

Entrevista para a revista Webdesign a. 2, n. 13. Arteccom, Jan. 2005.

Esta é a versão concedida por e-mail em 03/12/2004, posteriormente editada e publicada em boxes, dentro da reportagem "O mar está para tubarões", de André Philippe Lunes.

1 - Quais informações essenciais devem constar nos portfólios dos profissionais que trabalham com Internet?

O profissional que trabalha com Internet deve ter em mente que seu site-portfólio já é um projeto em si e, portanto, já deve demonstrar sua capacidade projetual e de atendimento a demandas. O portfólio é uma costura de seus trabalhos, muitas vezes em áreas de atuação bastante diferentes. A informação essencial que ele deve conter é a capacidade de se comunicar através da mídia, de compreender aquele ambiente onde está se apresentando.

Antes de mais nada, é necessário definir qual o seu objetivo com o portfólio: atingir diretamente clientes em potencial, conseguir um estágio/emprego ou trabalhar em equipe com outros profissionais. Para cada grupo há informações que são mais relevantes.

Tudo no portfólio são informações, visuais ou textuais, que devem ser dadas a medida que são solicitadas pelo visitante. O hipertexto nos permite possibilitar níveis que aprofundem o conteúdo disponível.

- fácil, encontrável num piscar de olhos: nome, telefone e contato. Se possível, coloque uma foto, alguma imagem que o apresente de uma forma criativa, atraente;

- o site deve conter o conjunto dos seus trabalhos: dê um panorama geral sobre o seu trabalho e permita que o visitante possa, num segundo nível, chegar a informações mais detalhadas de cada projeto. Só coloque o que você gosta, o que acha realmente muito bom e que esteja dentro do que quer trabalhar: não adianta colocar um desenho em aquarela feito há anos atrás se atualmente você não tem esta habilidade ou desejo de produzir com tal técnica;

- currículo breve: coloque informações relevantes. Já tendo trabalhado em empresas, cite-as, especificando qual foi a sua área de atuação em cada local. Se for possível coloque links para elas, assim seu visitante poderá saber quais os nichos que você já teve contato. Se seu interesse for trabalhar em escritórios de design ou produtoras de web, coloque o ferramental que domina: softwares, fotografia, ilustração, redação etc.

2 - Como o webdesigner deve organizar seus trabalhos para não criar uma monotonia em seu portfólio? (se puder traçar um passo a passo)

O portfólio não deve conter mais do que 8/10 trabalhos, representando as nossas áreas de atuação. Este é um conjunto mais do que suficiente para que se conheça a versatilidade de quem está se apresentando. Devemos ter em mente que todos correm contra o tempo, a objetividade é fator de extrema importância.

Os trabalhos devem falar por si, porém devem ter informações textuais que mostrem o processo de produção destes: qual foi a solicitação do cliente, qual o conceito que foi proposto, porque foi escolhido aquele caminho, como se chegou àquela solução final.

Destrinchar um ou dois projetos como estudos de caso pode ser muito útil, apresentando as informações em vários níveis: conceito, tempo de execução, seu papel na equipe, opções levantadas, demanda e objetivos alcançados etc.

3 - Como é possível tornar um portfólio mais atraente?

O portfólio deve funcionar como uma vitrine de nossa habilidade e potencialidade profissional. Imaginar uma loja como uma galeria, onde a vitrine destaca o que há de novidade, de mais interessante, pode ser uma analogia útil para criarmos nossa apresentação.

A "fachada" é responsável pelo primeiro impacto, crie-a de forma atraente, onde possam ser encontrados os destaques do conteúdo do site: links para produtos como contato, currículo, portfólio.

Da mesma forma que no espaço físico, esta vitrine deve ser sempre renovada, trazendo a sensação de estar constantemente cuidada, em processo freqüente de atualização. Uma imagem nova a cada vez que o site é carregado, um link para um projeto que tenha sido finalizado, uma notícia sobre algo novo realizado, são motivações para que seu visitante volte outras vezes àquele local.

Use as possibilidades que a interatividade característica do espaço da Internet nos proporciona: permita ao visitante usufruir do site, aumentando ou diminuindo a fonte, da forma que para ele for mais