispositivos hoje disponíveis, traz a memória a transmutação violenta provocada pela revolução industrial sobre os sistemas de representação” .

¹⁶ Ary Moraes, “Mostrar e Deixar Ver”, *Revista Imprensa*, nº 131, Agosto, 1998.

Logo, o emprego do termo inflação de imagens como característica do momento atual pode ser questionado, pois há que se levar em conta o considerável aumento de opções proporcionado pelo desenvolvimento tecnológico, desde os diversos recursos para criação, os vários suportes possíveis, e mais ainda, todas as possibilidades de meios para comunicar esta imagem visual. Além do que, parece bastante cabível a conclusão a que chegam Santaella e Nöth (1998:69) "o código hegemônico deste século não está nem na imagem, nem na palavra oral ou escrita, mas nas suas interfaces, sobreposições e intercursos, ou seja, naquilo que sempre foi do domínio da poesia".

4.3.3- A imagem como um componente da hipermídia

Cotton e Oliver (1992:34) classificam a hipermídia como um sistema que integra outras mídias, mas isto não é absolutamente novo, pois como sistema, o Videotexto já trazia esta possibilidade. Entretanto uma das principais características desta nova mídia digital é que, além da maior facilidade de cópia, há a possibilidade de criar-se uma edição própria, juntando elementos como sons, imagens e texto.

Classificando a hipermídia como um meio próprio para a bricolagem e, sendo o domínio desta uma essencial capacidade da criatividade do ser humano, os autores até fazem uma espécie de previsão, dizendo que provavelmente em 20 anos o termo alfabetizado possa englobar a capacidade de elaborar mensagens interativas adicionando componentes de som e imagem tão bem quanto se escreve um texto hoje. A partir de uma imagem pode-se chegar a um texto e deste a uma música sem qualquer regra ou hierarquia, basta apenas que estes tópicos estejam conectados através de links. O usuário-leitor torna-se o editor, aquele que decide para onde ir, onde cortar, quando voltar, formando o seu contexto.

Estes elementos com capacidade de enriquecer o teor informativo de uma comunicação, no novo meio podem inclusive estar em diferentes locais, diferentes países. Pode-se *linkar* um documento textual que está nos Estados Unidos a uma imagem que está em uma máquina na Europa e a um som que está no Brasil. O link revela-se como um jogo, ao clicar e abrir uma porta nunca se sabe exatamente o que se vai encontrar, pode ser uma imagem, um texto, um som, uma nova página, pode ser surpreendentemente agradável, mas também pode ser frustrante.

As imagens agora podem ser estáticas ou em movimento, podem ser criadas no computador ou oriundas de outros meios, porém digitalizadas. Outra característica é a possibilidade de atualização da informação através da imagem trazida por dispositivos como webcams que permitem a visualização destas imagens em tempo real. Hoje já presenciamos também a entrada de emissoras de TV e de rádio na rede, não apenas mantendo sites e endereços eletrônicos para contato com o público, mas transmitindo sua programação na Web. Convém

registrar, porém, que a qualidade tanto de imagem quanto de som ainda deixa a desejar se comparados aos suportes originais destes meios.

Uma característica desta fase inicial da WWW é que até o texto também pode vir a ser uma imagem. Apesar de normalmente empregar-se simplesmente a tipologia como determinante da plástica do texto, ou seja, a forma como este aparecerá sobre um suporte, seja ele papel ou tela, devido às limitações técnicas com referência à variedade de tipologia impostas pelo meio, além das possibilidades que alguns navegadores oferecem ao usuário de redefinir a tipologia em sua tela, quando se quer manter um determinado tipo gráfico, uma logomarca, ou apenas diferenciar ou destacar um texto, usa-se trabalhá-lo em programas de tratamento de imagens e convertê-lo, a fim de que permaneça inalterado. Entretanto não é recomendável transformar todo o texto de uma página em imagens, pois alguns usuários utilizam *browsers* com opção de imagem desativada, ou ainda não a têm.

Além disso, tanto texto como imagem podem aparecer cintilando ou em movimento pela tela, resultados de efeitos especiais trazidos para a Web por aplicativos como *Shockwave*, Animação *GIF*, ou por linguagem de roteirização, como *Javascript*, ou ainda por *applets*, ou seja miniaPLICATIVOS criados pela linguagem de programação *Java*.

Muito se tem falado também sobre a linguagem de modelagem da realidade virtual, ou *VRML* - Virtual Reality Markup Language, que foi projetado para combinar os melhores recursos de realidade virtual para visualização em rede, especificamente na interface de hipermídia global, a World Wide Web, com este recurso é possível criar ambientes em 3D para as páginas da Web, entretanto para sua utilização é necessário instalar *browsers* específicos, que suportem o *VRML*. Ainda assim, por enquanto são poucos os resultados positivos e muitos experimentos, apesar de se poder construir um site ou algumas páginas em 3D, tudo ainda fica muito estático, as possibilidades de movimento são pequenas, até porque existe o problema de tamanho da imagem e do tempo de carregamento, consequência do uso de modems inadequados e de linhas telefônicas problemáticas.

Temos cada vez mais possibilidades a explorar na rede, a tecnologia traz oportunidades de integração de diferentes mídias, e da mesma forma como tem crescido o número de usuários aumentam também os recursos e segundo Stewart Brand (1997:19-21), não são as grandes empresas que estão valorizando a Internet, mas os pesquisadores que criam novas ferramentas, alguns já estão ou acabam indo integrar estas grandes corporações. Muitas novidades têm surgido, nem tudo têm qualidade e funcionalidade, entretanto é quase impossível prever como será a WWW daqui há algum tempo. Novos programas podem tornar a Rede ainda mais acessível, trazendo outras mudanças sócio-culturais.

4.4- O processo criativo na Web

Não existe ainda uma formação específica como uma opção da educação formal para o profissional que trabalhará com criação para a rede, especificamente com o ambiente da WWW. Alguns cursos de Comunicação Visual estão inserindo o *webdesign* em seus currículos, pelo menos é o que estiveram anunciando estas entidades na chamada para os exames vestibulares de 1998. O que se tem hoje no mercado são profissionais com formação nas mais diversas áreas, desde a comunicação visual, arquitetura, engenharia, informática, entre outras atuando como *Webdesigner*.

Na verdade construir um site ou fazer uma página são atividades de certa forma acessíveis. Muitas pessoas leigas, do ponto de vista dos conhecimentos básicos da comunicação visual, estão criando páginas utilizando diretamente a linguagem de programação para páginas Web, o HTML, ou ainda, com outros softwares que se parecem com um editor de textos comum e que em alguns casos, até dispensam maiores conhecimentos de linguagem. Centenas de páginas na Web dedicam-se a ensinar a fazer página¹⁷. Outras tantas publicações entre livros ou revistas especializadas lançam títulos e mais títulos como *Desmistificando HTML*.

Mas isso não é tudo que se precisa conhecer, é desejável também algum *alfabetismo visual*, para usar a expressão empregada por Quèau e Dondis, conforme mencionado no capítulo 4. A construção de uma página, seja ela pessoal ou para divulgação de notícias, deve levar em conta muitos dos mesmos critérios utilizados na diagramação para material impresso, no que se refere a equilíbrio, simetria, composição e emprego de recursos gráficos, por exemplo, conforme observa Silva (1985:42-43) "a distribuição dos blocos de material nas páginas, aliada à técnica da diagramação que reúne inúmeros recursos visuais, fatalmente tende a melhorar o aspecto plástico e enriquecer a fisionomia da página".

O autor citado aborda o design para publicações impressas e, neste caso, afirma que as possibilidades são infinitas e podem oferecer efeitos de grande valor estético. No caso de publicações para a Web já não se pode falar em recursos infinitos, pois o que faz a grande diferença é o reconhecimento dos limites impostos por uma visualização em tela, pela tecnologia em si e a utilização de ferramentas apropriadas ao meio que o resultado seja uma publicação acessível e navegável.

O que se tem constatado ao folhear páginas na Web é bem o retrato desta fase de passagem, onde impera um certo estilo barroco, marcado por exageros cometidos em nome da tecnologia, imagens mal dimensionadas, excesso de elementos gráficos e de recursos como *gifs*

¹⁷ Um dos melhores sites para familiarização com o HTML está em <http://www.icmsc.usp.br/manuals/>

animados, que acabam por comprometer a visualização e o conteúdo. Pensar na recepção da página que se está criando pode ajudar a resolver a questão.

O bom design de um site dispõe informações relevantes de forma acessível sem criar links desnecessários, pois o emprego exagerado de hipertexto pode confundir o leitor. As barreiras icônicas inúteis que apenas dificultam o acesso às informações desejadas, também são dispensáveis. Segundo Black(1997:16), a solução para problemas como navegação difícil, acesso à informação e tempo para carregamento, muito comuns na Web, será obtida através do *design*.

Pode-se dizer que o artista gráfico ou *designer* desenvolve seu processo criativo principalmente através dos métodos de projeto e/ou da experimentação a fim de apresentar a solução ideal para uma mensagem que necessita ser divulgada. Sobre este processo Dondis (1991:136) afirma: "O planejamento cuidadoso, a indagação intelectual e o conhecimento técnico são necessários no *design* e no pré-planejamento visual. Através de suas estratégias compositivas, o artista deve procurar soluções para os problemas de beleza e funcionalidade, de equilíbrio e do reforço mútuo entre forma e conteúdo"

Em se tratando de criação para a Web, onde deve-se ter em mente uma meta visual e contextual para fazer as conexões entre o código e a idéia (Waters, 1996:8), pode-se caracterizar a aplicação do método de projeto, uma vez que existe uma forte influência da estrutura tecnológica como um meio de realização, conforme observou Mônica Tavares (1995:42) "são inerentes a esses processos criativos regras de organização, sistemas de notação e leis sintáticas fortes que influenciam a execução do projeto".

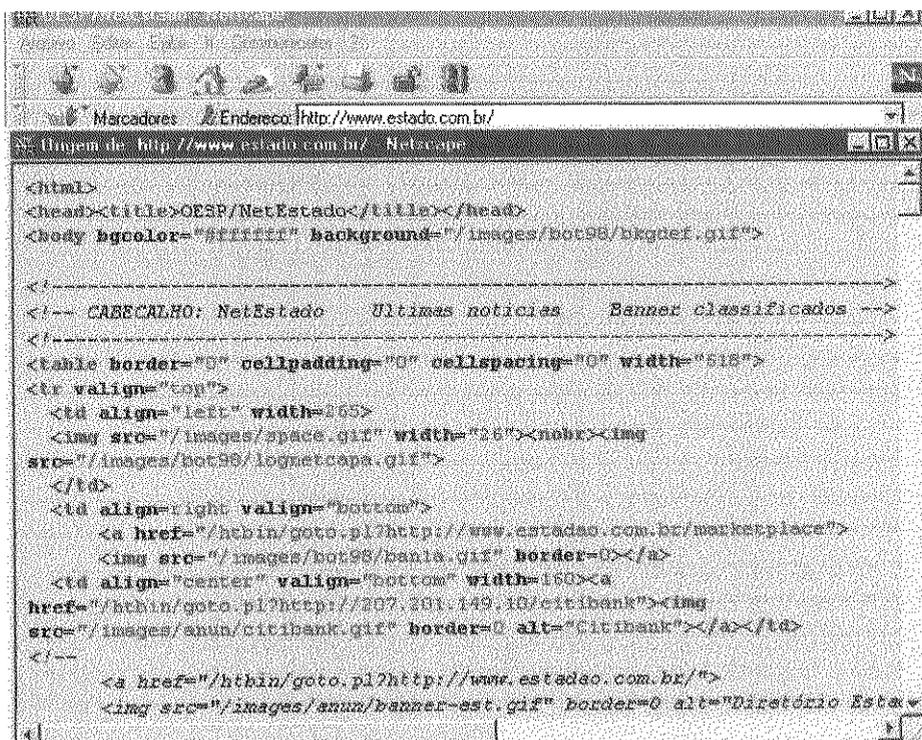
Também verifica-se a aplicação do método experimental de criação para a WWW, quando o *designer* parte da prática à teoria, experimentando as potencialidades do meio, num processo de seleção e rejeição, acrescentando e eliminando recursos funcionais e estéticos, até atingir uma forma ideal.

"Todo processo de produção deixa a sua marca" disse Plaza (1993:75) esta afirmação está baseada no fato de que as características dos meios são incorporadas e ficam visíveis no objeto criado. Em se tratando da Web, observamos que umas das características das páginas é que parte do processo de criação fica visível, através do menu *viewlexibir* do *browser*, na opção *document source/origem*¹⁸ pode-se ver o código HTML e quais foram as linhas de código usadas para se obter os resultados apresentados na página, bem como os tipos de imagem empregadas e se utiliza recursos especiais como um *applet*, e mais, ainda é possível copiar e levar este material para compor outras páginas.

Em um outro tipo de trabalho, mesmo se utilizando a computação gráfica, ao se deparar com

¹⁸ Utilizando como *browser* o Netscape Navigator 3.0 ou a versão 4.03.

o resultado final o receptor sabe que se trata de uma imagem construída com a tecnologia dos computadores, entretanto muitas questões ficam no ar, tenta-se imaginar como o artista gráfico criou aquele objeto, que programas teria usado, como chegou àquele resultado, mas só se conhecerá todas as ferramentas por ele empregadas, bem como o seu processo de criação se o autor expuser isto, se ele tiver esta intenção.



```

<html>
<head><title>QESP/NetEstado</title></head>
<body bgcolor="#ffffff" background="/images/hot98/bgdef.gif">

<!-- CABECALHO: NetEstado   Últimas notícias   Banner classificados -->
</-->
<table border="0" cellpadding="0" cellspacing="0" width="518">
<tr valign="top">
<td align="left" width=265>
<nohr>
</td>
<td align="right" valign="bottom">
<a href="/hbin/goto.pl?http://www.estado.com.br/marketplace">

<td align="center" valign="bottom" width=160><a
href="/hbin/goto.pl?http://207.201.149.10/citibank"></a></td>
</-->
<a href="/hbin/goto.pl?http://www.estado.com.br/">
19</sup>, uma publicação especializada norte-americana, que mantém versões impressa e *on-line*, tinha cadastrados 52 jornais *on-line* brasileiros em Agosto de 1998. No meio digital a informação como mercadoria ainda não apresenta-se como um grande e lucrativo negócio, as possibilidades de ganhos existem uma vez que os custos

<sup>19</sup> <http://www.mediainfo.com/emediajs/specific-geo.htm?region=brazil>

também são bem menores do que com o processo de impressão, mas ainda pesquisa-se quais seriam as melhores fórmulas para isso. A informação digital está disponível na rede Internet num fluxo livre, independente de fronteiras. O que não estiver configurado desta forma, será deixado de lado. São os modos de acesso e de retenção, de comparação e interação destas informações que fazem a diferença. Esther Dyson (1997:35) explica que a duração do valor da informação na rede é muito curta. As mudanças são constantes, a palavra torna-se efêmera e livre, pois estamos no maior sistema de cópia do mundo.

Se bem adaptada ao meio, uma publicação consegue ser acessível sob o aspecto funcional e agradável sob o aspecto estético. Ambos os aspectos estão vinculados ao resultado visualizado no *design* do site e portanto devem ser considerados em uma análise, tratados como informação estética, a qual é específica ao canal que a transmite. Basicamente, do ponto de vista funcional, o conteúdo deve estar disposto de forma que o leitor consiga acessar claramente as informações que deseja, sem muito tempo de espera, e não seja incomodado com especificações do tipo, 'mude a configuração do seu computador para ler melhor esta página, carregue este programa', 'faça isto e aquilo'.

A partir do ponto de vista estético pode-se mencionar a limpeza da página, a utilização comedida de imagens e efeitos especiais. David Siegel (1996:39) classifica os jornais *on-line* como sites baseados em informações e ressalta a importância de se levar em conta a satisfação dos leitores que querem objetividade e rapidez, portanto ele recomenda que se evite a inclusão de muitos enfeites à frente da informação. Segundo o autor estes sites precisam ser equilibrados, "eles devem atrair novas pessoas e, ao mesmo tempo, dar aos visitantes regulares uma maneira fácil de obter exatamente o que vieram buscar".

Na verdade não existe uma regra definida para se publicar um jornal *on-line* determinando o que se deve ou não fazer, já que uma das características da Web é o rompimento com antigas normas, mas através de levantamentos e pesquisas realizados por instituições respeitáveis como GVU, nos Estados Unidos, que tem promovido alguns levantamentos sobre as formas de uso da Web, colocando um questionário na rede cada seis meses, para coletar dados sobre os usuários, sabe-se como se comportam diante de determinadas situações, como por exemplo a espera para que uma imagem seja carregada. A partir de dados obtidos nestas pesquisas traça-se um perfil deste usuário e então pode-se produzir páginas que estejam de acordo com a ansiedade e disponibilidade deste. Criam-se assim parâmetros onde prevalece o bom senso.

O que se propõe aqui é avaliar a composição visual e funcional dos sites dos jornais, estudamos as *home pages* e as principais páginas *linkadas* a elas, as quais são parte da publicação. O objetivo é a verificação da construção estética da página, bem como as possibilidades de passagens entre elas, a funcionalidade, a disponibilidade e acessibilidade dos tópicos de informações, a objetividade e a clareza, o equilíbrio e o uso de recursos gráficos, imagens e programas especiais.

## 1.2- A home page

### 1.2.1- Jornal do Brasil - <http://www.jb.com.br/>

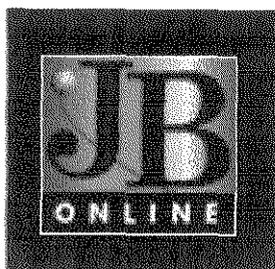


Figura 3 -  
Logotipo JB Online

O Jornal do Brasil - JB *on-line* traz em sua home page a informação de que este foi o primeiro jornal brasileiro na Internet. Via *e-mail*<sup>20</sup> questionamos sobre a data da publicação, bem como sobre a possibilidade de acesso a uma imagem de arquivo da primeira home page. Segundo informação obtida, o Jornal do Brasil *on-line* foi publicado na rede no dia 8 de fevereiro de 1995, mas não há cópias da primeira home page do jornal. O JB Online é a única versão do Jornal do Brasil para meios *on-line*. Nunca houve outra em nenhum outro sistema, como BBS .

Aqui voltamos à questão da memória, enquanto o jornal impresso é arquivado e vem servindo como fonte de pesquisa em praticamente todas as áreas, inclusive as visuais, no jornal *on-line* o arquivo é formado apenas pelo conteúdo, com raras exceções, como veremos adiante.



Figura 4 -  
Primeira  
versão do site  
analisada em  
Julho de 1997

As primeiras home pages do JB foram avaliadas para este trabalho em Julho/Agosto de 1997 e apresentavam-se em *frames*, mostrando dois logotipos quase juntos, um localizado no topo do *frame* vertical, encabeçando o menu principal, ele é composto de um quadrado colorido onde estão inscritas as iniciais *JB*, que identifica a publicação *on-line*, enquanto que na página, que mantém uma posição horizontal, e faz as vezes da abertura, o que se vê é um logotipo que utiliza-se da mesma tipologia do jornal impresso, padrão também adotado pelos outros jornais, para manter a identificação, porém neste caso o JB usou, para sublinhar o logo padrão, uma barra com a mesma seqüência de cores do fundo do logotipo à esquerda.

<sup>20</sup> Contato com JB Online: [jb@ax.apc.org](mailto:jb@ax.apc.org)

Abaixo, alinhadas à esquerda, acompanhando a logomarca, vem a data, uma manchete com maior destaque e uma chamada menor. Ao lado temos ícones, funcionando como *clickable image maps*, construídos especificamente para a página, os quais são links para outras seções como JBInterativo, Achei, Bate Papo sobre Futebol e Charge, estas opções não são as mesmas todos os dias. Ainda nesta mesma *janela*, à direita, há outros dois ícones, AJBExtra, que traz um link para as últimas notícias e Bola na Rede, um link para páginas de futebol.



Figura 5 - Home Page do Jornal do Brasil: applet em Java produz o efeitos das manchetes se alternando, a direita, em vermelho

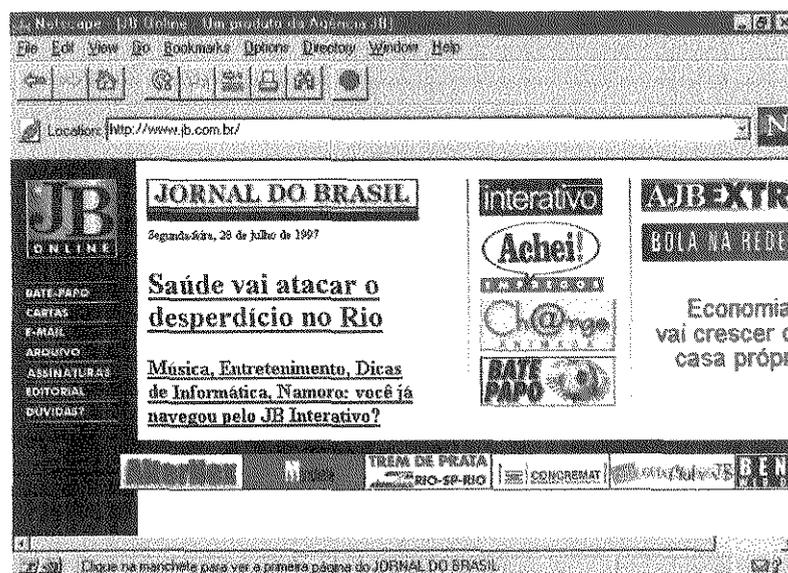


Figura 6 - Clicando na manchete ou no logotipo vai-se para a primeira página, indicação só aparece quando o cursor do mouse é rolado pela manchete.

No espaço entre este último ícone e o rodapé roda um *applet* em Java<sup>21</sup>, com dez manchetes se alternando, sendo que a tipologia empregada aqui é diferente da usada nas manchetes e chamadas principais. O *frame* que fica na vertical apresenta fundo na cor preta, o que dá um bom contraste para o logo JB e para o texto que está em branco. Ai estão as opções para Bate-Papo (*chat*), Cartas, E-Mail, Arquivo, Assinaturas, Editorial e Dúvidas. No rodapé da página há uma barra com seis anúncios, que o jornal classifica como apoios, e que serão objeto de análise mais a frente.

<sup>21</sup> *Headlines Applet* ©Per Dahlberg, 1997 - <http://www.adb.gu.se/~dahlberg/>

O design desta home page, que apesar de tratar-se de um site baseado em informação, citando a classificação muito bem empregada por Siegel, não parecia muito adequado à categoria, pois o usuário não tinha acesso, imediatamente após chegar ao site, a um grande volume de informações. Podia ver apenas uma grande chamada e manchetes que se alternavam, a direita, as quais, conforme a configuração de vídeo empregada, nem eram totalmente visualizáveis.

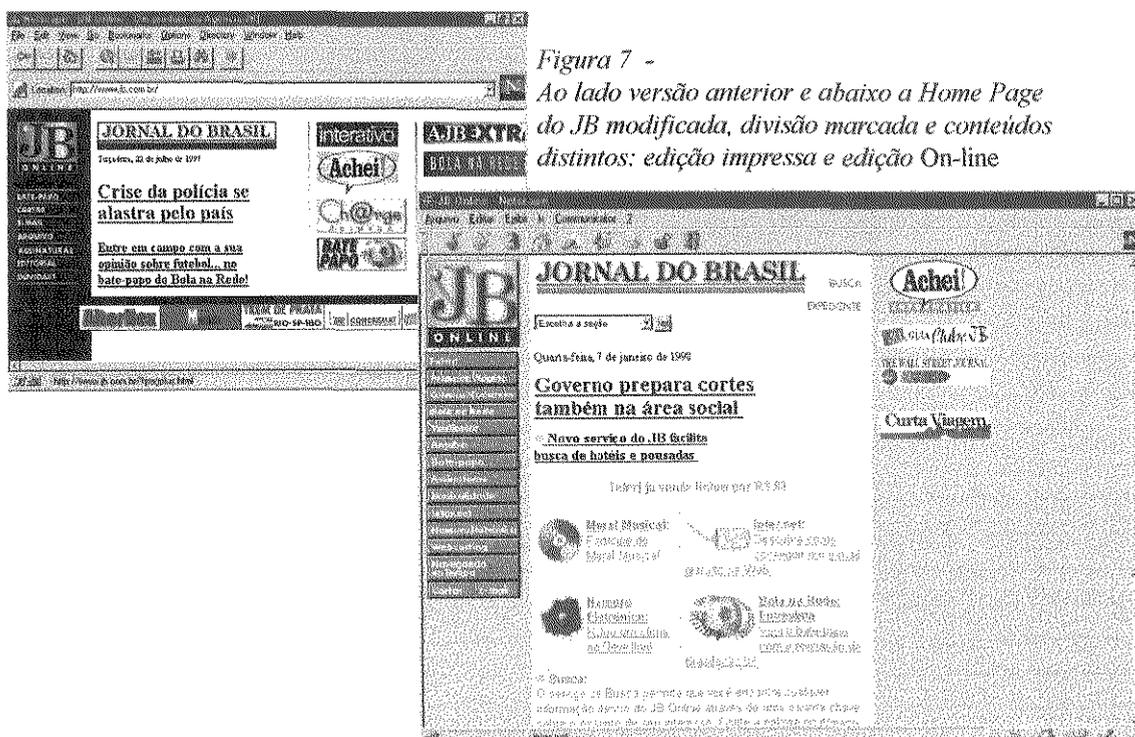


Figura 7 -  
Ao lado versão anterior e abaixo a Home Page do JB modificada, divisão marcada e conteúdos distintos: edição impressa e edição On-line

A nova home page do JB foi analisada em Janeiro de 1998 e traz grandes mudanças em termos visuais e com a inserção de alguns recursos que facilitam a navegação pelo site, como o menu *drop-down*, mas ainda deixa grande parte das informações ocultas pelas páginas que integram o site, como já acontecia no anterior, as cores dos fundos mudaram, o fundo preto do frame vertical passou a ser cinza com as opções de menu agora apresentadas em formas

de botão na cor cinza escuro e o texto continua sendo branco, percebe-se aí uma diminuição no contraste e conseqüentemente, menor clareza. O logo do JB On-line teve a saturação de cor diminuída e sobre o fundo cinza perdeu brilho que tinha na página anterior. O logotipo do Jornal do Brasil também foi alterado, já não é uma exata reprodução do logo da publicação impressa, permanece a mesma fonte, mas com aparentes toques de computação gráfica.

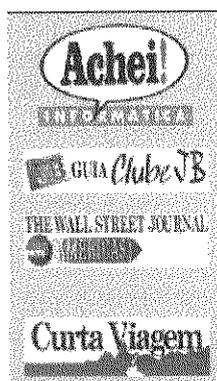


Figura 8 -  
Ícones são desproporcionais à página

A janela ao lado do frame vertical foi dividida e parte dela ganhou um fundo de cor bege, nela estão posicionados alguns ícones como *Clickable Image-maps*, ou seja, que dão acesso aos classificados, guia Clube JB, um serviço prestado para o assinante do jornal impresso;

*Wall Street Journal Americas*, contendo a edição do dia anterior com algumas matérias traduzidas para o português, e *Curta viagem*, um guia *on-line* de hotéis e pousadas do do Rio de Janeiro. Na janela que permaneceu com o fundo branco ficou especificamente o conteúdo similar à publicação impressa, mais atualizado, e aqui uma novidade, um menu *drop down* apresenta todas as seções do jornal para que sejam *acessadas* diretamente.

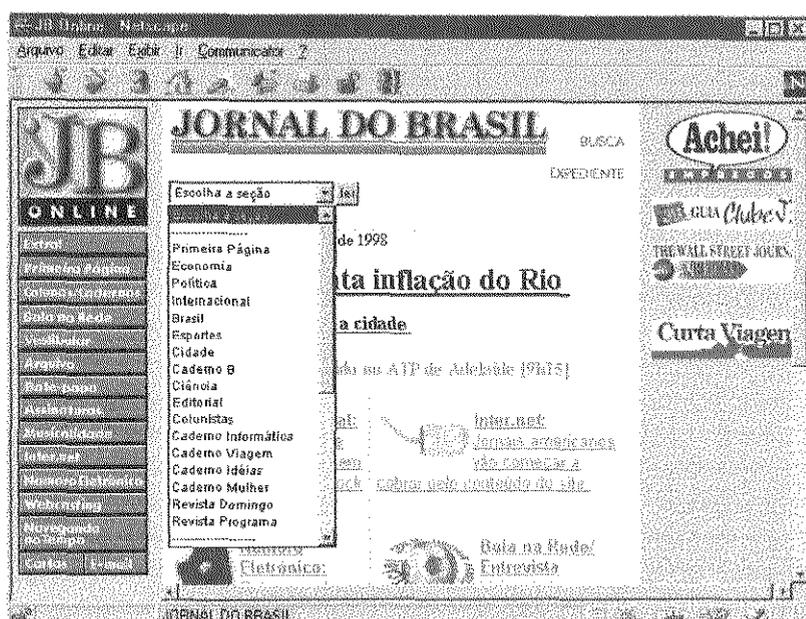


Figura 9 -  
Nova Home Page:  
Menu Dropdown

Os anúncios que ficavam no rodapé da página anterior não estavam mais presentes na *home page* analisada logo após a reformulação do *site*, entretanto os ícones continuam presentes em grande quantidade e superdimensionados. Com a mudança na *home page* e a saída da barra de anunciantes, o impacto negativo do excesso de ícones foi abrandado, mas não totalmente resolvido.

Em uma das edições analisadas foi criada uma chamada na *home page* anunciando uma galeria de fotos sobre o caos provocado pelas chuvas na cidade, trata-se de um link para uma página onde estão afixadas as fotos. Trata-se de fotos feitas no dia anterior mostrando congestionamentos e ruas alagadas.

Este tipo de informação fica um tanto sem sentido a principal característica do jornal *on-line* que seria de trazer a informação, bem como a imagem em primeira mão. Com certeza o leitor já teria visto estas imagens mais atualizadas através dos telejornais do dia da enchente. Steve Outing<sup>22</sup>, um consultor sobre publicações na Internet e colunista da publicação especializada para o meio Editor & Publisher Interactive, afirma que para ganhar uma verdadeira dimensão como um meio, o jornal *on-line* deveria ser sempre a versão mais

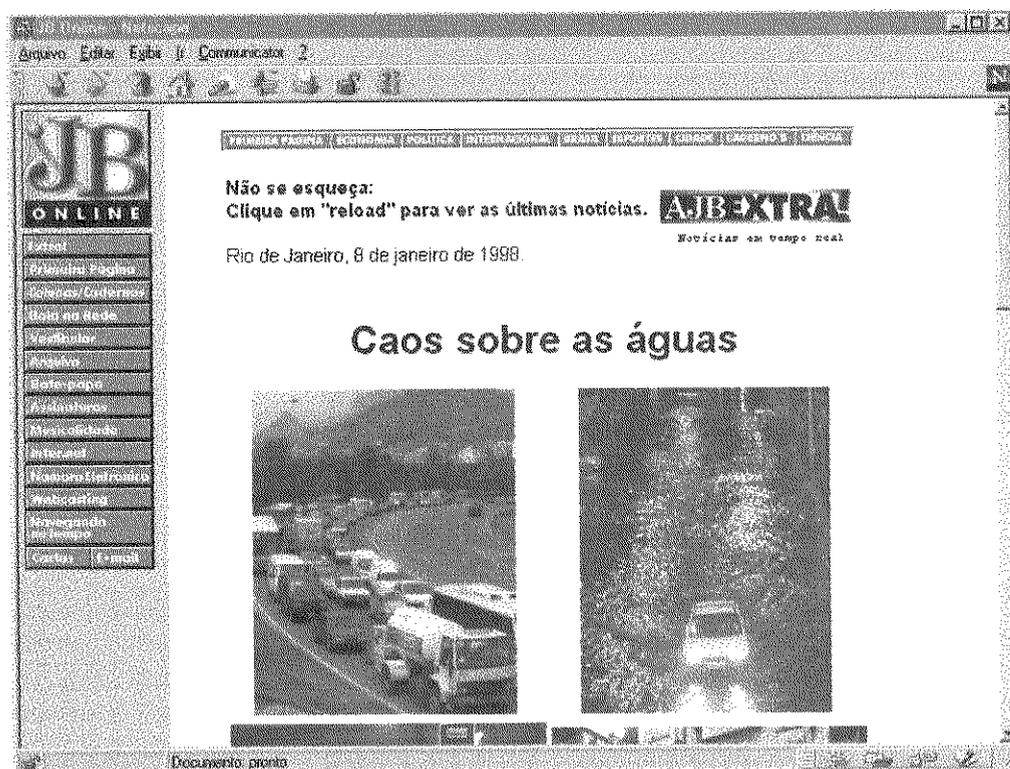
<sup>22</sup> <http://www.mediainfo.com/>

atualizada da edição em papel, nunca reutilizando as mesmas notícias, mas dando um novo enfoque sobre um assunto que já foi abordado, desde que este seja de grande importância.

O Jornal do Brasil é o único entre os analisados que mantém em sua *home page* uma separação entre o Jornal do Brasil e o JB *On-line*. É como se fossem duas publicações diferentes no mesmo *site*. Com a reformulação visual esta divisão ficou bastante visível. A manutenção do fundo branco para as principais notícias, ou seja para caracterizar o conteúdo informativo do jornal, deixando sobre o fundo texturizado itens mais específicos como guias e



Figura 10 - Situação crítica na cidade: com as enchentes causadas pelas chuvas no Rio de Janeiro, o JB cria uma galeria de imagens com fotografias feitas no dia anterior.



classificados é uma opção bastante acertada. Segundo Black (1997:33) o branco é a melhor cor de fundo para a Web e o preto a primeira opção para a cor do tipo que irá sobre este fundo, enquanto as texturas são mais apropriadas para revista e CD ROM.

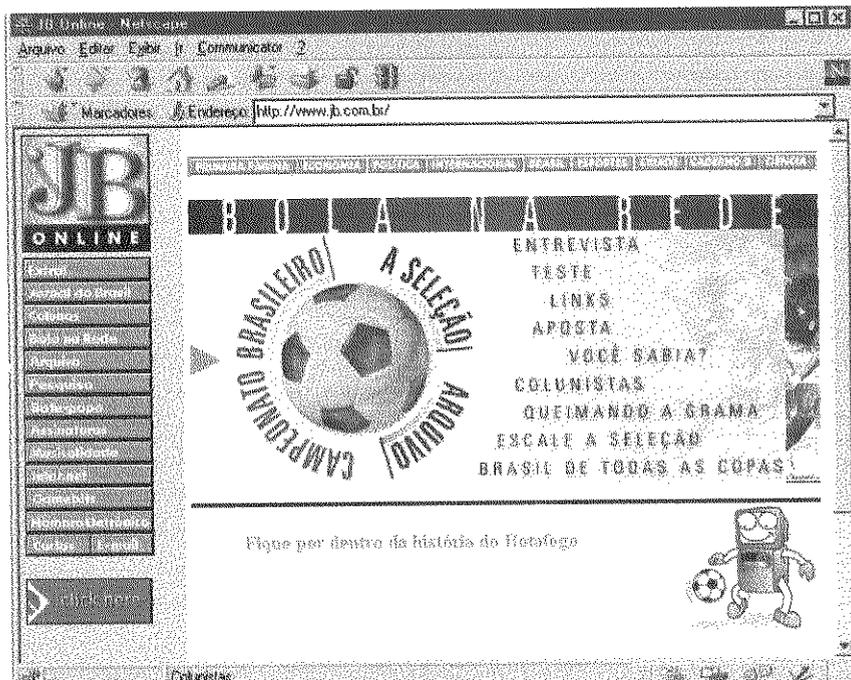
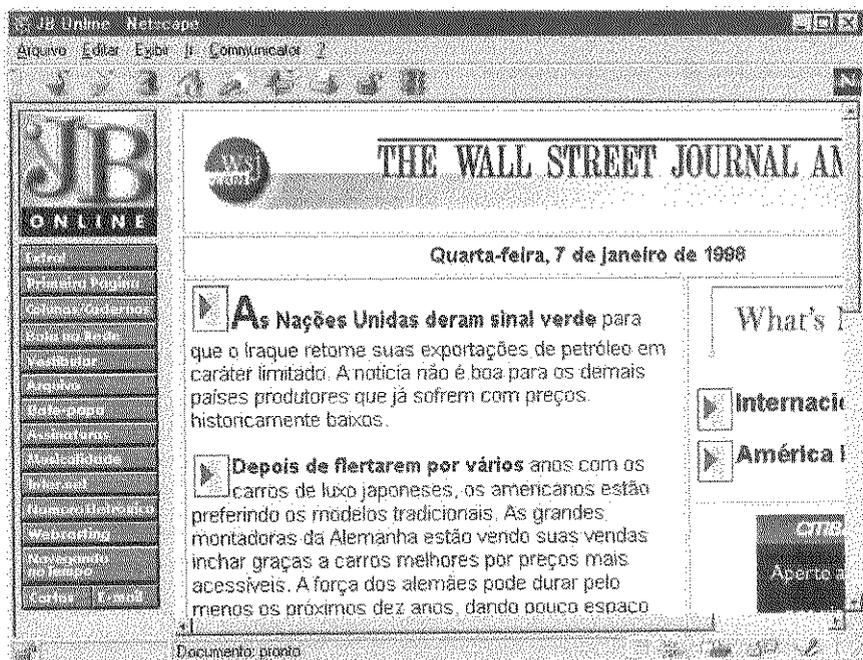


Figura 11 - Links da home page levam o leitor para o Wall Street Journal, acima, ou para a página Bola na Rede, ao lado, que é dedicada a futebol



Figura 12 - Outros links levam para as páginas de bate-papo e musicalidade, aqui o jornal deixa de reproduzir exatamente o conteúdo da edição impressa para ter um conteúdo editorial próprio on-line



## 1.2.2- O Estado de São Paulo - <http://www.estado.com.br/>



Figura 13 -  
Um dos logotipos usados por NetEstado

A primeira edição na rede Internet do Jornal O Estado de São Paulo data de 8 de dezembro de 1995, porém, antes da Rede o jornal teve outra forma de publicação on-line, através do BBS Estadão, que funcionou entre junho de 1993 e janeiro de 1996. Infelizmente, segundo informações

do próprio jornal, obtidas por e-mail<sup>23</sup>, não foram guardados registros da interface deste produto, que era apresentado em uma tela negra com letras brancas, a qual continha um menu que dava acesso para um breve noticiário do dia, com cerca de seis reportagens, uma área para troca de mensagens, um caderno de informática, um suplemento feminino e uma área para download de programas.

No site do jornal O Estado de São Paulo, as *home pages* analisadas durante os meses de Julho e Agosto de 1997 apareceram ao usuário com elementos ocultos ou semi-ocultos tanto à direita como para baixo. A diagramação da página explorava brancos e trabalhava com a configuração de vídeo na resolução 800x600 pixels, enquanto o padrão é 640x480 pixels. Se bem que padrões são para ser quebrados, principalmente em termos de Internet.

A principal questão aqui nem é tanto a padronização, mas a dimensão da páginas, pois quando cria-se para a resolução 800x600 tudo fica muito pequeno se for visualizado em um monitor de 14 polegadas, e se este estiver usando a resolução padrão, que lhe garante melhor



Figura 14 -  
Primeira versão  
da Home Page  
do Estado de  
São Paulo  
analisada em  
Julho de 1997  
visualizada na  
resolução  
800x600 pixels.

<sup>23</sup> Contatos feitos com NetEstado - [luizoc@estado.com.br](mailto:luizoc@estado.com.br)

legibilidade, terá que rolar barras(scroll) para ter acesso ao conteúdo completo da página. Black (1997:54) alerta que “é um erro muito comum entre os designers da Web, esquecer-se de que mais de cinquenta por cento dos computadores têm monitores pequenos de até 14 polegadas”, referindo-se ao fato de que em geral o profissional trabalha com monitores maiores e de qualidade superior aos equipamentos destinados ao uso doméstico.

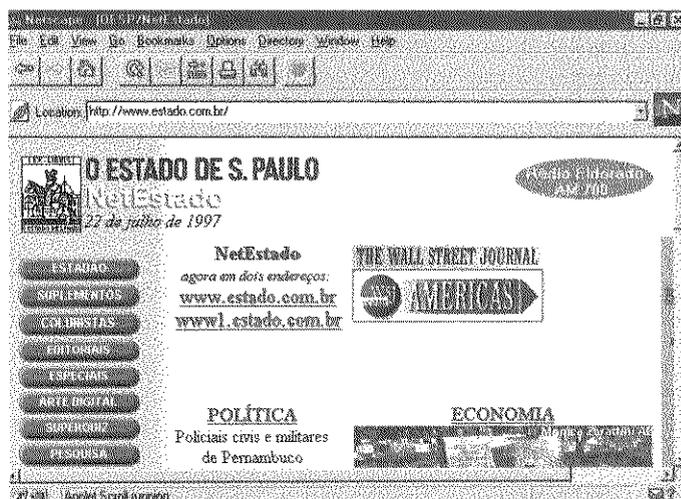


Figura 15 - Home Page do Estado de São Paulo : era necessário alterar a configuração para 800x600 pixels para melhor visualização da página, conteúdo ficava oculto na resolução 640x480 pixels.



Optar por um espaço diferente do padrão é uma escolha de composição visual na tela, há contudo o outro lado. Se o usuário pretendesse ler mais de um jornal *on-line* além do Estado de São Paulo, ou desejasse pesquisar outros *sites*, ao mudar a configuração do vídeo para uma resolução de 800x600, conforme recomendação encontrada na parte inferior da *home page* do jornal, para que esta seja melhor visualizada, poderia, ao passar para outra publicação, ser necessário voltar à configuração anterior, pois agora esta é que não se apresentaria bem.

Tal situação poderia ser encarada como uma estratégia, uma medida intencional, a fim de diferenciar a publicação. Por outro lado também poderia ser vista pelo leitor como um certo autoritarismo, pois não é muito agradável durante a navegação ficar recebendo orientações do tipo faça isto, mude esta configuração, carregue tal programa.

Muitas vezes o usuário desiste do site. Particularmente acho que a configuração padrão, 640x480 pixels é mais adequada, principalmente para jornais, onde em geral há grande quantidade de informações, pois o texto fica mais legível. Quando o usuário não acatava a recomendação e não executava a alteração da configuração o que acontecia é que a página não era bem visualizada, ficando com uma grande parte oculta, sendo necessário utilizar as barras de rolagem, tanto vertical, como horizontal, para chegar a determinados menus. A página do Estado também recomendava textualmente o uso da versão 3.0 do *browser Netscape Navigator*.

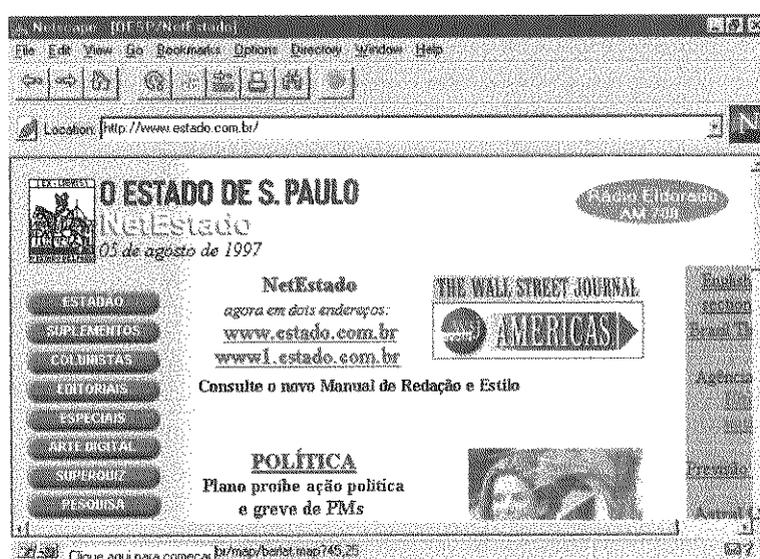
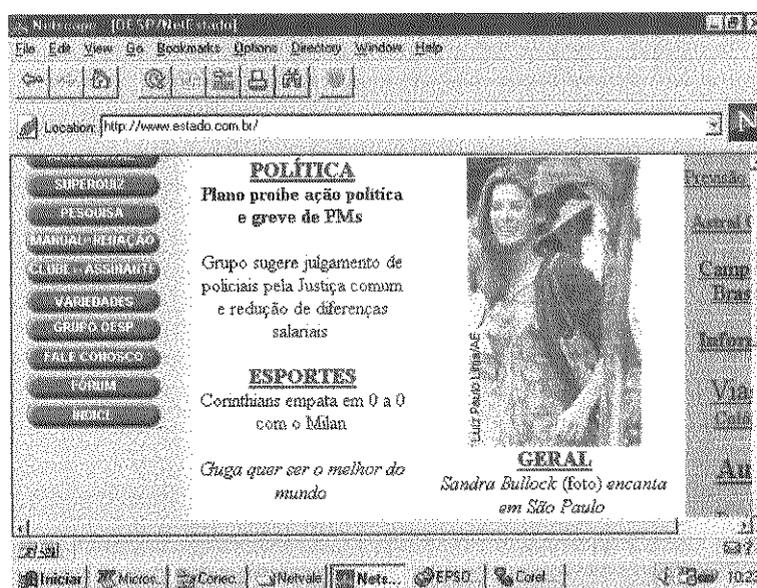


Figura 16 - Design da primeira versão não favorecia a visualização de foto, era necessário acionar a barra de rolagem



A abertura e identificação da primeira versão analisada do *site* do Estado em sua *home page* está a esquerda e no alto, com o logotipo tradicional do jornal e a data, entre as duas linhas está a expressão *NetEstado*, como uma identificação da versão *on-line*. O conjunto aparece alinhado à esquerda sangrando uma mancha de fundo na vertical e na cor bege, também posicionada a esquerda, a qual contém um menu com as indicações dos links que auxiliarão o usuário em sua navegação pelo site. As opções encontradas eram: Estadão, Suplementos, Colunistas, Editoriais, Especiais, Arte Digital, *SuperQuiz*, Pesquisa, Manual de Redação, Clube do Assinante, Variedades, Grupo OESP, Fale Conosco, Fórum, Índice. A princípio, este menu parece um *frame*, mas não o é na *home page*, já nas páginas seguintes torna-se um *frame* vertical, assim como a logomarca, agora sem a data torna-se um *frame* horizontal no topo.

Na *home page*, a direita há um quadro vertical com um índice, que traz os seguintes tópicos: assine o Estadão; *english section: Brazil this week*; Agência Estado: últimas notícias, previsão do tempo, astral Quiroga, campeonato brasileiro, informática, viagem, autos; destaques: *The New York Times*, cartão adicional do Clube, CD-ROM Help! . No centro há uma maior exploração do branco, espaçando as chamadas de primeira página, fotografia e *image maps* com links para *The Wall Street Journal* e rádio Eldorado, há também um aviso informando sobre o endereço da página e logo abaixo roda um *applet* em *Java* que alterna algumas chamadas. No rodapé mais um conjunto de botões dão acesso à Agência Estado, ao Jornal da Tarde, à rádio Eldorado, ao diretório Estadão, que contém as opções classificados, listas amarelas, roteiros: divirta-se e guias, assinaturas.

Uma nova versão do site do Estado de São Paulo estreou na Teia em 4 de dezembro de 1997, ainda usando a resolução 800x600 pixels, mas de acordo com informação do próprio jornal, buscou-se, através da diagramação nessa resolução, obter um melhor resultado, evitando o *scroll* lateral em 640x480.

As mudanças foram grandes e tornaram o jornal mais rico em informação disponível, a diagramação destaca as editorias e as principais notícias com pequenas chamadas.

O selo *ex-libris* que estava no topo do menu à esquerda, e que era uma reprodução exata do selo estampado na edição impressa, agora aparece estilizado, colorido e indica o índice de notícias, ou seja é um link. A logomarca com o nome da publicação está centralizada e continua sendo mantida a tipologia do jornal impresso, a data está logo abaixo e ao lado está o link para as Últimas Notícias, aqui é empregado um miniaplicativo em *Java* com as chamadas das últimas notícias e seus respectivos horários de atualização alternando-se, ao clicar neste ponto o link leva à página com as últimas atualizações.

No topo da página há a identificação da publicação *on-line* NetEstado, ao lado desta os endereços, ou localização (URL) do *site*, que são dois, [www.estado.com.br](http://www.estado.com.br) e [www1.estado.com.br](http://www1.estado.com.br), ao lado, no topo à direita um anúncio institucional referente aos

Figura 17 -  
Reformulação no site do Estado: diagramação resolve o problema de scroll lateral

DESP/NetEstado - Netscape  
Arquivo Editar Exibir Ir Comunicador 2

**NetEstado** [www.estado.com.br](http://www.estado.com.br) [www1.estado.com.br](http://www1.estado.com.br) **Novos Classificados** **48012 com preço 100**

**O ESTADO DE S. PAULO** **Últimas notícias/AE**  
Sexta-feira, 9 de janeiro de 1998 11h58 - Inicial deslizada na Esq. - Fix

**Economia** **Geral**

**Preços públicos subiram 21,2% no ano passado**

A inflação média de 1997 ficou em 4,8%, mas a alta das tarifas impediu que São Paulo registrasse o menor índice desde 1939; as chamadas telefônicas, por exemplo, subiram 176%.

Crise financeira leva pânico à Indonésia

Telescópio Hubble fotografa a aurora de Saturno (foto), espetáculo provocado pelos ventos solares e impossível de ser visto da Terra

**Caderno 2**

Rádio Eldorado consegue liminar que a desobriga de retransmitir o programa A Voz do Brasil

**Internacional**

Argélia aprova missão da União Europeia

**Política**

Falta de quórum adia votação da Previdência

Senador Roberto Requião (PMDB-PR) acusa Planalto de corrupção

**Esportes**

Müller reapresenta-se e diz que fica no Santos

Guga perde na segunda rodada do ATP Tour, na Austrália

**Cidades**

Temporais param o Rio de Janeiro

**Suplementos** Editoriais Colunistas English section Brazil this week

DIRETÓRIO ESTADO  
Lista Amarela Classificados Roteiros  
Divirta-se Casas

Agência Estado  
Jornal da Tarde  
Rádio Eldorado

DIGAS 2  
CORRIGES  
Internet  
Internet Explorer

Copyright 1998 - O Estado de S. Paulo - Todos os direitos reservados

<http://www.estado.com.br/educar/especial/especial.htm>

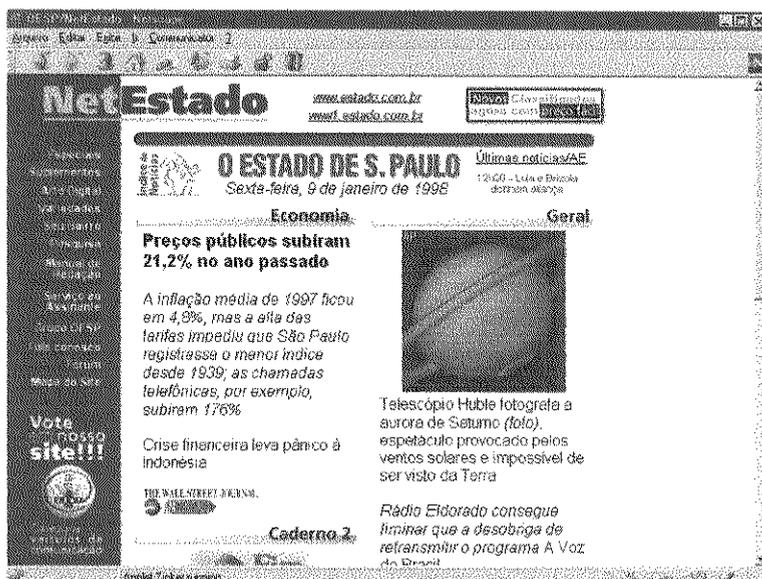


Figura 18 -  
Aparência da página  
na resolução 800x600  
pixels: espaços em  
branco.



Figura 19 -  
Novo site mostra mais  
opções de acesso  
quando o cursor do  
mouse está sobre o menu

classificados do jornal. A coluna vertical à esquerda, que antes na home page não era um frame, agora é e tem um fundo azul, cor que predomina na página, presente nos detalhes gráficos, como barras, fios, caixas e alguns textos.

O Estado mantém uma área no site para reportagens especiais, as quais são feitas exclusivamente para o site. Outra diferença da edição on-line para a impressa é a página Fórum, onde o leitor pode opinar sobre diversos assuntos em pauta, é uma outra forma de participação direta do leitor, além do e-mail. Entre os jornais analisados, é o único que também disponibiliza uma opção de leitura no idioma inglês para colunas como política, economia, esportes e algumas reportagens sobre temas brasileiros, o que demonstra uma melhor adaptação à Web, onde o idioma que prevalece é o inglês, bem como a preocupação em estar também informando o leitor de outro país que tenha interesse nas notícias sobre o Brasil. O usuário da Internet também encontra no site os suplementos que acompanham a edição impressa, com exceção de Marinha Mercante.

O Estado de São Paulo também é o único entre os jornais on-line analisados a disponibilizar um mapa do site. O link encontra-se na barra de menu da home-page. Esta é uma informação importante para guiar o leitor, contudo, em um site baseado em informação, o que se procura é notícia, ao chegar ao site, o leitor quer ter acesso às informações e não terá interesse pelo mapa. Este recurso, é importante como guia, mas talvez mais adequado a outros tipos de sites.

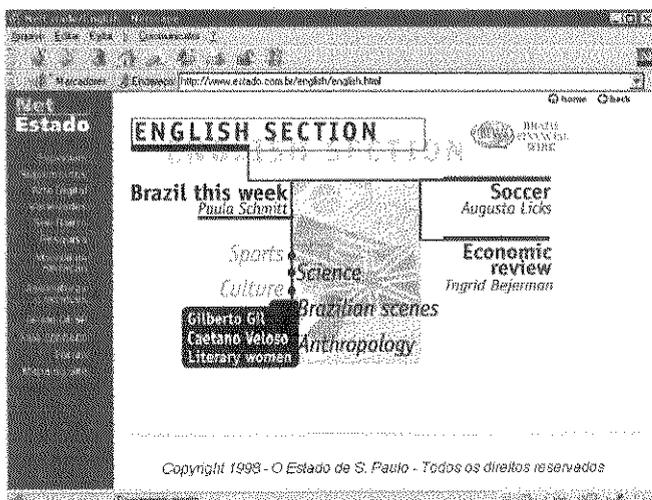


Figura 20 - Versão em inglês apresenta as notícias mais importantes das principais editorias



Figura 21 - Suplementos, como informática, também acompanham a edição on-line do Estado

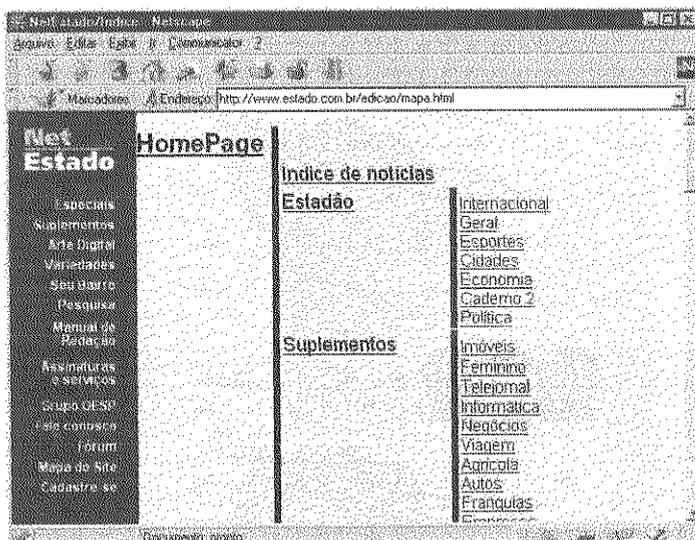


Figura 22 - Mapa do Site, bom recurso para sinalização, mas talvez de pouca aplicação em site de jornal.

### 1.2.3- O Globo - <http://www.oglobo.com.br/>



Figura 23 -  
Um dos logotipos de  
O Globo On

Na rede Internet a primeira edição do Globo On-line foi publicada em 1 de julho de 1996. Antes da rede o jornal não publicou conteúdo *on-line*, mas já fazia prestação de alguns serviços de tempo real, vendidos para empresas através da Agência Globo, utilizando linhas privadas e BBS. Estas informações foram fornecidas por *e-mail*<sup>24</sup>. Através deste canal de comunicação o Globo On sempre respondeu às questões referentes a publicação, como veremos outras citações de contato adiante.

A edição on-line apresenta 99% do conteúdo da edição impressa, mas na Web o jornal também tem conteúdo próprio, chegando a ser maior que o tradicional jornal em papel. Os suplementos também estão presentes nas duas edições, porém o conteúdo on-line recebe uma formatação diferenciada.



Figura 24 -  
A primeira  
versão  
analisada da  
Home Page  
de  
O Globo On

A primeira versão analisada da *home page* do Globo On tinha três *frames*. Dois deles funcionavam com menus específicos e no terceiro o leitor visualizava a opção na qual havia clicado. Nesta área antes da escolha de uma opção, ou seja, na própria *home page*, há um grande logotipo que é composto da logomarca do jornal impresso colocado sobre uma figura de um globo, com a palavra On nas cores verde e amarelo.

A segunda versão apresentava dois *frames* horizontais, no topo da página um *frame* mais fino tem fundo azul e traz no centro o logotipo, mantendo a logomarca do jornal impresso com a palavra On formada por cabos verde e amarelo, posicionada à direita do mesmo e com

<sup>24</sup> Contato com Webmaster - Globo On : [webmaster@oglobo.com.br](mailto:webmaster@oglobo.com.br)

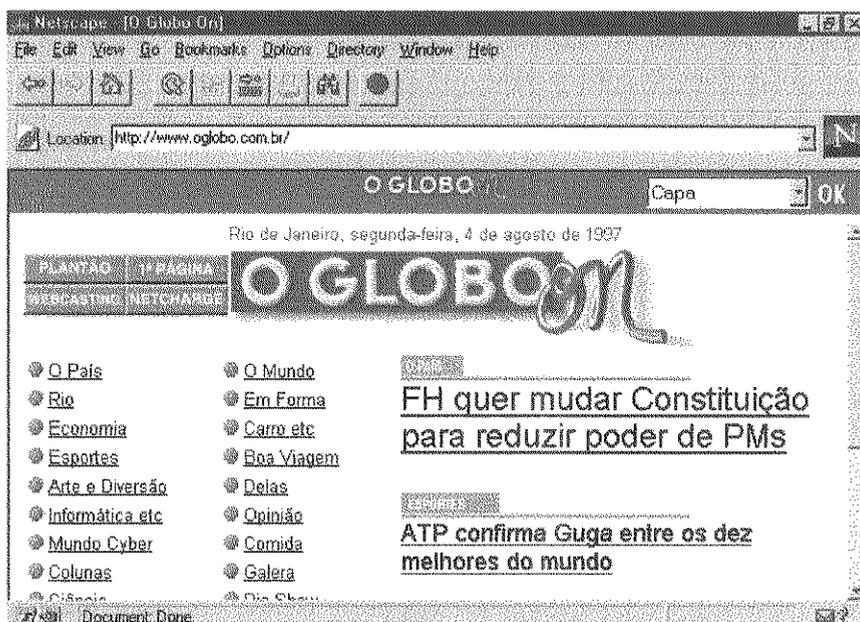


Figura 25 -  
A nova versão  
após uma  
reformulação  
do site em  
Agosto de 1997.

sombreamento ao fundo. Ainda neste mesmo quadro há um menu *drop down* com as opções de editorias, no canto direito um botão *OK* confirma a opção marcada. O *frame* inferior apresenta as opções escolhidas pelo usuário, tais como textos, imagens, links internos e externos. Mesmo estando em outras páginas o *frame* do topo se mantém deixando ao usuário a opção de ir para outra editoria.

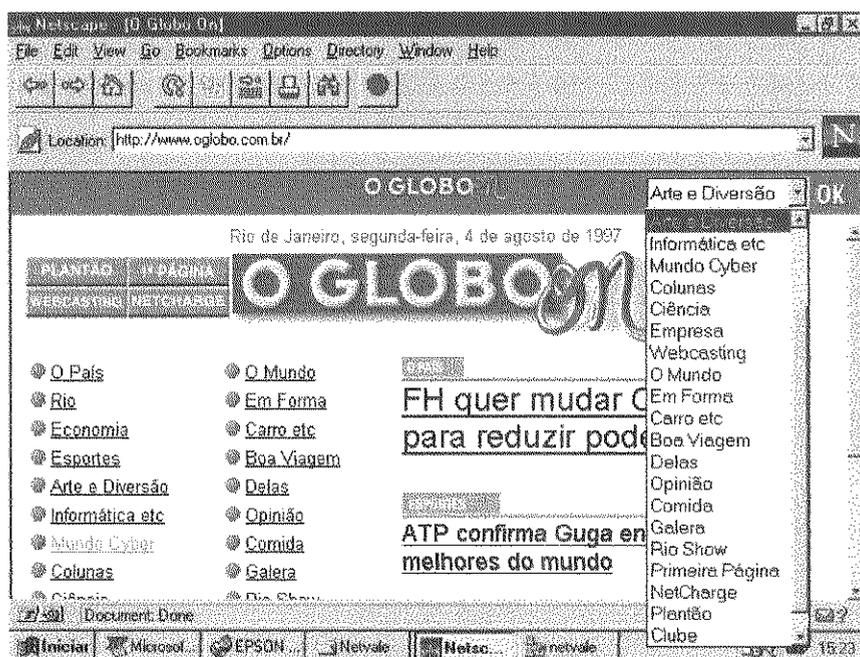


Figura 26 -  
No *frame* que fica no  
topo da página há o  
menu *drop down* que  
permite ao usuário  
mudar de editoria  
quando quiser

Na *home page*, denominada *capa* do *site* temos local e data e novamente o logotipo descrito acima, em maior dimensão. A esquerda deste quatro botões, em cinza, dão acesso a outras páginas e estão identificados como *Plantão*, *Primeira Página*, *Webcasting*, *Netcharge*. Abaixo alinhado a esquerda temos as mesmas opções do menu *drop down*, que estando na *home page* fica posicionado na opção *Capa*, agora todas visíveis com uma pequena imagem em

forma de bola na cor laranja a esquerda dos nome, como se fossem botões. São elas: o país, Rio, economia, esportes, arte e diversão, informática, mundo *cyber*, colunas, ciência, clube do assinante, navegação, expediente, o mundo, em forma, carro, boa viagem, delas, opinião, comida, galera, Rio show, a empresa, GDA e chat.

Ao lado estão as principais manchetes acompanhadas da identificação das editorias, as quais também são links que levam às respectivas seções para o acesso ao texto e demais informações a respeito.

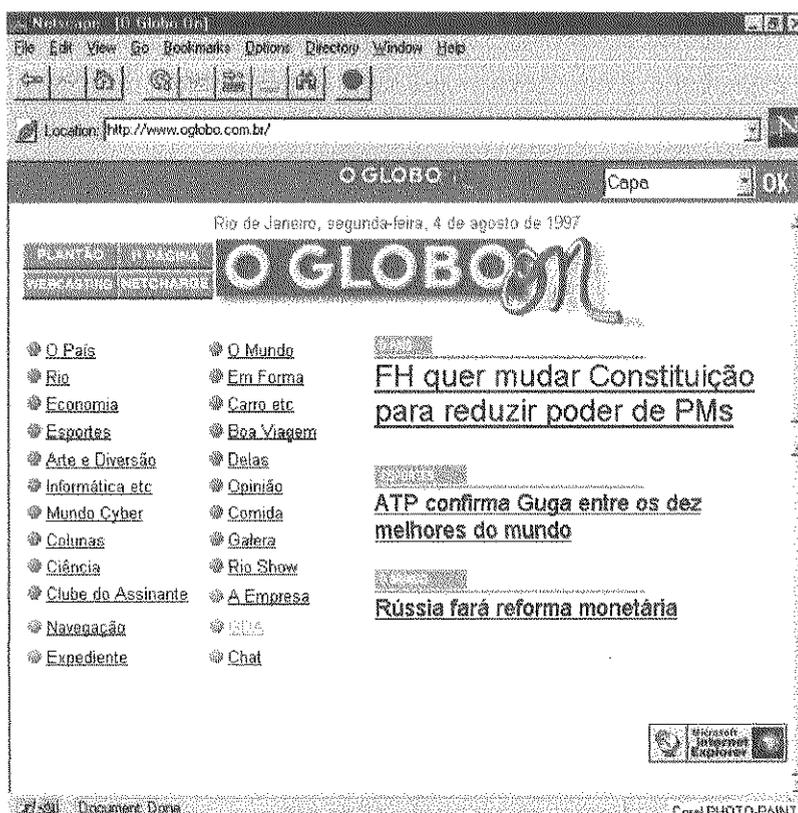


Figura 27 - No Globo On há um sugestão para a configuração do video na resolução 800 x 600 pixels, porém a não alteração não compromete a boa visualização da página.



Figura 28 - Modificações na Home Page: anunciante em destaque

No Globo On também há um sugestão para que se mude a configuração do vídeo para 800 x 600 *pixels*, entretanto esta indicação não está na home page, está em uma página que explica a navegação pelo site, porém, mesmo não se alterando a configuração, a página é bem visualizada, explora bem os brancos e necessita do uso da barra de rolagem somente na vertical.

Pequenas alterações também foram feitas no site de o Globo, a segunda versão analisada não apresentava mais anunciantes na home page, já uma terceira traz um anúncio da Petrobrás em um grande *banner* que ocupa 11,30% da área da tela, está posicionado no centro e no topo da página, em fundo verde traz do lado esquerdo algumas fotografias que se alternam tendo o nome da empresa como uma legenda logo abaixo da foto todo o restante do espaço é ocupado pelo endereço URL da empresa em grandes letras na cor branca. O *banner* é sensível, portanto um link.

Também foi mudado o posicionamento do logotipo O Globo On, agora alinhado à esquerda, mais de três novos botões foram colocados junto aos quatro que haviam anteriormente. A grande novidade nesta nova home page é a possibilidade de ver imagens atualizadas de duas localidades da cidade do Rio de Janeiro. O Globo On, também como o JB On-line, apresenta um pequeno número de informação direta, isto é explícita, na home page. O usuário tem que ir buscar estas informações em outras páginas.

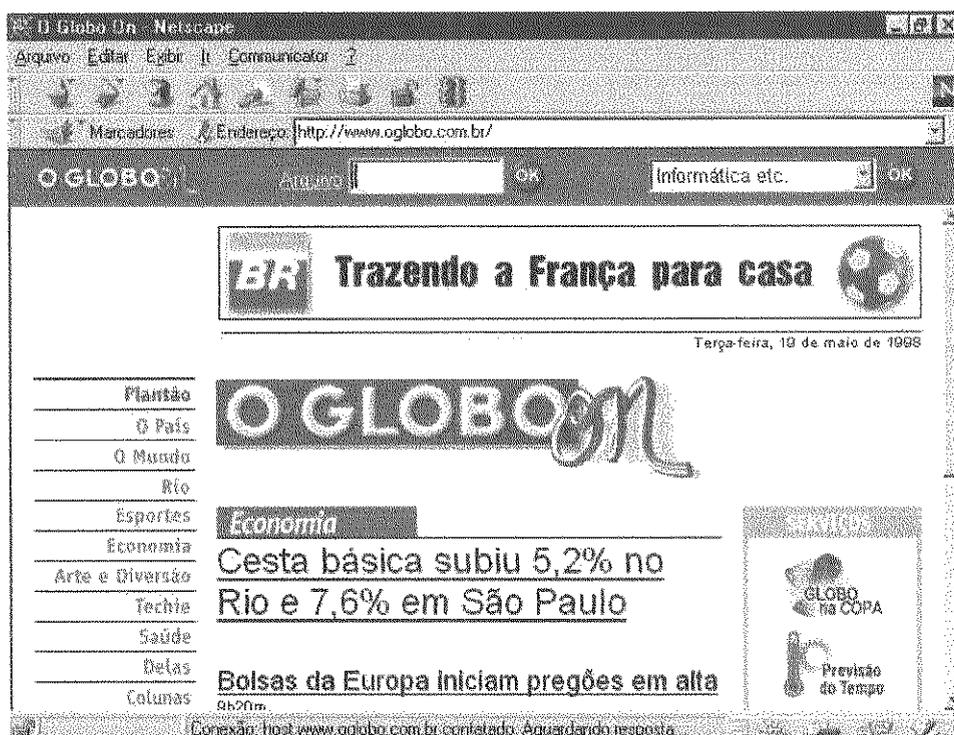


Figura 29 - Home page de O Globo On apresentou uma grande reformulação e depois pequenas alterações durante o período de análise do site



Figura 30 - Links para ver a cidade: na home page é possível visualizar duas localidades com imagens atualizadas, acima câmera mostra ponte Rio-Niterói e abaixo o Leblon



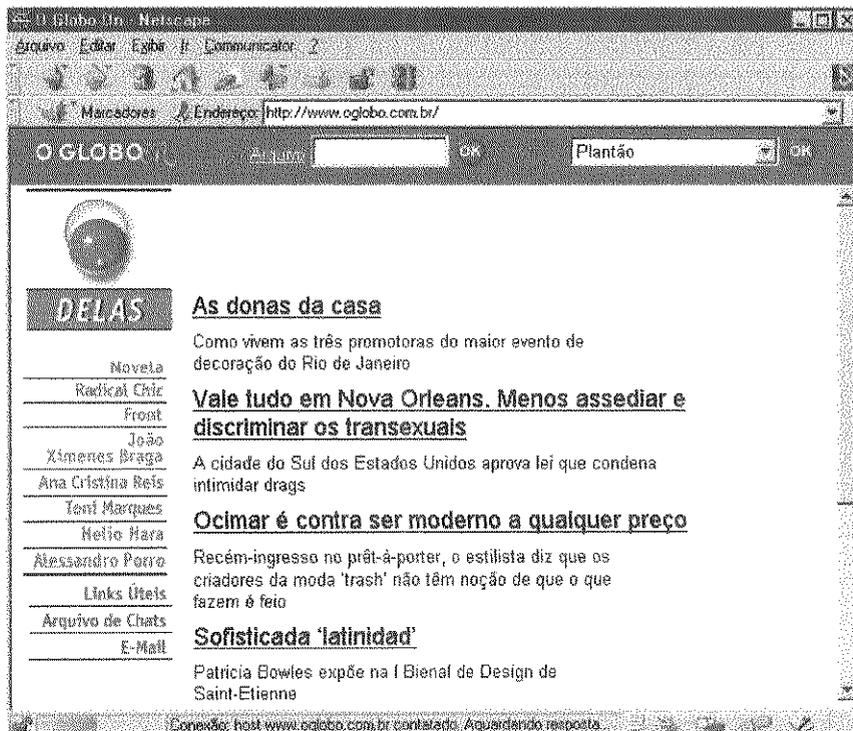
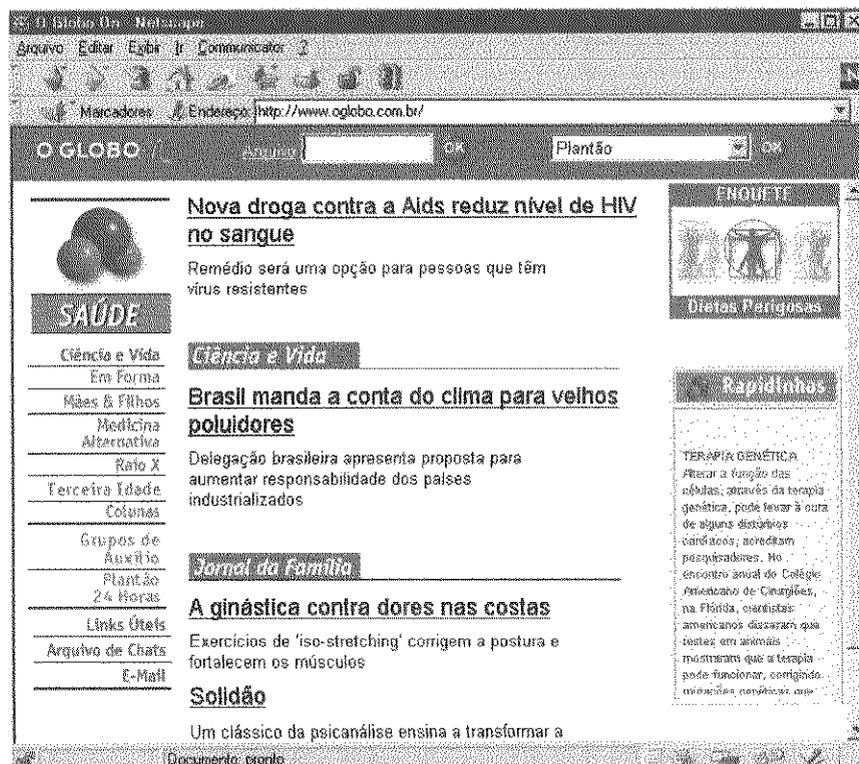


Figura 31 -  
Opções de seções disponíveis na home page, através de botões que levam para páginas como delas, acima, e saúde, abaixo. Em cada uma, outra barra de menus é disponibilizada para facilitar acesso à informação desejada.



## 1.2.4- Folha de São Paulo - <http://www.uol.com.br/fsp/>

# FOLHA DE S. PAULO

Figura 32 -  
Logotipo da Folha de S. Paulo

A Folha de São Paulo colocou seu site na rede em julho de 95, antes da Internet não teve nenhuma forma de publicação do conteúdo do jornal *on-line*<sup>25</sup>. O jornal mantém a edição de todos os seus suplementos nas duas versões, papel e on-line.

Na home page da Folha temos ao lado esquerdo do logotipo um link para pesquisa nas edições anteriores, e do lado direito o link para visualização das capas das edições impressas, que são duas, uma vez que a edição de São Paulo pode conter informações mais recentes do que a edição nacional. A página tem uma foto à esquerda com legenda, que é um link para a matéria integral situada em outra página. No centro estão três chamadas com as respectivas editorias. À direita há um índice geral para as editorias da publicação como opinião, painel do leitor, erramos, brasil, mundo, ciência, dinheiro, cotidiano, esporte, ilustrada, agrofólia, charge, e quadrinhos, bem como de seções exclusivas da edição *on-line*, como *e-mail*, arquivo, links da semana, fórum, grupo Folha, expediente, assinaturas.

Abaixo apresentam três blocos de anúncios, sendo no momento do presente estudo, dois do



Figura 33 -  
A Folha de São Paulo On-line apresenta a maior semelhança com a publicação impressa, entre os jornais analisados

<sup>25</sup> As informações foram dadas via e-mail por Maria Ercília: [ercilia@uol.com.br](mailto:ercilia@uol.com.br)



Figura 34 - O Site da Folha passou por poucas alterações durante o período de análise (Julho/97a Setembro/98). Pequenas alterações foram feitas, como a mudança da localização da foto

próprio grupo e um terceiro de anunciante. Esta é a parte visualizável em tela sem mexer na barra de rolagem. Acionando este botão surge no rodapé novamente um índice agora apresentado em formato texto, o que o torna acessível para quem navega sem imagens, e uma nota em link para a edição *on-line* explicando que esta contém os textos e anúncios classificados da edição em papel, mas apenas parte das fotografias e infográficos das edições para impressão, entretanto coloca a disposição do usuário as edições integrais do jornal desde 1994 acessível através de um programa de busca disponível no site. Pequenas modificações foram feitas na *home page* da Folha e são referentes à diagramação do ponto de vista visual, com alteração no posicionamento da foto e das colunas.

Das quatro publicações, a Folha de São Paulo On-line é a que mais se parece com a

publicação impressa. O design da página mantendo o logotipo centralizado, em forma de imagem, a fim de manter a tipologia e a identidade da marca, bem como a proporção desta em relação ao suporte tela e ao conteúdo, além do posicionamento da data logo abaixo e de emprego de um fio, na cor vermelha, separando o cabeçalho do corpo da edição, remetem à imagem da edição impressa.

Analisando a *home page* do jornal a impressão é de que estamos diante de um exemplar do jornal dobrado, como ficam acondicionados nas bancas. Percebe-se que a Folha faz o que David Siegel (1998:35) denomina um eficiente uso de metáfora, pois é familiar ao visitante do site, fazendo com que ele tenha maior segurança enquanto explora o conteúdo e busca as informações desejadas.

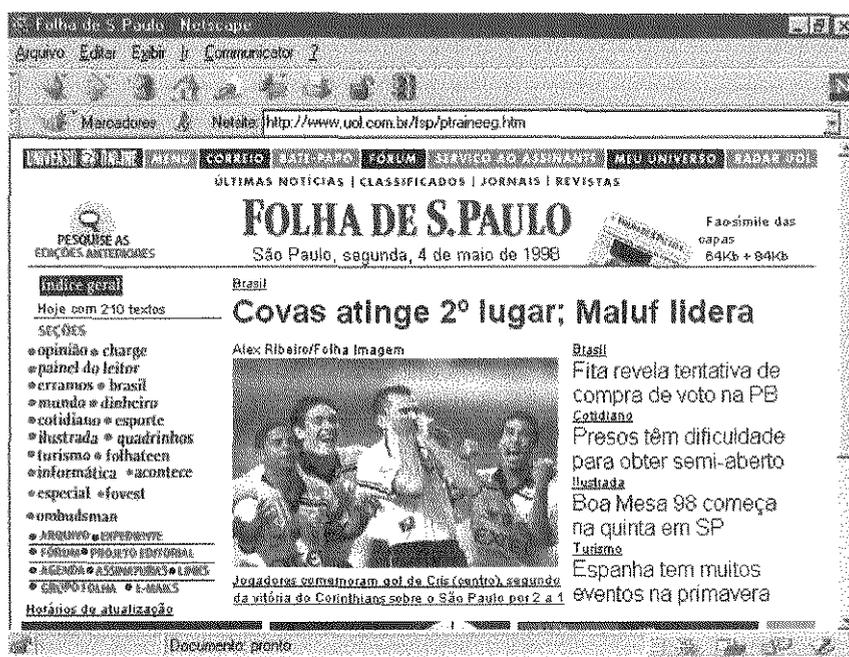


Figura 35 -  
Home Page da  
Folha:  
semelhança com  
um jornal  
dobrado

Infelizmente neste ponto o leitor encontrará uma barreira, pois além da própria *home page* e da página Web com as chamadas das Últimas Notícias, não conseguirá explorar outras páginas, uma vez que o jornal limitou o acesso ao seu conteúdo aos usuários assinantes do provedor UOL – Universo OnLine. Quem não for assinante, ao tentar fazer um link para ler uma reportagem anunciada na capa, terá em sua tela uma desagradável mensagem de acesso negado, sugerindo que se faça a assinatura do serviço para poder ler o conteúdo deste jornal *on-line*.

### 1.2.5- Home pages: análise comparada

A Folha é entre os quatro jornais analisados o único que restringiu o acesso ao conteúdo, sugerindo que o leitor a pague pelo acesso, os demais jornais não apresentam restrições e informaram que não há intenção de cobrança de algum valor pelo acesso à edição diária *on-line*. O Globo apresenta esta decisão como uma política da empresa, afirmando que uma vez



Figura 36 -  
Página que aparece durante a tentativa de navegação pelo site da Folha no caso de o leitor não ser assinante do Universo OnLine: informa sobre acesso exclusivo ao assinante e oferece assinatura como provedor de acesso e serviço on-line

que o jornal foi disponibilizado na rede gratuitamente, não poderia passar a restringir o acesso a este conteúdo mediante pagamento de uma assinatura. Tanto no Globo On, como no Estadão há planos de estipular uma taxa que seria paga por pesquisa on-line realizada nos arquivos, assim que estes estejam totalmente disponíveis na rede.

Levando-se em consideração o posicionamento de fotografia na home page, entre os quatro jornais, a Folha e o Estado – este com a nova versão do site, obtêm os melhores resultados. O Jornal do Brasil não utiliza foto na abertura, O Globo On, na maioria das visitas ao site não utilizava também, e o Estado, na primeira versão do site posicionava a foto de forma que esta não podia ser totalmente visualizada ficando parcialmente oculta, tanto na lateral horizontal, quanto na vertical, na nova versão do site a colocação ficou melhor. Entretanto, a fotografia empregada na home page dos jornais, geralmente é a principal fotografia da capa da edição impressa, o que não chega a acrescentar em termos de informação, para quem tem acesso à edição em papel.



Figura 37 -  
A fotografia apresentada na home page da Folha, bem como da maioria dos jornais, geralmente é a mesma que ocupa lugar de destaque na capa da edição impressa,

As quatro publicações exploram bem o uso de índices, como sinalizadores da navegação do usuário. Este é um recurso proveniente do meio tipográfico, mas que tem ainda maior aplicação na Web, pois indica os caminhos do site e os links disponíveis. O usuário-leitor dos jornais analisados consegue ir para outra editoria ou seção de seu interesse através das conexões proporcionadas nos índices, desde que este acesso seja livre.

Em termos de atualização das notícias da home page todos os sites dos jornais analisados deixam a desejar e mostram que ainda não exploram totalmente a questão temporal do meio em que estão inseridos como veículos de informação. Ao que parece a atualização das notícias ficam restritas em geral à página de últimas notícias com seus respectivos textos *linkados*, em geral, não há renovação da home page durante todo o dia a mesma diagramação com que a página foi colocada na rede permanece ao longo do dia. O Globo On explora um recurso temporal a mais, com a disponibilização de imagens obtidas em pontos da cidade através de *webcam*, as quais são atualizadas durante todo o dia. Há tempos era comum os grandes conglomerados de informação publicarem edições vespertinas de seus jornais, que continham as informações mais recentes do que a matutina e também um conteúdo diferenciado em termos de abordagem das notícias. Este hábito foi abandonado, mas o novo meio possibilita no mínimo sua retomada.

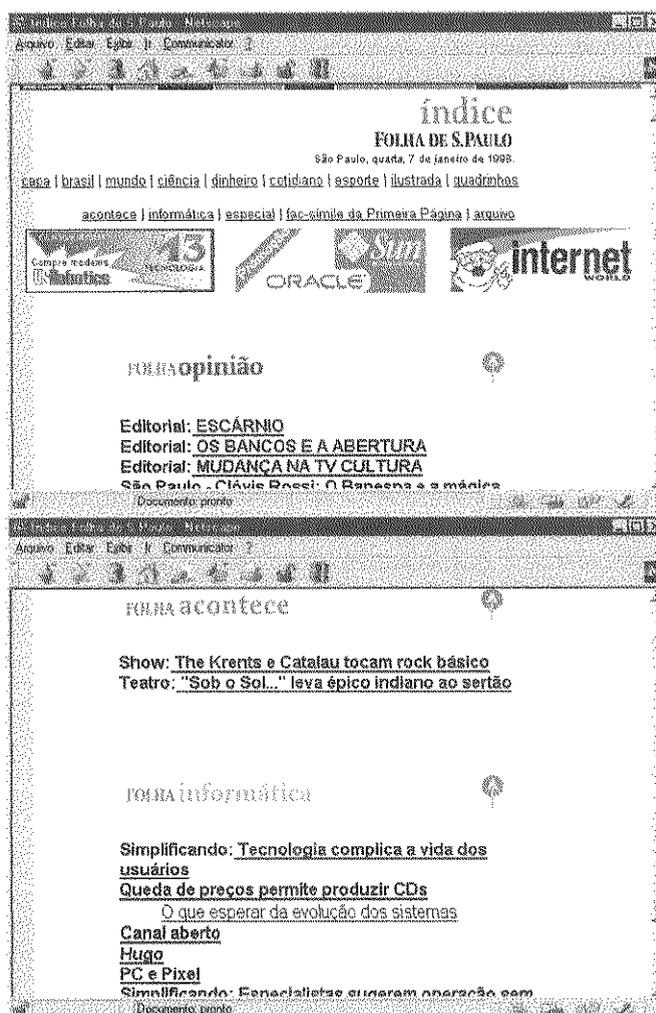


Figura 38 - Através do link Índice Geral que aparece na home page chega-se a esta página, é necessário rolar a barra para visualizar as editorias com suas respectivas chamadas.

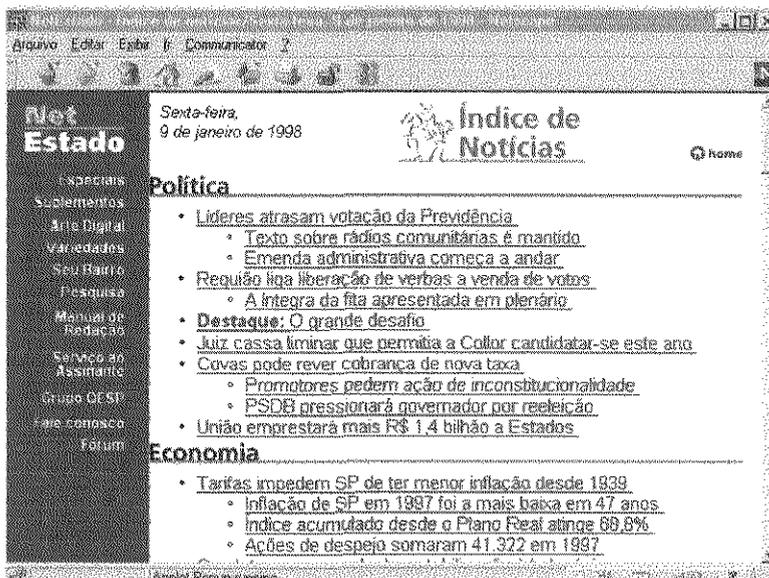


Figura 39 - Links para algum tipo de índice aparecem nas home pages dos jornais, como o Índice de Notícias no Estado

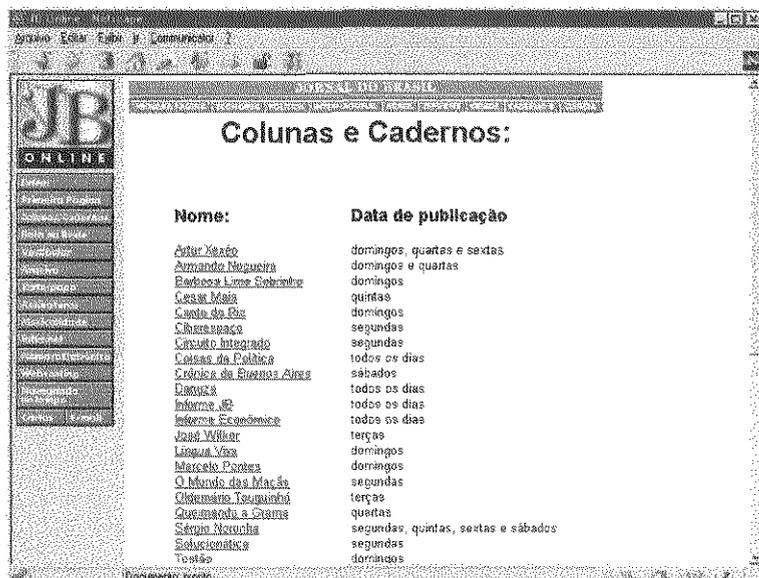


Figura 40 - No JB On line aparece como Colunas e Cadernos

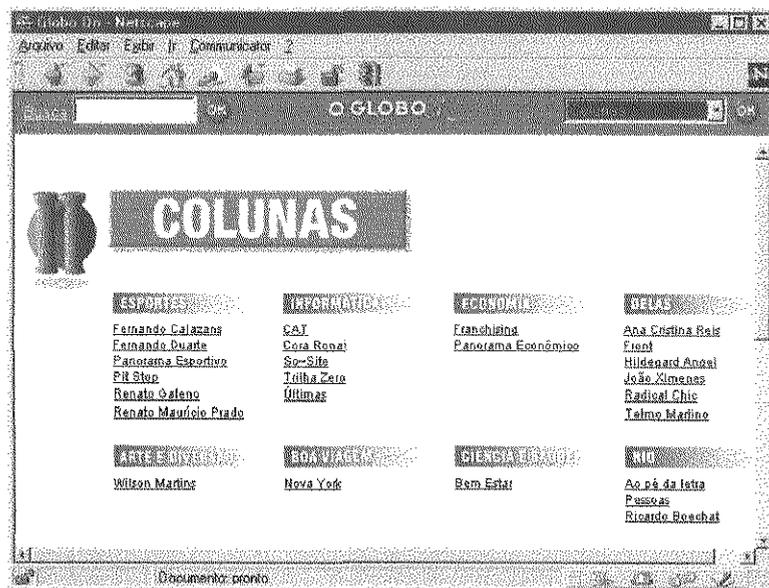


Figura 41 - E no Globo On aparece como Colunas.

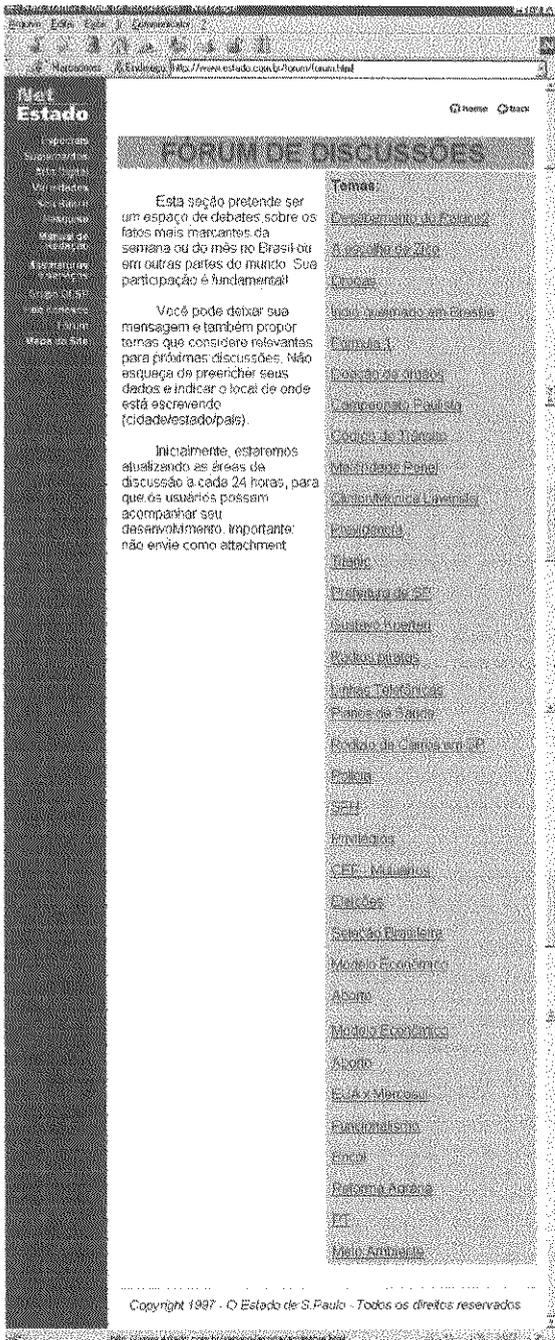


Figura 42 -

Fórum, páginas onde o leitor participa deixando a sua opinião sobre os assuntos em pauta e também pode ler a opinião de outros leitores. No Estado é uma página do site do jornal e para ver todos os temas é necessário usar a barra de rolagem, já na Folha, apesar de haver um link na home page, é uma página do site do Universo Online, a seleção dos temas é feita em uma janela específica, o que é uma boa solução, mas a aparência geral da página é confusa com tantos botões.

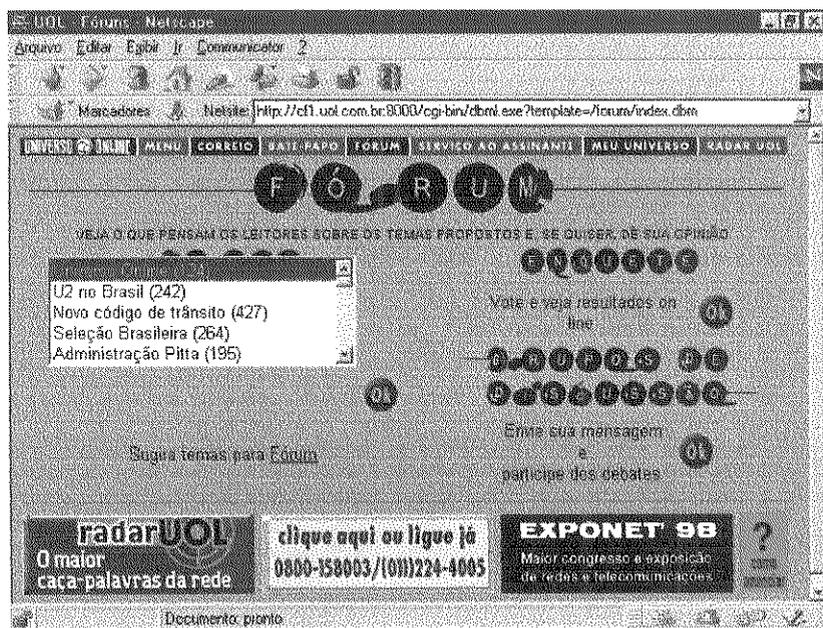






Figura 45 -  
O Globo On apresenta imagem da primeira página impressa mapeada, clicando-se sobre o texto desejado chega-se à página onde está a notícia.



Figura 46 -  
Edição on-line da mesma data:  
manutenção da chamada principal

o cursor do mouse sobre a tela, percebe-se que o logotipo do jornal é uma imagem sensível, e ainda que a manchete da home page também é um acesso, ambos levam para o que o jornal denomina primeira página, onde estão as principais chamadas da edição, são as mesmas estampadas na primeira página da edição impressa, mas não se trata de um fac-símile, pois apresenta uma diagramação diferente e não há fotos. Abaixo de cada notícia, ou grupo de notícias há um link para a editoria do assunto, como esportes, informática, economia.

Na Folha a imagem é carregada rapidamente e há opção para se ver a primeira página da edição nacional e da edição São Paulo, que conforme informações do jornal podem ser diferentes, pois a última pode conter fatos mais recentes.

A imagem da primeira página impressa do Globo é *mapeada*, todas as notícias e fotografias são sensíveis ao mouse, isto é, têm links que levam às matérias correspondentes, entretanto, isto causa uma certa demora para que toda a imagem da primeira página seja visualizada e clicável.

A inclusão da imagem da primeira página impressa como um link na edição on-line vem demonstrar exatamente que nesta fase inicial no novo meio, há necessidade em manter um vínculo com o meio anterior e desta forma garantir que o usuário-leitor sinta-se de certa forma familiarizado com a publicação.

## 1.4- As últimas notícias: atualização

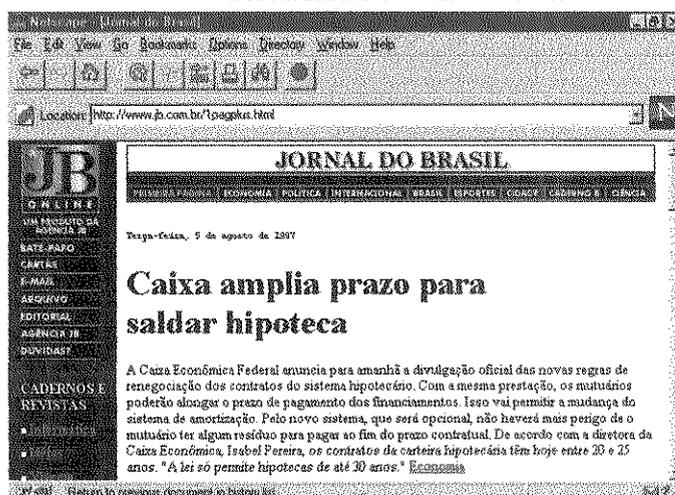
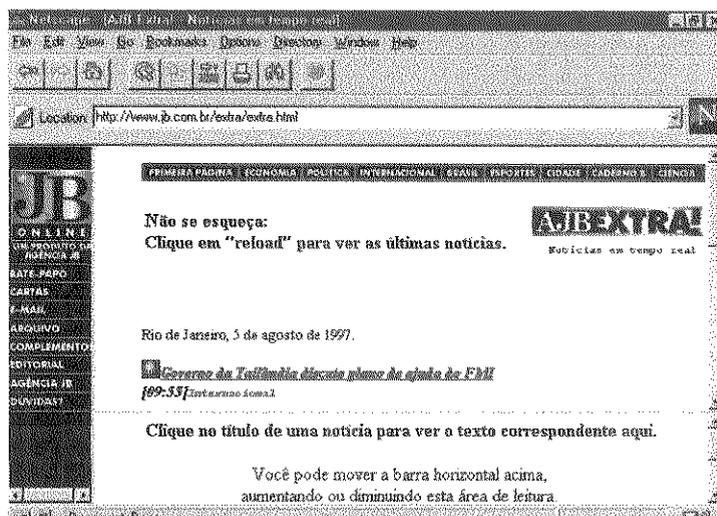


Figura 47 -  
 Jornal do Brasil: Um image-map- AJBEXTRA, acima, é o link que leva à página das últimas notícias, mas esta por sua vez apresentava-se dividida em frames, tornando a leitura e o acesso difíceis,

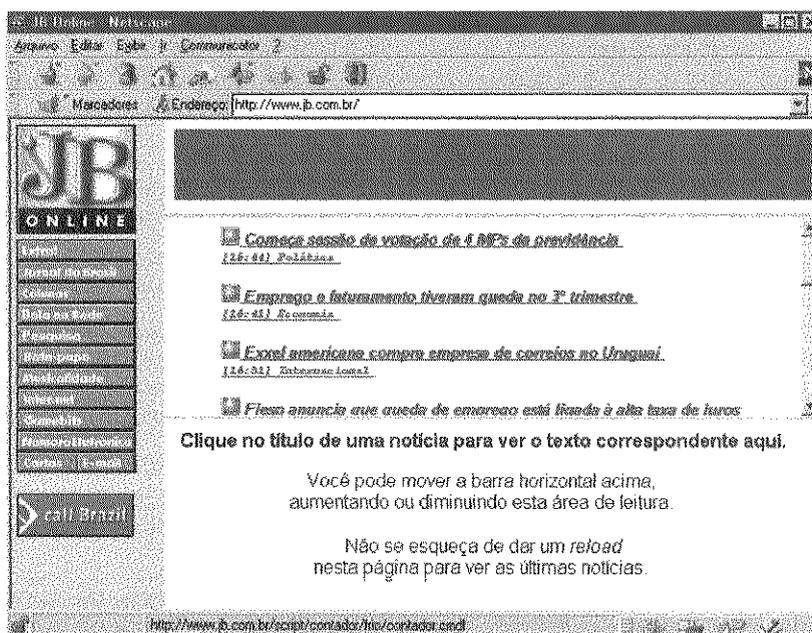


Figura 48 -  
 No novo site o design desta página destinada à informação mais atualizada teve poucas alterações

As quatro publicações apresentam em sua home page opção para que o leitor saiba das últimas notícias, este tópico é de grande importância, visto que marca a diferença de temporalidade entre a publicação *on-line* e a impressa, pois é possível saber dos últimos acontecimentos, os quais só estarão na edição impressa do dia seguinte. Também devolve ao jornal, porém na versão *on-line*, a capacidade de informar de imediato, função que havia perdido inicialmente para o rádio e depois para a TV.

A atualização das últimas notícias colocadas nas páginas das publicações na Web, com referência à temporalidade é mais eficiente comparada às outras mídias tradicionais. A TV só insere chamadas jornalísticas fora do horário previsto quando o conteúdo é apelativo ou catastrófico.

Algumas emissoras de rádio até trabalham com um grande volume de informação atualizada, mas não tem sido esta a linha editorial da maioria. Apenas na TV segmentada, transmitida via cabo ou via satélite e codificadores de sinal, é que há noticiário ininterruptamente, caso da CNN, mas ainda assim existe todo o processo de produção e edição de material.

Na primeira análise efetuada, levando em consideração a antiga home page do Globo On, o acesso para as Últimas Notícias encontrava-se melhor configurado no Jornal do Brasil e na Folha, com palavras chaves como AJBEXTRA, apresentado em forma de logotipo e na objetividade do termo de acesso Últimas Notícias, respectivamente.

A primeira versão analisada da home page do Estado a visualização desta opção só era possível se fosse feita a mudança de configuração de vídeo ou se fosse acionada a barra de rolagem horizontal, porque apresentava-se oculta a direita, o acesso também era possível através da palavra chave Últimas Notícias. A nova home page do Estado já não apresenta mais o problema de ocultar informações e o acesso às últimas notícias está bem mais visível.

No Globo a opção era bem visível, porém não era clara, pois estava em um botão denominado Mais Notícias, o que não passava a idéia de que ali estavam as mais recentes notícias. Com a reformulação do site este tópico foi alterado e o botão que dá acesso a estas informações passou a ser denominado Plantão, o que o coloca em termos de configuração no mesmo nível de funcionalidade e visibilidade do JB e da Folha.

Ao clicar nestas opções o usuário é levado para uma outra página Web, e aqui temos soluções bem diferentes adotadas pelos jornais para a apresentação das manchetes, bem como para o acesso às matérias.

A página da Folha traz no topo a barra de menu do Universo Online, logo abaixo, alinhado à esquerda um logotipo foi construído com a figura de um relógio fazendo o fundo para o termo Últimas Notícias, aqui poderíamos inferir que a Folha estaria tentando continuar com o procedimento de empregar metáforas para a construção do site, mas não conseguir um bom

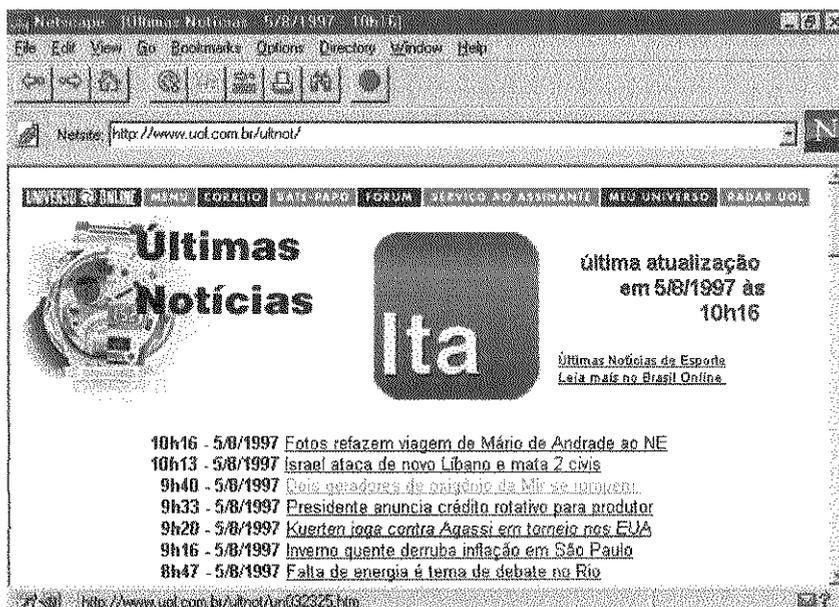
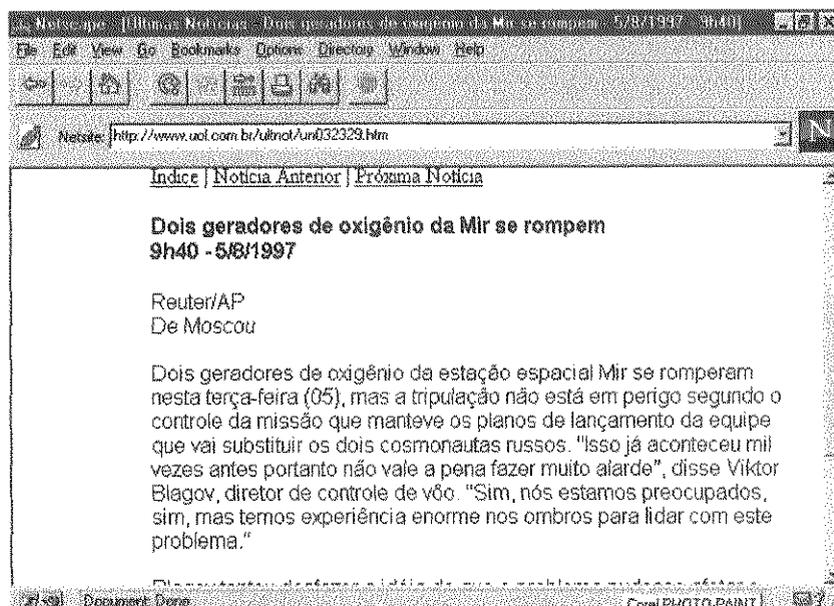


Figura 49 -  
Folha: link para  
Últimas Notícias  
leva para página  
contendo títulos e  
horários das  
atualizações, cada  
título é um link para  
o texto integral da  
chamada, mas o  
acesso passou a ser  
restrito.



resultado, chegando com a imagem do relógio apenas para uma analogia sobre a temporalidade. Entretanto, esta página não é uma exclusividade do site do jornal, está disponível no site do UOL, ela tem seu conteúdo fornecido pela Agência Folha e pela Redação do UOL, conforme informação que consta no pé da página.

Nas primeiras páginas analisadas da Folha, ao lado do logotipo de últimas notícias aparecia um anúncio grande que chegava a chamar mais a atenção do que o que intitulava a página, pela dimensão, pelas cores e pelo efeito de animação das letras. E ao lado deste havia a informação sobre a data e o horário da última atualização geral, o que parece uma informação até redundante, pois cada chamada de notícia apresenta um horário e ainda links para notícias específicas como esportes, informática em outras páginas do site. Algumas mudanças foram introduzidas na apresentação desta página e o grande anúncio no topo foi substituído por vários pequenos anúncios ao lado das manchetes. Cada chamada é uma conexão que leva ao texto completo. A partir deste ponto o leitor que não é assinante do UOL tem seu acesso obstruído, a menos que faça uma assinatura.

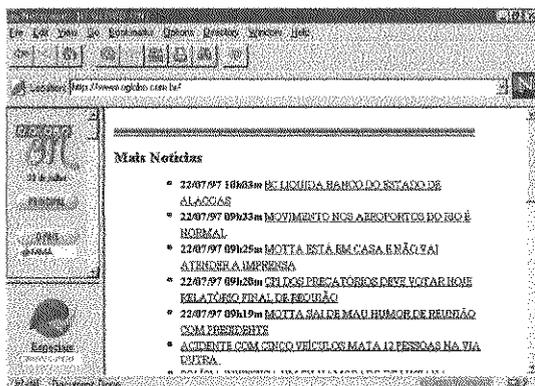


Figura 50 - Primeira versão analisada de O Globo On trazia o link para as notícias mais recentes em palavra chave 'Mais Notícias'

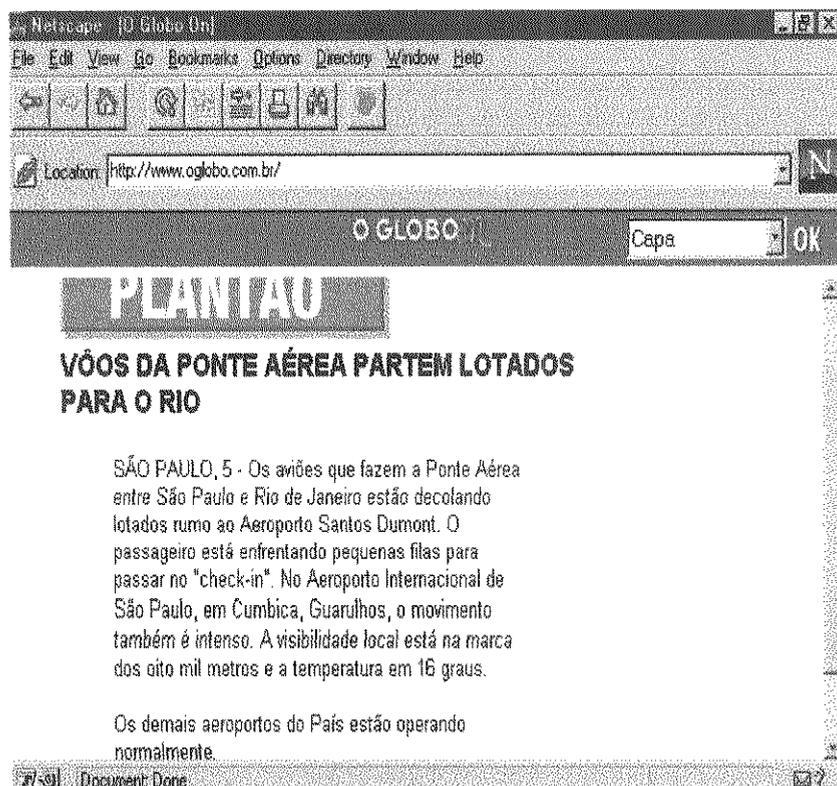
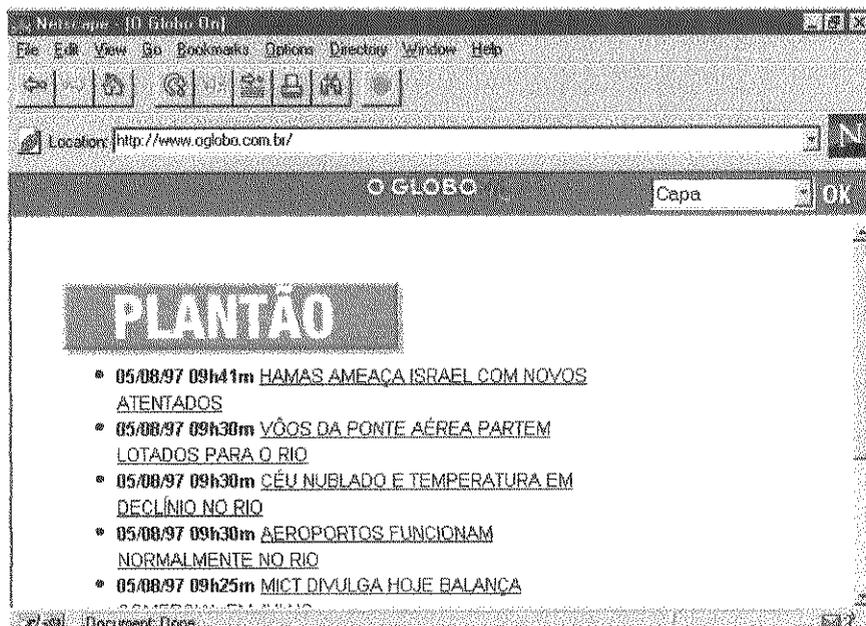


Figura 51 - A nova versão usa o termo 'Plantão' que parece bastante apropriado. Cada chamada é um link para o texto completo.

A mudança da palavra-chave no Globo On de Mais notícias para Plantão foi um grande acerto na remodelação do site. Uma única palavra já transmite a idéia de que ali estão as mais recentes e importantes informações. Ao clicar no botão plantão surge no *frame* principal a relação das últimas notícias com a data e respectivo horário de atualização, para se chegar ao texto basta clicar na chamada.

O Jornal do Brasil, conforme já mencionado resolveu bem a questão do acesso às últimas informações através do ícone AJBEXTRA, entretanto ao chegar a esta página, depara-se com dois *frames* horizontais, no superior deve-se rolar a barra para poder ver as chamadas que também são acompanhadas do horário em que foram atualizadas, *clcando* sobre uma delas o texto aparecerá no *frame* inferior, mas a legibilidade não é favorecida aqui, pois é necessário ficar alterando a dimensão dos *frames*, ou ficar acionando barras de rolagem.

As últimas notícias no Estado estão dispostas em um *frame* da Agência Estado, não havia informação sobre a hora da última atualização geral, porém as chamadas já indicam o horário em que foram colocadas na página. Aqui também ao clicar sobre uma chamada pode-se ter acesso ao texto relativo a ela. Percebe-se aqui simplicidade e eficiência, oferecendo ao usuário o que ele busca.

As páginas Web que contém as últimas notícias nas quatro publicações analisadas não apresentam criações especiais em termos de design gráfico. O Estado é que traz como vimos, a melhor apresentação, pela simplicidade, aplicando apenas alguns recursos de vinhetas para cada editoria, que são colocadas como um selo antes do texto da notícia.

Na Folha percebemos um problema, como esta página não é exclusiva do site da Folha, mas pertence ao Universo Online, não há um menu com as editorias e seções do jornal, nem uma opção para que se possa voltar à home page. O menu, em forma de texto simples, apresentando no pé da página é do UOL, assim como a barrinha no topo da página. Para voltar à home page da Folha só através do comando back do browser.

JB On-line, Globo On e o Estado de São Paulo mantém junto às respectivas páginas Web de últimas notícias o menu com as seções do jornal, mantendo a identificação da publicação bastante visível e facilitando a navegação do leitor.

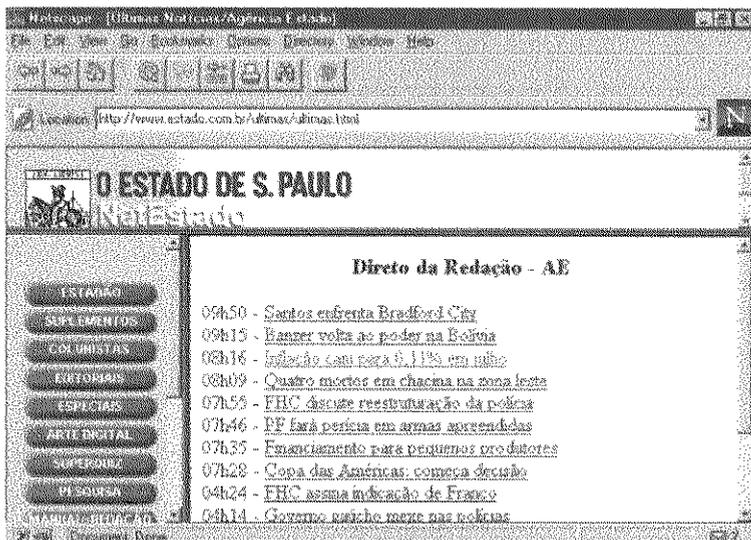


Figura 52 -  
Na versão anterior do site do Estado, as Últimas Notícias são atualizadas em página da Agência estado, títulos são links que levam à notícia integral, abaixo.

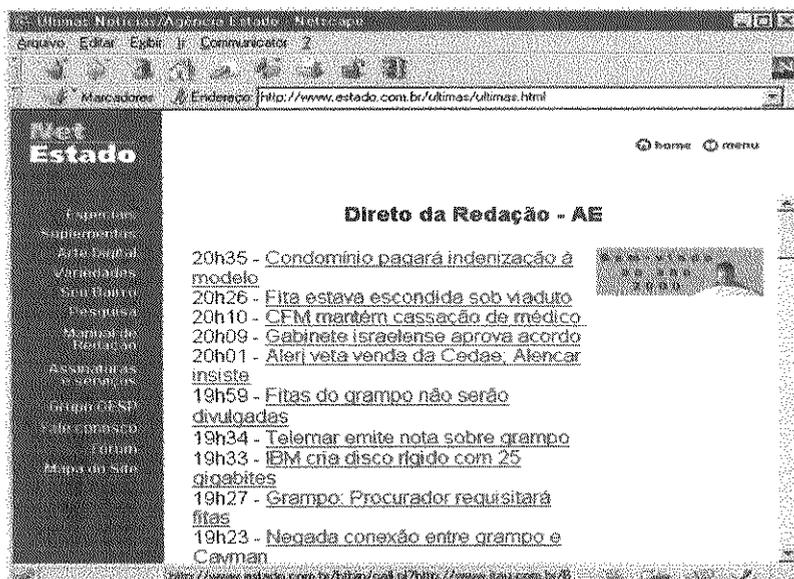
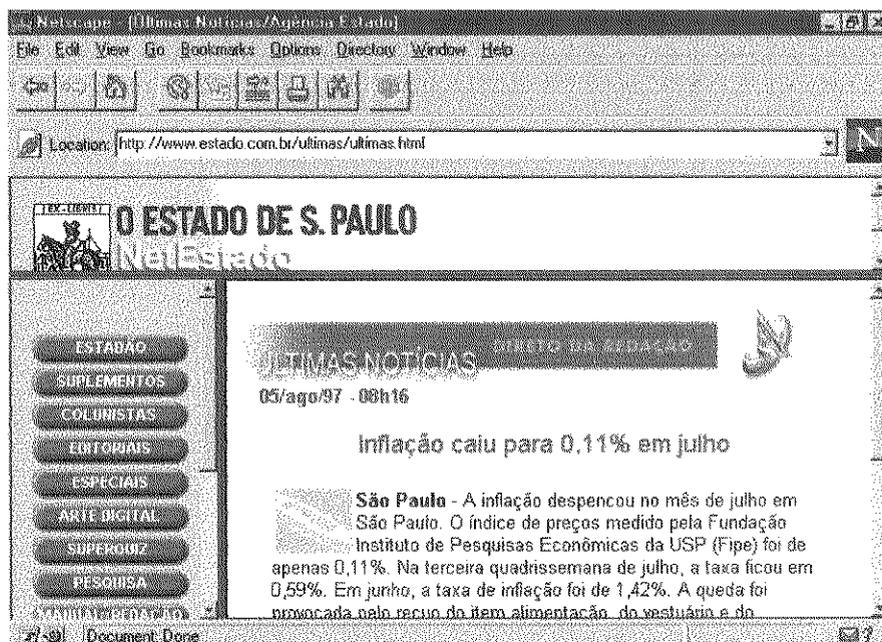


Figura 53 -  
Na nova versão poucas mudanças funcionais ocorreram nesta página,

## 1.5- O logotipo: identidade

Chamaremos aqui de logotipo o nome pelo qual cada jornal é conhecido com a estilização e formatação adotada para a publicação impressa. Plaza e Fontanezi (1978:100) utilizam a denominação 'cabeçalho' para esta mesma marca de identidade e definiram que este cumpre o papel de cartão de visitas de uma publicação, " na medida em que codifica em si toda a imagem do jornal".

# FOLHA DE S. PAULO

São Paulo, segunda, 4 de maio de 1998

*Figura 54 -*

*Logotipo da Folha: sem mudanças, manutenção de identidade*

No caso dos jornais *on-line*, estes logotipos aparecem em forma de imagem a fim de preservar a tipologia e assim a marca de identidade do jornal, uma vez que a tipologia recomendável para criação de Web sites é limitada. A opção pela manutenção da logomarca da publicação impressa, além de permitir a manutenção da identidade, pode ser encarada como uma forma de marcação de território, ou seja, sinaliza a presença de determinado conglomerado editorial na Web, e portanto já o identifica como um veículo moderno e atualizado, tanto na edição impressa como *on-line*. O mesmo acontece com outros meios.

O logotipo da Folha aparece centralizado na tela, com a data logo abaixo e um fio, trazendo para a edição *On-line* o mesmo padrão de identidade visual da edição impressa, o que reforça bastante a marca e a linha editorial do jornal.



*Figura 55 -*

*Comparativo entre os logotipos usados pelo Estado*



**O ESTADO DE S. PAULO**  
Sexta-feira, 9 de janeiro de 1998

O Estado de São Paulo, mantém a logomarca que utiliza na publicação impressa, na primeira versão analisada ela estava associada à figura *ex-libris* original, na nova versão este selo apresenta-se estilizado e colorido dando uma aparência de modernidade, ambas as páginas trazem também a expressão *NetEstado* em amarelo na primeira versão e em amarelo e azul na, segunda, identificando a publicação On-line.

Em termos de logotipo o Globo na primeira versão analisada de sua home page, era das quatro publicações a que trazia maior inovação, onde era possível perceber a concepção e todo um trabalho de criação. O logotipo ocupava grande área da página e demorava a carregar, o que talvez tenha levado à mudança. A figura tem uma dimensão grande e apresenta ao fundo a ilustração de um globo, sobre ele foi aplicado o próprio logotipo do jornal impresso, também mantendo assim a identidade através da tipologia, porém ele não



*Figura 56 -  
Comparativo entre os logotipos usados pelo Globo On,  
acima os primeiros, abaixo o mais recente*

apresenta-se chapado como para um suporte de impressão, mas levemente curvo, acompanhando a linha da ilustração. Ainda sobre o nome vem a palavra *on*, construída como se fossem dois cabos, um na cor verde, outro em amarelo, fazendo uma alusão clara à nacionalidade da publicação, porém identificação esta que, por uma questão de repertório, deve ser reconhecida apenas por brasileiros.

Na segunda versão da home page o logotipo sofreu algumas alterações, já não apresenta a ilustração do globo como fundo, a logomarca com o nome *globo* mantém o fundo azul, como na versão impressa e volta a ser plana, a palavra *On* formada pelos cabos verde e amarelo foi deslocada para a direita e apresenta num sombreado em cinza. Na nova capa o logotipo

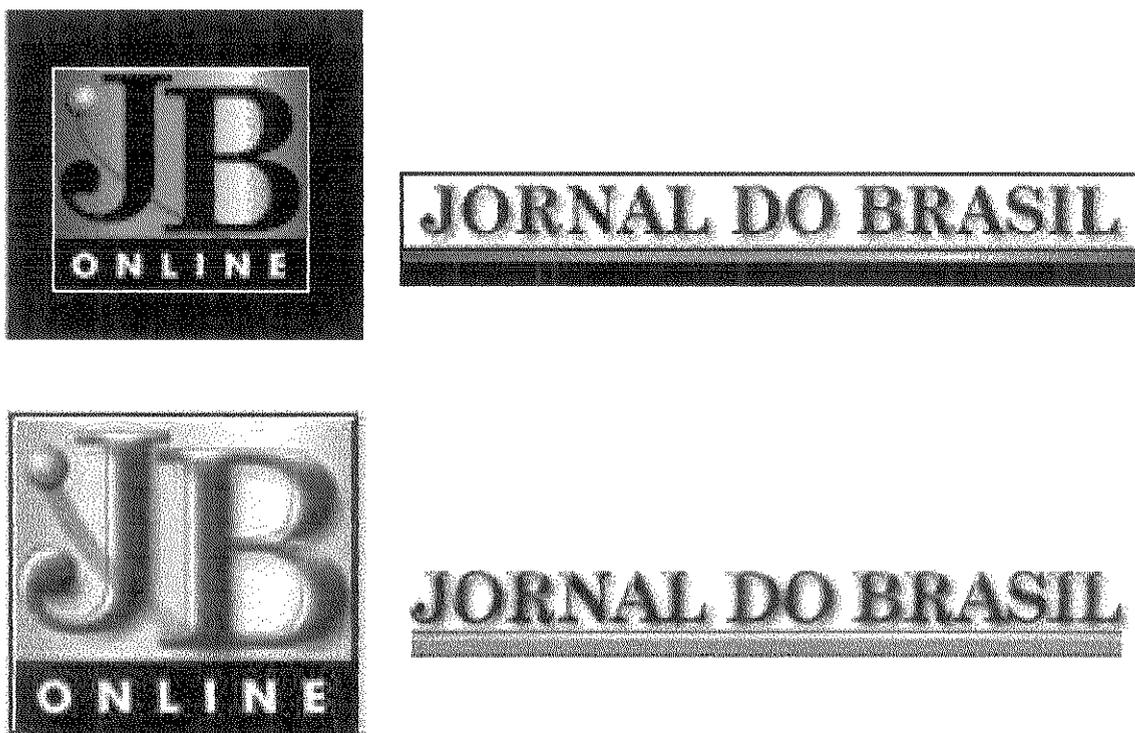


Figura 57 -  
Comparativo dos logotipos usados pelo JB Online, acima o anterior, abaixo o mais recente

aparece nos dois *frames*, sendo que no *frame* que fica no topo todo o fundo é azul. Na última versão analisada houve um deslocamento da logomarca para a esquerda.

O JB mudou bastante seu logotipo com a reformulação do site, a primeira versão apresentava as letras J e B em preto sobre uma forma quadrada colorida e a palavra *on-line* em negativo na base do quadrado. Este logotipo estava situado no topo do *frame* de menu, ao lado na

home page aparecia a logomarca tradicional do Jornal do Brasil com as letras em preto dentro de uma forma retangular desenhada em preto com fundo branco e na base o que se percebe são duas faixas que mantêm as cores do logo *on-line*, ou seja, uma colorida e outra em preto. O novo logotipo apresentado na outra versão do site apresentava as letras com um visível tratamento de computação gráfica, com efeito de 3D - luz e sombra. A mudança do fundo do *frame* de preto para cinza diminuiu o contraste.

## 1.6- A definição da tipologia: limites

O bom emprego da tipologia é uma característica das publicações impressas, onde é possível explorar ao máximo as famílias de tipos que fazem parte da plasticidade com que o texto apresentar-se-á ao leitor. Com a diversificação de corpo/tamanho e variações como o uso de caixa alta, alta e baixa, ou a aplicação de estilos como itálico e negrito pode-se obter

contrastes, dar ênfase, conforme a situação pode-se obter o resultado desejado, simplesmente trabalhando com os recursos da tipografia. Sobre esta possibilidade McLuhan(1971:183) escreveu que “o estilo das manchetes de jornais tende a impelir as letras para a forma icônica, forma muito próxima da ressonância auditiva e das qualidades tátil e escultórica”.

Dependendo da técnica de impressão utilizada e dos atributos do papel empregado pode-se dizer que hoje é possível chegar a um excelente nível de qualidade.

Por outro lado algumas pesquisas realizadas sobre as condições de legibilidade acabaram ditando algumas regras, como evitar grandes blocos de textos em itálico, em caixa alta ou com alinhamento centralizado, dar preferência aos tipos com serifa pois trazem mais leveza ao texto, e não misturar muitas fontes diferentes numa mesma página.

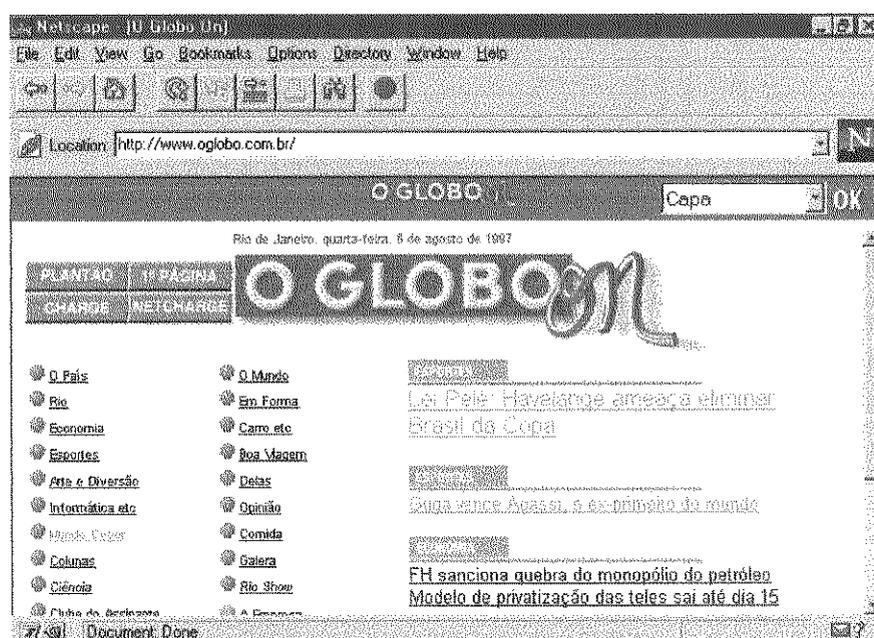


Figura 58 - O Globo On: há definição para o font face, a fonte usada é Arial, não se pode alterá-la na opção preferências, entretanto o tamanho pode sofrer alterações.

Segundo especialistas em design de tipos cada detalhe é importante no desenho de um caractere, além disso a cominação entre eles deve ser pautada pela harmonia, uma composição que não seja harmoniosa, isto é composta por elementos que não estejam dispostos levando em consideração a proporção, a simetria e a clareza, provocarão ruídos que distrairão a atenção do leitor, ou ainda provocarão a fadiga, desviando-o do texto.

Entre os especialistas e desenhistas de fontes, como Robert Slimbach, da Adobe, em termos de tipografia, deve-se optar por famílias que levem o leitor a percorrer todo o conteúdo informativo de um texto ou de uma página, evitando os contrastes exagerados e o bombardeio de símbolos<sup>26</sup>.

Hoje muitas destas regras já estão mais flexíveis mesmo na mídia impressa, até por que a própria qualidade de impressão e o emprego do elemento cor mudou alguns destes parâmetros. Entretanto, quando se pensa na publicação *On-line* muitos critérios perdem seus valores, o suporte tela é diferente do papel e a leitura é mais difícil e exaustiva, do ponto de vista do esforço visual. Pelo lado da técnica os limites são muitos, a começar pelas opções de fontes, pois o padrão para a maioria dos navegadores emprega a fonte *Times New Roman* no tamanho de 12 pontos, com a opção de uma fonte monoespaçada, isto é quando todas as letras ocupam o espaço idêntico, que é a *Courier*.

É possível definir uma *font face* do texto que aparecerá em uma página da Web através de um *tag HTML*, entretanto deve-se pensar na recepção, ou seja nos usuários que estarão recebendo as páginas, e portanto usar fontes mais comuns. De nada adianta o esforço de criar um design do site empregando uma fonte que não é usual, pois se os usuários não a possuírem em seu computador, a aparência do site não será a esperada. A maior parte dos *Webdesigners* não especificam o *font face*, simplesmente assumem que a maioria dos usuários mantém a fonte *default* do navegador e trabalham outras alternativas gráficas.

Além disso alguns *browsers* permitem que o usuário altere a fonte padrão, bem como o seu tamanho, apesar de que poucos tem este hábito. Logo um texto visto em uma máquina pode ter uma aparência diferente em uma outra, onde o usuário tenha efetuado uma personalização.

A saída para quando se tem um tipo específico, que não deve sofrer alterações, é transformar este texto em imagem, preservando a aparência original. Nos sites dos jornais analisados, percebe-se, principalmente nas home pages, uma grande quantidade de textos tratados como imagem, dos logotipos às opções de editoria, deixando no padrão apenas os textos mais longos e aqueles que são modificados diariamente e que não comprometem tanto a identidade visual do jornal.

---

<sup>26</sup> Revista Design Gráfico, Ano 2, número 4, pg.31-33

Por ocasião da elaboração da página e utilizando a linguagem HTML, normalmente define-se alguns tamanhos de fonte, até para compor melhor a página, dando ênfase em determinadas partes do texto, assim pode-se determinar que a manchete principal tenha um tamanho de fonte maior que as demais, e mesmo que o usuário altere o tamanho padrão em seu navegador, a proporção será mantida.

O Estado, a Folha e o JB trabalham desta forma, alguns textos da *home page* são tratados graficamente e outros seguem o padrão, apenas com marcadores de tamanho, no caso da data, legenda e manchetes. A exceção é o Globo On, que pré define o uso da fonte *Arial* em sua *home page* e portanto não é possível alterá-la na opção Preferências do navegador, apenas o tamanho se altera, tanto para maior como para menor. A cada tentativa de alteração a página é recarregada e leva algum tempo para apresentar-se novamente, enquanto que nos demais jornais, pode-se fazer as alterações que quiser, e estas imediatamente são visualizadas na tela.

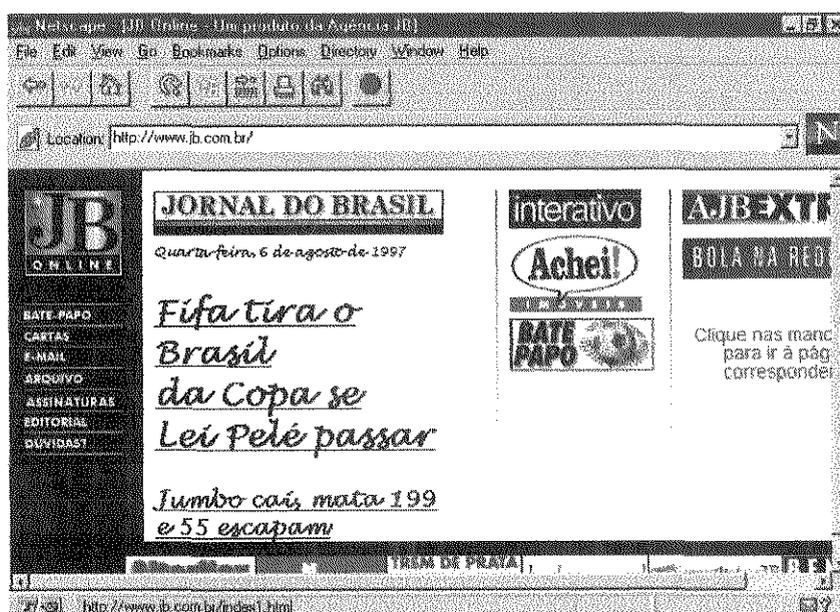


Figura 59 -  
Jornal do Brasil: Não há definição de fonte face, a home page é bem visualizada em Times New Roman, tamanho 12, que é o padrão, ao fazer alterações aplicando ora a fonte Lucida Handwriting, ora AvantGarde, muda-se a aparência do texto que não foi tratado como imagem.

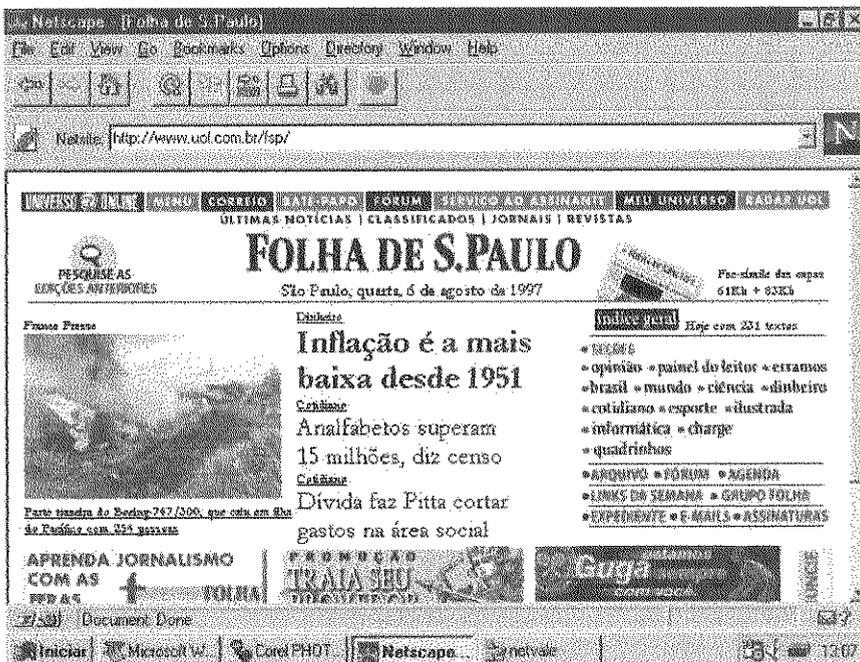


Figura 60 - Acima temos a home page da Folha sem alterações na tipologia empregada, ao lado e abaixo vemos como o leitor pode interferir: na Home Page da Folha a mudança da fonte para Garamond com 12 ou 16 pontos altera o design.



A título de ilustração fizemos algumas alterações de fontes, empregando inclusive algumas não usuais, e tamanhos modificando a aparência dos jornais analisados.

## 1.7- A inserção de anúncios: interferência

A WWW ainda é um campo de experimentos, não somente em questão de elementos formais, mas também funcionais. Apresenta-se como uma nova mídia e está atraindo a atenção de milhões de usuários no mundo todo, os quais estão usando a Teia com diferentes finalidades, tais como, busca de informação e entretenimento, pesquisas acadêmicas, comerciais, mas, enfim, o que se torna um grande atrativo em termos comerciais são os números de usuários, por mais imprecisos que sejam. Organizações estão especializando-se em estatísticas da *Net*, o Gvu, já citado aqui, faz um levantamento demográfico, porém seu enfoque está mais no comportamento do usuário, suas preferências e atitudes diante da tela e dos comandos do seu navegador. As pesquisas apontam um grande número de usuários e uma tendência de aumento para estes dados.

A estatística baseada em números da Internet está tornando-se um negócio rentável. Empresas estão especializando-se nesta atividade e vendendo os resultados obtidos. Os grandes sites de passagem, os portais e as publicações têm interesse na divulgação destes dados para atrair anunciantes. Estes por sua vez, necessitam de parâmetros que justifiquem a opção por este meio para a inserção de publicidade, e ainda precisam saber onde seria mais adequado inserir um link para a sua localidade. Nielsen, Forrester, e outras, estão entre as empresas que estão trabalhando com os números da Web, com enfoque especial para o segmento que interessa veículos e anunciantes, ou seja, dados como número de visitantes de determinados sites, perfil destes *internautas*, faixa etária e hábitos de consumo.

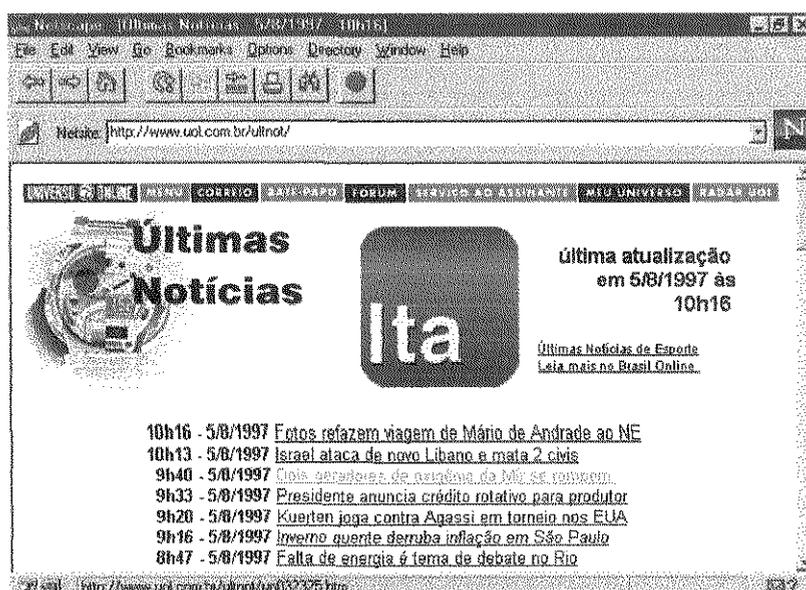


Figura 61 - Os criadores de anúncios para a Web empregam cada vez mais programas de animação na para tentar chamar a atenção do leitor, neste caso as letras aparecem uma a uma.



Figura 62 - Na home page da Folha de São Paulo a presença de anúncios é constante, entretanto eles não interferem no conteúdo editorial, ocupam sempre o mesmo local, ou seja, o rodapé, posição que não é de destaque.

Diante deste quadro há uma corrida de empresas tentando estabelecer-se no ciberespaço, para não perder este mercado potencial. O problema é como se mostrar acessível, como atrair o usuário para o site da empresa e divulgar ou vender um produto. Um dos caminhos que estão sendo experimentados são os anúncios em sites de passagem, aqueles em que o usuário entra em busca de uma seleção de informação, e nas revistas e jornais *on-line*, por exemplo.

Há que se pensar porém que a publicidade na rede tem suas peculiaridades, em outras mídias o anúncio está ali, realizado por completo, dividindo a página da revista ou do jornal com os textos informativos da publicação, na televisão e no rádio ele está inserido no meio da programação, e muitas vezes o usuário permanece ali fiel, recebendo as mensagens publicitárias enquanto espera a continuação do que estava vendo ou ouvindo, apesar do fenômeno do *zap*, trazido pela tecnologia do controle remoto. Até o anúncio feito para cinema está lá pronto para ser visto e divulgar a sua mensagem antes do início do filme. Black (1997:139) observa que, a publicidade e propaganda, da forma como normalmente são feitas, funcionam melhor em uma mídia passiva como a televisão, na Internet não se pode aplicar as mesmas técnicas.

Segundo o autor, a WWW é um campo ideal para o marketing direto, onde através de um catálogo o usuário faz sua escolha e efetua a compra.

Um anúncio em página Web é geralmente colocado em um *banner*, ou faixa, o qual contém a URL - *Uniform Resource Locator* - Localizador Uniforme de Recursos, que simplificando, é o que se usa na Web para encontrar a localização de arquivos e documentos, podendo estar em outras máquinas ligadas à Internet nas mais diversas localidades do mundo. Ou seja é o endereço do site do anunciante, se a *home page* da publicação não estiver construída em frames, ao clicar no *banner* o usuário vai sair da localidade onde estava, deixando um contexto editorial para fruir uma nova experiência. Ele só voltará ao site de origem através do comando *back* do seu navegador, pois uma vez estando na localidade do anunciante dificilmente haverá um link para retornar para a publicação. Esta deve ser uma preocupação do editor. Com o uso de frames apenas uma janela faz o link com o anunciante, permanecendo o URL da publicação em um outro frame como referência e alternativa para um possível retorno.

Figura 63 -  
A primeira versão da home page do JB trazia anúncios no rodapé, a nova versão iniciou sem anúncios, recentemente um pequeno anúncio foi inserido no frame de menu, apesar da pouca interferência visual, ocupa um espaço nobre no site

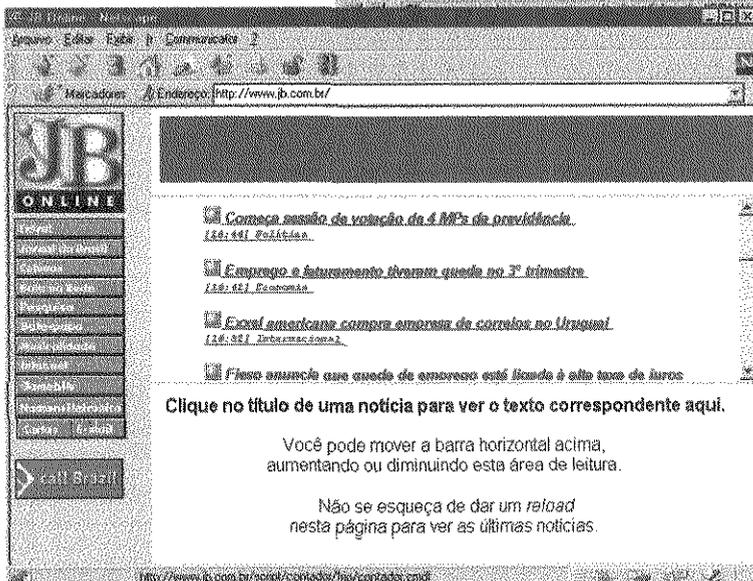
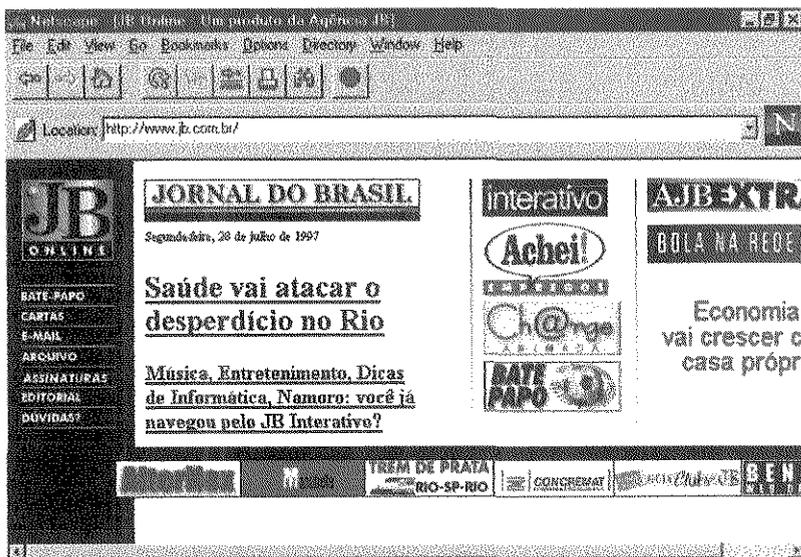


Figura 64 -  
Já na página que contém as últimas notícias, há um banner no topo apresentando mensagens da loja Ponto Frio, mas animação criada é tão lenta, que por vezes o leitor não verá nada além de uma faixa azul.

Por outro lado, o anunciante quer estimular o usuário a clicar em sua faixa e entrar em seu site para receber a mensagem publicitária. É um grande desafio levar as pessoas a saírem de uma página em que entraram em busca de algo, seja informação, entretenimento ou trabalho, para ver o que há por traz de um *banner*. Por isso mesmo é que os publicitários empregam cada vez mais programas de animação na criação de anúncios para a Web.

O editor da publicação deseja manter o anúncio ou apoio, conforme denominam alguns, como um subsídio para manter o *Site*, mas deve ter em mente a probabilidade de irritar o leitor com a demora de carregamento da página por causa de *anúncios pesados*, de encaminhar o leitor a um outro site através do link e de confundi-lo com um anúncio que aparentemente não se diferencia dos elementos que compõe a linha editorial do jornal, “estamos acostumados a ver anúncios e podemos reconhecê-los quando os vemos, mas preferimos ter claros anúncios e seções de propaganda de forma que a passagem do editorial para o publicitário esteja bem demarcada”(Waters, 1996:190).

Nos quatro jornais analisados a presença de anunciantes em suas home pages pode ser caracterizada como discreta. Proporcionalmente, considerando o espaço ocupado na tela pelos anúncios em relação ao conteúdo editorial, podemos dizer que a Folha apresenta uma grande área reservada para publicidade, entretanto o posicionamento desta é discreto. São três blocos iguais situados no rodapé e um botão menor chamando novos anunciantes. Nas primeiras home pages analisadas apenas um dos blocos estava ocupado por um anunciante externo, no caso um banco, os outros dois eram ocupados naquele momento por anúncios do próprio grupo. Em janeiro/98 são três os blocos com anunciantes. O Jornal do Brasil colocava seus anunciantes num *banner* fino, também situado no rodapé da página, o qual era dividido em seis partes. No momento da primeira análise cinco espaços eram de anúncios externos e um era ocupado pelo próprio JB. Na última versão analisada não havia anúncios.

O Globo em sua primeira home page analisada trazia no *frame* principal apenas o grande logotipo do jornal *on-line*, uma manchete, quatro botões de acesso e quatro anunciantes. Acima do logotipo, numa configuração confusa, estava o nome de um Banco e ao lado a frase: venha conhecer nosso site, que podia ser confundido com uma entrada para o site do jornal. Os outros três anúncios estavam bem mais explícitos, dividindo um *banner* centralizado abaixo dos botões de acesso. Na segunda versão do site, a princípio não havia anúncios na home page, atualmente há, um grande banner que ocupa posição de destaque no topo e no centro da página, o anunciante tem se mantido o mesmo por várias edições, no caso a Petrobrás. O banner é até interessante apresenta algumas animações e é alterado de tempos em tempos, conforme as mensagens que o anunciante quer divulgar. Recentemente no banner encontrava-se um link para o site Dali Monumental, sobre a exposição de parte da obra de Salvador Dali que esteve no Brasil, a qual tinha o apoio do anunciante e com certeza, aplicado a um site baseado em informação, por onde estarão passando pessoas com certa formação, este banner traz um bom retorno institucional.

Na home page do Estado não havia anúncios de empresas externas, apenas de alguns serviços prestados por empresas ligadas ao grupo, bem de outros veículos também integrantes do conglomerado, como Rádio Eldorado e JT. Já na página das chamadas para as últimas notícias já aparecem discretos *banners*. Hoje o jornal já apresenta um pequeno de *banner* de anunciante direto, isto, é configurado e apresentado na própria *home page*, e ainda um outro *banner* denominado Market Place, que é um *link* para uma página com vários anunciantes

A princípio pode-se dizer que a logomarca do *browser* da *Microsoft*, o *Internet Explorer*, estampada na home page do Globo On não é um anúncio, mas apenas uma recomendação de uso do programa com um *link* para quem desejar fazer o download do mesmo. Isto é até comum em algumas páginas na Web, algumas que por exemplo são construídas baseadas em recursos disponíveis em novas versões destes softwares, entretanto, pensando pelo lado comercial, é bastante provável que o jornal esteja cobrando pelo espaço, além disso a *Microsoft* é tida como o maior anunciante da Web. De qualquer forma é uma interferência comercial, porém bem demarcada, num meio editorial.

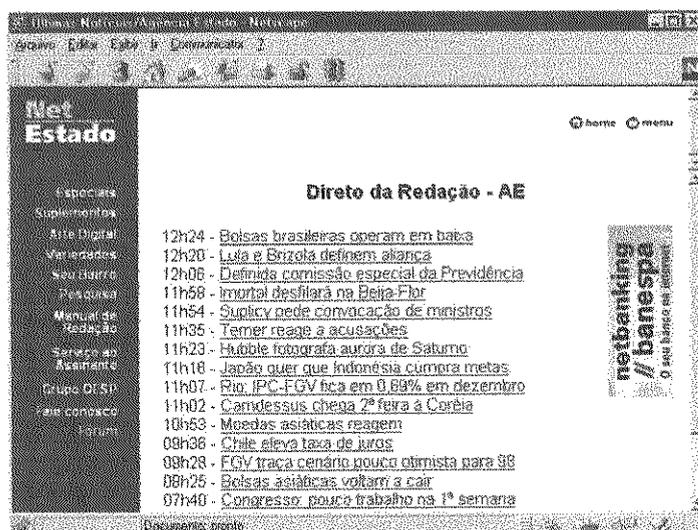
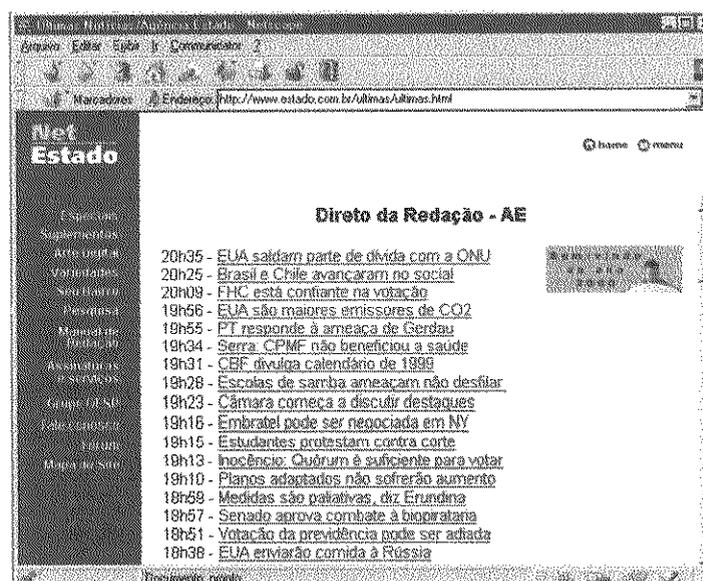


Figura 65 - Boa Solução: Presença discreta do anunciante em pequeno banner ocupando espaço que estaria em branco na página das chamadas para últimas notícias, onde há grande fluxo de visitantes,



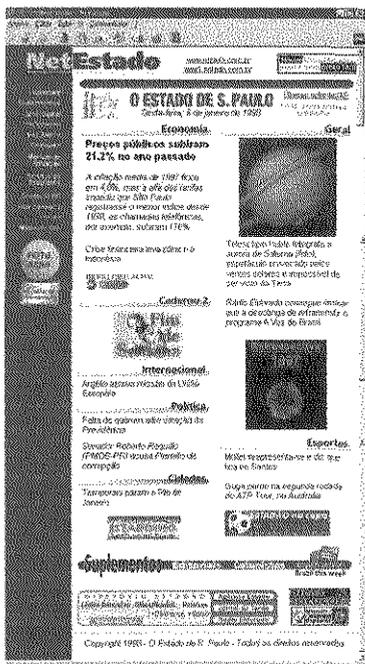


Figura 66 - Home Page do Estado traz anúncios das empresas pertencentes ao grupo editorial: localizados no rodapé da página e não causam interferência. .

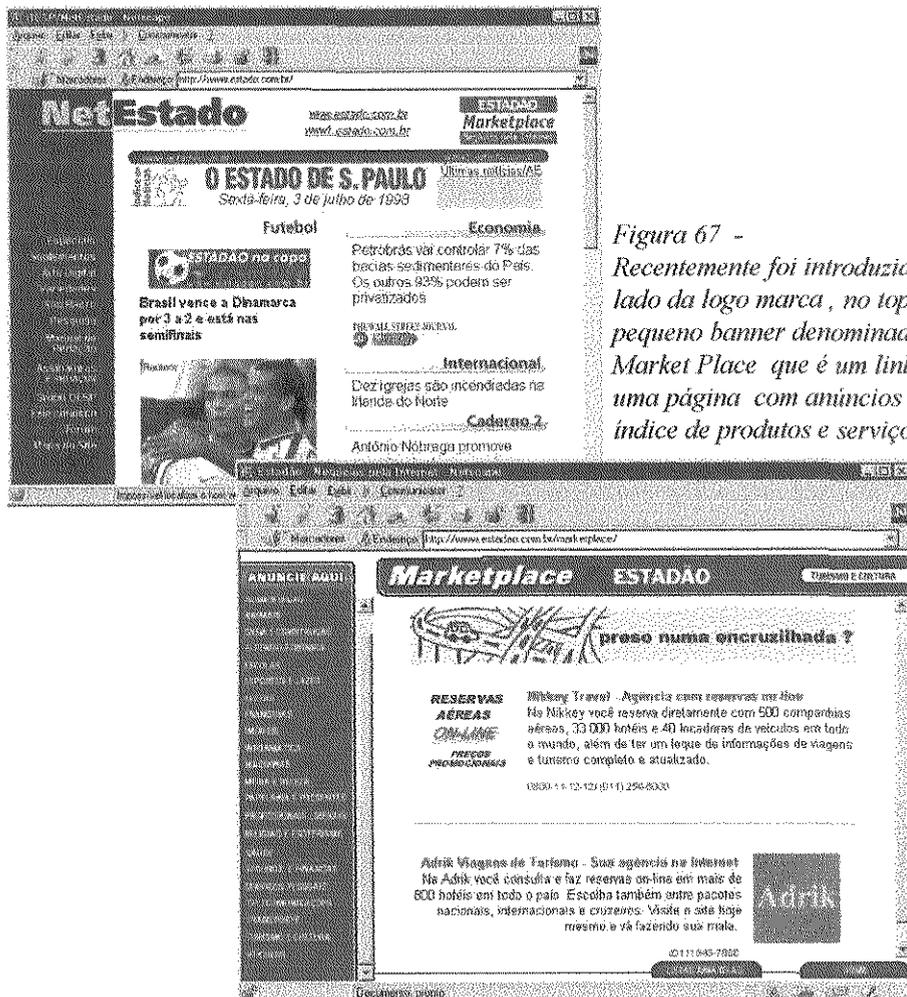
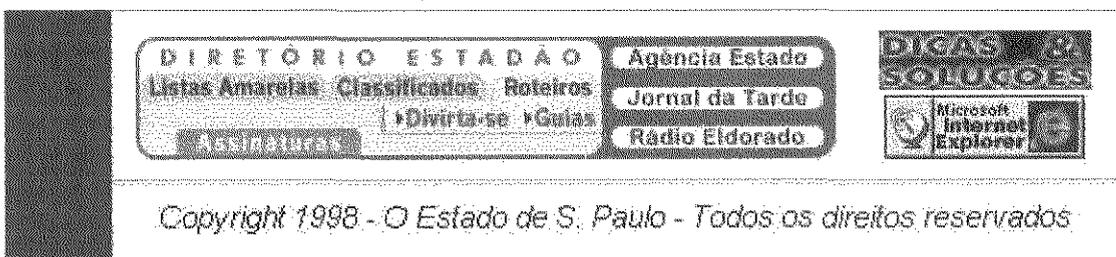


Figura 67 - Recentemente foi introduzido ao lado da logo marca, no topo, um pequeno banner denominado Market Place que é um link para uma página com anúncios e índice de produtos e serviços

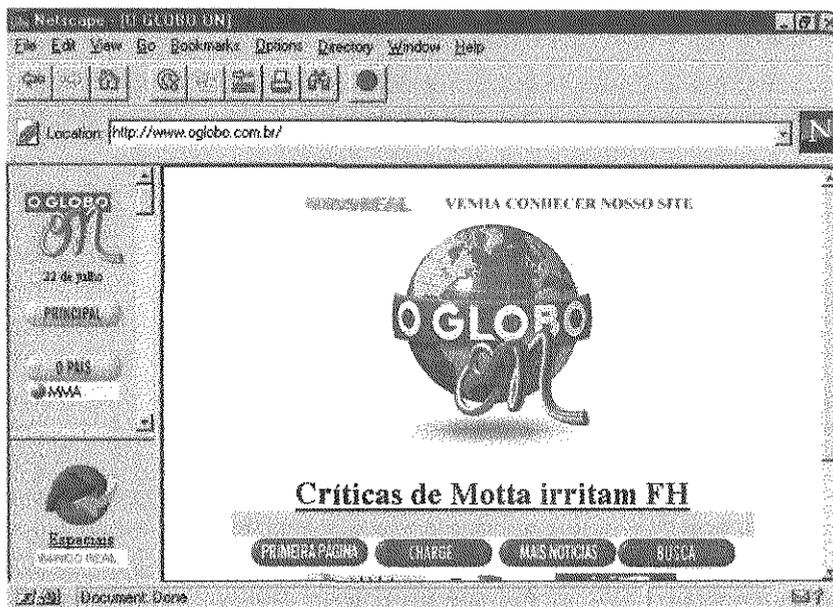
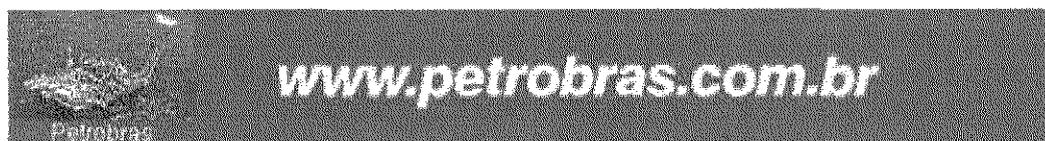


Figura 68 - A primeira versão analisada da home page do Globo On trazia um anúncio de Banco que não apresentava-se bem delimitado e podia levar o leitor a ir para o site do anunciante sem querer



Figura 69 - Nas últimas versões o mesmo anunciante está sempre presente e aparece em posição de destaque, com algumas mudanças de layout no banner, bem como no conteúdo das mensagens



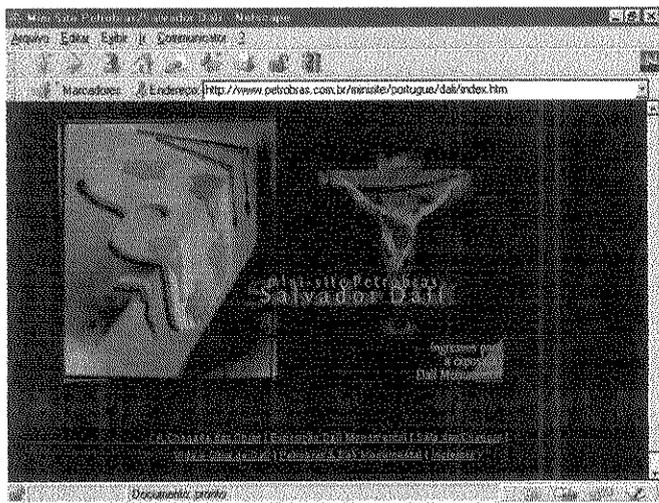
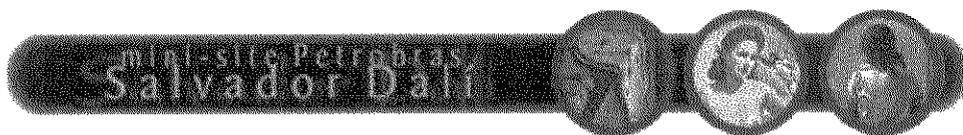
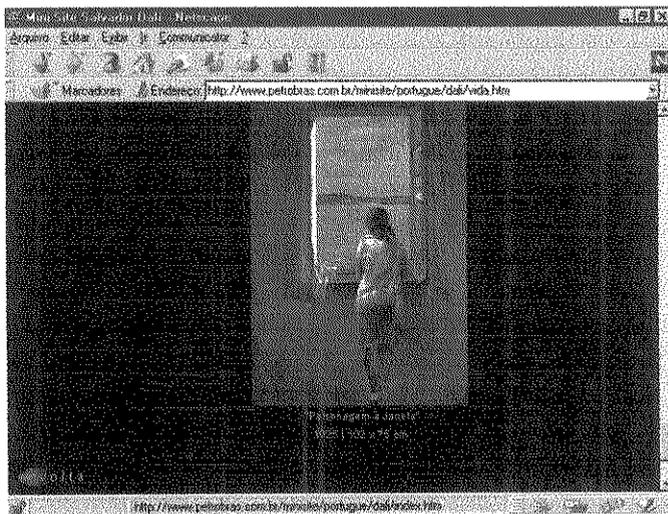


Figura 70 -  
 Acima, Banner da Petrobrás:  
 ocupação do espaço com link  
 para site especialmente  
 construído por ocasião da  
 exposição de Salvador Dalí  
 realizada no Rio de Janeiro e  
 em São Paulo, com apoio da  
 empresa. Abaixo páginas do  
 site Dalí Monumental.



Conclusão

Os impactos provocados pelo volume de informações disponibilizadas através da tecnologia informática nas demais mídias e nos procedimentos do receptor com referência à própria concepção de informação têm sido bastante positivos. A velocidade com que esta informação, agora ainda mais acurada, torna-se acessível é um fator que diferencia as publicações *on-line* das impressas e que devolve ao jornal a agilidade perdida no confronto com o rádio e a televisão.

O receptor por sua vez torna-se mais crítico, pois tem ao seu dispor num breve intervalo de tempo, a possibilidade de checar e comparar conteúdos, além disso, a consciência das circunstâncias em que poderá interagir, faz com que abandone a passiva posição de mero espectador. Agora ele tem disponível a ferramenta de e-mail, geralmente configurada na própria *home page* do veículo que está lendo, para colocar ali suas impressões, sua opinião, apoiando ou criticando a linha editorial, questionando ou acrescentando informações. Há também a participação em Fóruns, onde é possível expressar opiniões sobre diversos assuntos em pauta.

O design da informação *on-line* tem um importante papel nestas transformações. Está sendo instaurada uma nova estética, a princípio trazendo elementos de outros meios e adaptando-os, mas levando-se em conta a exploração das possibilidades do novo meio, características próprias já se delineiam, bem como também já influenciam o design para outros meios como revistas e TV.

Uma das principais características que fazem a grande diferença entre as publicações impressas e *on-line* é quanto à disponibilização da informação, com ênfase para o conteúdo textual. A leitura é feita em tela, através de hipertextos que possibilitam ao leitor construir o seu próprio mapa de navegação, entretanto, a página ainda conserva o seu formato original enquanto papel. Como suporte para a informação, na tela ganhou possibilidades de ser reformatada, mas ainda não se atingiu a forma ideal.

A inclusão de elementos iconográficos próprios do meio ainda entra em choque com o tradicional uso da imagem, além das novas possibilidades de inclusão de som e movimento, que junto a um novo do texto agora trabalhado numa estrutura não linear tem gerado projetos confusos marcados pelo excesso. Contudo, mesmo em meio às dificuldades encontradas, da aprendizagem com os erros já começam a aparecer bons resultados em termos visuais e funcionais.

Se por um lado há a dificuldade de legibilidade do texto em tela pelo reduzido espaço do quadro disponível e pela impossibilidade de emprego dos recursos tipográficos que foram implementados ao longo dos séculos, desde a criação dos tipos móveis, justamente para tornar o ato da leitura mais fácil, por outro há a compensação de acesso mais subjetivo, de uma construção intertextual e de possibilidades de interação entre leitor, texto e autor, independente de direcionamentos por parte deste ou daquele editor.

A experiência da leitura de jornais on-line diariamente comparada à leitura do jornal impresso dá ao leitor mais habilidade para visualizar conteúdos no primeiro caso. Isto é, no jornal *on-line* pode haver a dificuldade de lidar com o espaço da tela, mas há a possibilidade de trabalhar com hipertextos e com a informação sobreposta em camadas, assim a partir de um *link* de índice de notícias disposto na home page, pode-se saber de todas as chamadas para as notícias da edição daquele dia, classificadas por editoria, tem-se a noção do todo. Já no caso do jornal impresso, é preciso estar familiarizado com a publicação para localizar os assuntos de interesse, e ainda assim, por vezes alguma notícia escapa da visualização em uma navegação inicial.

As novas tecnologias de comunicação proporcionam novas formas de assimilação do conhecimento e provocam mudanças nos processos cognitivos, que podem ser vistas positivamente. A relação do homem com os mecanismos de busca de conhecimento e de informação está sendo alterada, as fontes multiplicaram-se e o modo de acesso agilizou esta busca, dando também, maior liberdade de escolha. O grande desafio é trabalhar o aspecto visual para que, integrado ao aspecto funcional dos grandes volumes de informação que passam a transitar pelos caminhos das redes, possibilitem um acesso ainda mais agradável e proveitoso.

Esta fase inicial, quando ainda se descobrem os potenciais do novo meio, fica marcada pelos experimentos, e com a velocidade com que são lançadas novas ferramentas e linguagens, corre-se o risco de continuar-se experimentando ainda por algum tempo, pois o próprio meio está em constante transformação. O que se percebe atualmente é que muitas transcrições de publicações de um meio têm sido feitas para o outro, porém em alguns casos é questionável a forma de construção destas, pois ainda não estão sendo esgotadas as possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias.

Quando se cria páginas Web há que se levar em conta as estruturas de conexão possíveis, bem como a disponibilização de informações necessárias, sejam elas textuais ou visuais e um tratamento gráfico que vá de encontro aos objetivos da publicação e ao público a quem está direcionada. A quantidade e aparência das informações constantes em uma página merecem uma elaboração dirigida ao meio, bem como à própria finalidade da publicação.

Além de ter um repertório abrangente em termos de linguagem visual, é necessário que o designer também disponha de certas noções técnicas sobre as estruturas da Rede. Dados que interferem diretamente no processo de criação do Site, como por exemplo a velocidade dos modems disponíveis no mercado, e mais usados pelo público, devem ser sempre lembrados, pois de nada adianta construir páginas para se colocar na rede como se fosse um conteúdo para ser impresso. Imagens muito grandes demoram para carregar, fazendo com que o visitante do site logo faça outro *link* ou acione o seu comando *back* para sair dali sem nem vê-lo por completo.

Com relação aos jornais analisados podemos dizer que fica bastante clara esta fase de adaptação ao meio pela qual estão passando. Fórmulas são experimentadas e abandonadas em favor de uma reformulação que vá ao encontro dos anseios do leitor-usuário. Mas as tentativas de ajustes ao novo meio também chegam a acertos, como no caso da disponibilização de informações em tempo real.

Podemos dizer que da análise das home pages dos jornais on-line, concluímos que em uma escala imaginária marcada pelas traduções dos códigos, a Folha de S. Paulo ocuparia o grau máximo em termos de uma transposição, uma vez que dos jornais *on-line* é o que mais conserva os vínculos com a estética da publicação impressa, pode-se dizer que esta opção é acertada como uma forma de adaptar o leitor a este novo suporte, cabe aqui inserir a seguinte observação de Colin Cherry(1971: 413) "os signos de comunicação, e outras vistas e sons à nossa volta, nunca nos são inteira e completamente novos, mas , em maior ou menor medida, contém elementos que pertencem ao âmbito de nossa experiência pretérita" , logo entrar em contato com um novo meio, que tenha "guias" às quais já se está acostumado, quebram-se possíveis resistências ou inseguranças, "os primeiros tópicos que atraem a atenção dos homens são aqueles que se referem às coisas que eles já conhecem" (McLuhan ,1971:239).

Já o Jornal do Brasil estaria na extremidade oposta, pois sua home page vincula-se à publicação tradicional apenas pela aplicação do logotipo, e que ainda assim traz inovações. Já o Estado de S. Paulo e O Globo On estariam situados num ponto médio desta suposta escala. Esta conclusão não compõe qualquer espécie de crítica a esta ou aquela publicação. A nosso ver pode-se dizer que a Folha mostra uma preocupação em fazer uma home page que representa bem o momento atual, marcado pela transição, enquanto que o JB opta por deixar bem exposta as dissimilaridades dos suportes.

Fechando a análise dos sites dos jornais selecionados para este trabalho, observamos que a principal característica da WWW, ou seja, a temporalidade, não está sendo totalmente explorada. As edições on-line ainda estão muito vinculadas à edição impressa. Acreditamos que estes vínculos deveriam ser mantidos apenas no design gráfico da publicação, conforme já mencionamos, para fazer com que o leitor sinta-se familiarizado, mas o que se percebe, é um vínculo muito forte com referência ao conteúdo, ou seja, neste sentido a edição on-line é redundante, com referência à impressa. As atualizações estão restritas às páginas que contém as últimas notícias, o que proporcionalmente representa muito pouco, diante das possibilidades do meio.

É um fato constatado, nos Estados Unidos, onde já aconteceram muitas experiências negativas com jornais que lançaram uma versão *on-line* e, já não estão mais na rede, fecharam seus sites, isto aconteceu principalmente com aqueles que trabalhavam limitados a conteúdos voltados a comunidades locais. Um dos fatores que causou a desistência da nova mídia foi a inadaptação às características básicas da rede, como o rompimento de limites

geográficos, não souberam, por exemplo, atuar em um nível global, não viabilizaram uma gama de serviços ao usuário e não obtiveram o retorno desejado, nem institucionalmente, muito menos financeiramente.

Esta ocorrência de entrada e saída de publicações na rede ainda se repetirá por muitas vezes, até que sejam encontrados os caminhos certos, que não serão os mesmos para todos, mas específicos para o tipo de público que se pretende atingir e pelo tipo de informação que este público quer receber.

No caso dos jornais analisados, a Folha de S. Paulo é o único que passou, durante este estudo, a apresentar restrições de acesso, por ser parte do conteúdo do provedor Universo Online, além da Folha há outros jornais nacionais e estrangeiros, além de diversas revistas disponíveis no site. Não é uma experiência agradável querer ler mais sobre um assunto estampado na home page do jornal, e ao clicar neste ponto, em vez de receber o conteúdo desejado, recebe-se um aviso de que esta é uma área restrita para assinantes, além de receber uma proposta de assinatura, que a princípio pode ser gratuita, mas passará a ser paga após determinadas horas de uso. Percebe-se que o conteúdo do jornal é um importante fator na comercialização de assinaturas do UOL. Entretanto, a partir do momento em que se tem acesso a este conteúdo, depois de concordar em fazer a assinatura, recebe-se a informação desejada de forma clara e objetiva.

Apesar de ser um tanto constrangedor ter um acesso impedido, esta é uma opção de publicação. São poucos os jornais, em nível mundial, que seguem este caminho. Por outro lado, uma das tendências para os jornais na rede talvez esteja na direção da edição personalizada, já em prática em algumas localidades, ou seja, editar pacotes de informação sob encomenda para o usuário, incluindo apenas os tópicos que sejam de seu interesse. As novas tecnologias da comunicação tem o potencial para satisfazer à sociedade contemporânea tão marcada pela heterogeneidade.

Os suportes informáticos estão se renovando com rapidez, oferecendo novas formas de leitura e interatividade cada vez maior, logo as formas de representação devem acompanhar esta evolução. Gilberto Prado(1994:43) diz: "Temos, então, não somente a inclusão de novas máquinas, mas também de procedimentos inéditos de trabalho e de novas relações com esses instrumentos/interfaces, propondo horizontes lógicos e poéticos diferentes, chamando para uma renovação de temas e conteúdos".

Bibliografia

- Aboba, Bernard. *The on-line user's encyclopedia: Bulletin Boards and beyond*. USA, Addison, Wesley, 1993
- Albert, P.; Terrou, F. *História da imprensa*. São Paulo, Martins Fontes, 1990 - ( tradução de *Histoire de la presse*. PUF, col. Que sais-je?, 1970).
- Barrett, Edward, (editor). *Sociomédia: multimedia, hypermedia and the social construction of knowledge*. Cambridge, Massachusetts Institute Of Technology, 1992
- Baudrillard, Jean. *A transparência do mal: ensaios sobre os fenômenos extremos*. Campinas, Papirus, 1992.
- Benedikt, Michael, editor. *Cyberspace: first steps*. Cambridge, MIT, 1991.
- Benjamin, Walter. *Magia e técnica, arte e política. Obras escolhidas I*. São Paulo, Brasiliense, 1985.
- Black, Roger. *Web sites que funcionam*. São Paulo, Quark Editora, 1997.
- Breton, Philippe. *História da informática*. São Paulo, Ed. Unesp, 1991
- Brockman, John, (org). *Digerati: encontros com a elite digital*. Rio de Janeiro, Campus, 1997.
- Brand, Stewart. In: John Brockman (org.). *Digerati: encontros com a elite digital*. Rio de Janeiro, Campus, 1997, pg.19-21.
- Cherry, Colin. *A Comunicação humana: uma recapitulação, uma vista de conjunto e uma crítica*. São Paulo, Cultrix, 1971.
- Cotton, Bob; Oliver, Richard. *Understanding hypermedia: from multimedia to virtual reality*. London, Phaidon, 1992.
- Craig, James. *Produção gráfica*. São Paulo, Nobel, 1987
- Dyson, Esther. In: John Brockman (org.). *Digerati: encontros com a elite digital*. Rio de Janeiro, Campus, 1997
- Dondis, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo, Martins Fontes, 1991
- Eco, Umberto. *Obra aberta*. São Paulo, Perspectiva, 1971
- \_\_\_\_\_. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo, Perspectiva, 1993
- Ercília, Maria. Contra o mínimo denominador comum. In: Dossiê Informática/Internet, *Revista USP*, nº 35, Universidade de São Paulo, 1997
- Fidler, Roger. *Mediamorphosis, understanding new media*. Thousand Oaks, California, Pine Forges Press, 1997.
- Laufer, Roger; Scavetta, Domenico. *Texto, hipertexto, hipermídia*. Porto, RÉ S Editora, Escritas Eletrônicas, 1992
- Lanier, Jaron. In: John Brockman (org.). *Digerati: encontros com a elite digital*. Rio de Janeiro, Campus, 1997.
- Lévy, Pierre. *As Tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro, Ed. 34
- \_\_\_\_\_. *O que é o virtual*. São Paulo, Ed. 34, 1996
- \_\_\_\_\_. *A Ideografia dinâmica*. São Paulo, Ed. Loyola, 1998 (tradução do original: *L'ideographie dynamique. Vers une imagination artificielle?* Ed. La Découverte, Paris, 1991)

- \_\_\_\_\_. *Inteligência coletiva. Por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo, Ed. Loyola, 1998 ( tradução do original: *L'intelligence collective. Pour une anthropologie de cyberspace*. Ed. Découverte, Paris, 1994)
- Lima, Luiz C. *Teoria da cultura de massa*. São Paulo, Ed. Paz e Terra, 1º Ed. 1969, 4º Ed 1990.
- Lipovetsky, Gilles. *O Império do efêmero*. São Paulo, Companhia das Letras, 1989
- Lyotard, Jean-François. *A condição pós-moderna*. Lisboa, Gradiva Pub., 2º Ed. 1989.
- Machado, Arlindo. *Máquina e imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas*. São Paulo, Edusp, 1993.
- McAleese, Ray; Green, Catherine (editores). *Hypertext: state of the art*. Oxford, Intellect, 1990.
- Mcluhan, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo, Cultrix, 1971.
- \_\_\_\_\_. *A Galáxia de Gutemberg*. São Paulo, Nacional/Edusp, 1972
- Mandel, Arnaldo; Simon, Imre; Delyra, Jorge. Informação: computação e comunicação. In: Dossiê Informática/Internet. *Revista USP*, nº 35, Universidade de São Paulo, 1997
- Martins, Wilson. *A Palavra escrita*. São Paulo, Ed. Ática, 2º edição revista e atualizada, 1996.
- Moles, Abraham. *Arte e computador*. Porto, Ed. Afrontamento, 1990
- Munari, Bruno. *Design e Comunicação Visual*. São Paulo, Martins Fontes, 1997 (tradução do original : *Design e Comunicazione Visiva*, Laterza, Milão, 1989)
- Negroponte, Nicholas. *A vida digital*. São Paulo, Cia. das Letras, 1995
- Peixoto, Nelson Brissac. Passagens da imagem: pintura, fotografia, cinema, arquitetura. In: André Parente (org.). *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro, Ed.34, 1993, pg.237-252
- Pignatari, Décio. *Semiótica e literatura*. São Paulo, Cultrix, 1987.
- Plaza, Júlio. *Videografia em videotexto*. São Paulo, Hucitec, 1986
- \_\_\_\_\_. *Tradução intersemiótica*. São Paulo, Perspectiva, 1987
- \_\_\_\_\_. As Imagens de terceira geração, tecno-poéticas. In: André Parente (org.). *Imagem máquina: a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro, Ed.34, 1993, pg.72-88
- \_\_\_\_\_. InfoXFoto: Grafias. In: *Revista Imagens*, nº 3, Unicamp, 1994, pg.50-55
- Plaza, Júlio; Fontanezi, Sônia. *Análise visual gráfica comparativa de 12 jornais de São Paulo*. Prefeitura do Município de São Paulo, Secretaria Municipal de Cultura, Departamento de Informação e Documentação Artísticas/Idart, Centro de Documentação e Informação sobre Arte Brasileira Contemporânea, Centro Cultural São Paulo, Arquivo Multimeios, TP0059, 1978.
- Plaza, Júlio; Tavares, Mônica. *Os processos criativos com os meios eletrônicos: poéticas digitais*. São Paulo, Hucitec, 1998.
- Prado, Gilberto. As redes artístico-telemáticas. In: *Revista Imagens*, nº 3, Casmpinas, Unicamp, 1994, pg. 41-44.
- \_\_\_\_\_. Os Sites de arte na rede Internet. (mimeo)
- Quèau, Philippe. O tempo do virtual. In: André Parente (org.). *Imagem máquina: a era das*

*tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro, Ed.34, 1993, pg.91-99.

Rada, Roy. *Hypertext, from text to expertext*. London, McGraw-Hill, 1991

Rheingold, Howard. In: John Brockman (org.). *Digerati: encontros com a elite digital*. Rio de Janeiro, Campus, 1997

Santaella, Lúcia. Imagem pré-fotográfica-pós. In: *Revista Imagens* nº 3, Campinas, Unicamp, 1994.

Santaella, Lúcia; Nöth, Winfried. *Imagem – cognição, semiótica, mídia*. São Paulo, Iluminuras, 1998.

Siegel, David. *Criando sites arrasadores na Web – a arte da terceira geração em design de sites*. São Paulo, Quark Editora, 1996

Silva, Rafael Sousa. *Diagramação : o planejamento visual gráfico na comunicação impressa*. São Paulo, Summus, 1985

Velthoven, W.; Seijdel, J. *Multimedia graphics*. London, Thames and Hudson, 1996.

Waters, Crystal. *Web, concepção e design*. São Paulo, Ed. Quark, 1996

URL - WWW

Aqui estão relacionados alguns endereços de sites que foram utilizados nesta pesquisa, foram horas e horas de navegação e durante estas viagens, fomos aportando em diversos lugares, os quais foram localizados através de sites de busca, como o Alta Vista, o Galaxy, ou ainda através de listas de links dentro de outros sites.

<http://arts.ucsb.edu/eat/projects/>

<http://boardwatch.internet.com/>

<http://builder.cnet.com/Business/Innovators97/ss15.html>

<http://cadre.sjsu.edu/switch/sound/articles/wendt/ng14.htm>

<http://galaxy.einet.net/galaxy.html>

<http://homenet.andrew.cmu.edu/progress/research.html>

<http://info.isoc.org/guest/zakon/Internet/History/HIT.html>

<http://lcweb.loc.gov/>

<http://macworld.zdnet.com/pages/may.98/Feature.4282.html>

<http://wawrwt.iar.unicamp.br/>

<http://www.aber.ac.uk/~dgc/influ.html>

[http://www.ageestado.com/web\\_jt/index.htm](http://www.ageestado.com/web_jt/index.htm)

<http://www.ahip.getty.edu/timeandbits/index.html>

[http://www.cc.gatech.edu/gvu/user\\_surveys/](http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/)

<http://www.commarts.com>

<http://www.ctheory.com/ctheory.html>

<http://www.discovery.com/>

[http://www.dna.affrc.go.jp:10081/-\\_](http://www.dna.affrc.go.jp:10081/-_)<http://www.sciam.com/0397issue/0397kahle.html>

<http://www.eca.usp.br/eca/nucleos/ntc/ntc.htm>

<http://www.estado.com.br/>

[http://www.gatech.edu/word\\_html/release.htm](http://www.gatech.edu/word_html/release.htm)

<http://www.gsd.harvard.edu/>

<http://www.hipermidia.net/>

[http://www.hotwired.com/frontdoor/97/10/nc\\_splash1a.html](http://www.hotwired.com/frontdoor/97/10/nc_splash1a.html)

<http://www.howdesign.com/conference/wra.html>

<http://www.iab.com>

<http://www.ina.fr/Ina/Livre/index.html>

<http://www.infoexame.com.br>

<http://www.jb.com.br/>

<http://www.killersites.com>

<http://www.kmdi.org>

[http://www.mcs.com/~zupko/cs\\_criti.htm](http://www.mcs.com/~zupko/cs_criti.htm)

<http://www.mecklermedia.com/>

<http://www.media.mit.edu>

<http://www.mediahistory.com/>

<http://www.mediainfo.com>

<http://www.mediastudies.org/define/contents.html>

<http://www.newslink.org/ajrbreakthru.html>

[http://www.nua.ie/surveys/how\\_many\\_online/index.html](http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html)

<http://www.oglobo.com.br/>

<http://www.poynter.org/vj/visual.html>

<http://www.preview.com.br/med.htm>

<http://www.pushconcepts.com/pushres.htm#Research>

<http://www.revistaimprensa.com.br>

<http://www.sciam.com/0397issue/0397kahle.html>

<http://www.sentex.net/~mmcadams/index.html>

<http://www.suck.com>

<http://www.tao.ca/~mcluhan/vch.html>

<http://www.ualberta.ca/~ckeepp/elab.html>

<http://www.uol.com.br/fsp/>

<http://www.uol.com.br/internet/parem/parquivo.htm>

<http://www.w3.org/pub/www/>

<http://www.web21.com/>

<http://www.wired.com/news>

<http://www.wired.com/news/news/technology/story/5053.html>

<http://www.wired.com/wired/scenarios/saffo.html>

<http://www.word.com>

<http://www.worldmedia.com/>

<http://www-mitpress.mit.edu/Leonardo/home.html>

Glossário

**ASCII** - American Standard Code for Information Interchange. Código padrão para representação de caracteres como letras, dígitos, sinais de pontuação, códigos de controle e outros símbolos. Também denomina o arquivo texto que foi editado sem qualquer recurso associado (acentuação, negrito, sublinhado, fontes de letras, etc.).

**Acessar** - neologismo surgido a partir de acesso à rede, ou às informações nela contidas. Criado a partir do uso da Internet, não existe o verbo acessar na Língua Portuguesa.

**Applet** - Miniaplicativo ou aplicativo em miniatura que é executado no interior da página de um navegador, produzindo efeitos como animações de textos ou de pequenos elementos gráficos. Criado a partir da linguagem de programação Java.

**Banner** - Do inglês Faixa, denominação dos quadros delimitados e em diversos formatos, ocupados por anunciantes ou avisos em páginas Web

**Browser** - ou navegador é um programa utilizado para obter acesso a WWW. O termo em inglês significa folhear (um livro) e pode ser aplicado às páginas Web.

**Carregar** (uma imagem ou uma página) - tempo de espera para que um documento de uma máquina seja visualizado em outra.

**Chamada** – texto da primeira página que tem como objetivo chamar a atenção do leitor sobre uma notícia dando uma informação inicial e remetendo para página onde se encontra conteúdo completo da notícia.

**Clicar** - Acionar através do botão do mouse em local onde estiver posicionado o cursor do mesmo.

**Comando Back** - Botão disponível nos programas para navegação (browser) para retornar às páginas anteriores.

**Cyberspace** (também usado Ciberespaço) - Termo criado pelo escritor William Gibson em seu livro de ficção científica "Neuromancer". É empregado para denominar o espaço por onde trafegam as informações nas redes de computadores.

**Default** - Valor fornecido automaticamente pelo sistema operacional, quando não fornecido pelo usuário.

**Document Source** - Opção posicionada no Menu View da Barra de Ferramentas do navegador (Netscap Navigator 3.0) e que permite visualizar os elementos de construção da página, ou seja os respectivos tags de HTML empregados, bem como os formatos das imagens, ou ainda o uso de outras ferramentas.

**Dropdown** - movimento para baixo (como um desenrolar) para revelação das opções de um menu

**Edição** – publicação de um conjunto de exemplares de uma publicação.

**E-mail** - Abreviação da expressão inglesa electronic mail, que significa correio eletrônico. Também designa um endereço eletrônico na Internet ou uma mensagem recebida através da rede.

**Font Face** (ou type face) - nome da fonte ou denominação de uma família de tipos em que os caracteres impressos podem ser formatados, por exemplo: Times New Roman, Arial, Futura, etc.

**Frame** - Do inglês quadro. Denominação de cada uma das divisões de uma mesma página Web.

**GIF** - Graphics Interchange Format. Um formato de arquivo para a armazenagem de gráficos e figuras, desenvolvido pela CompuServe.

**Hipermídia** - Documento de hipertexto que incorpora textos, gráficos, sons, imagens e animações.

**Hipertexto** - Blocos de textos interligados por links, o que permite um processo de leitura não seqüencial.

**Home Page** - Página de abertura de um Site. Página inicial de um endereço com links internos, ou seja, dentro da mesma localidade ou externos, para outros locais.

**HTML** - HyperText Markup Language. Linguagem de formatação de textos utilizada para indicar para o browser como ele deve exibir o texto e os recursos de multimídia associados.

**IRC (Internet Relay Chat)** - Sistema interativo e em tempo real, onde os usuários da Internet podem conversar entre si através do teclado

**Menu** - Lista de opções a serem escolhidas, geralmente exibidas no vídeo.

**Mailto** - Link que possibilita ao usuário enviar uma mensagem por E-mail ao webmaster ou ao editor responsável por uma página ou Site na Web

**On-Line** - Qualquer atividade executada enquanto um computador está conectado a um outro computador ou rede. Diz-se da qualidade da informação de serviço que trafega pela rede, ou ainda de uma prestação efetuada via rede

**Paste-up** - nome pelo qual é denominado tanto a função como o profissional que trabalha colando em um papel especial todo o material que vem da fotocomposição, obedecendo a um diagrama.

**Site** - É um conjunto de páginas interligadas por links e informações e que tem como porta de entrada a Home Page.

**Tag** - Etiqueta de marcação empregada na linguagem HTML

**URL** - Uniform Resource Locator - Endereço de uma localidade na Web

**View** - Do inglês Vista. Nome de uma das Ferramentas disponíveis no programa de Navegação Netscape Navigator 3.0, que permite ver o código HTML, bem como outras informações sobre a página.

**Webdesign** - criação de páginas Web.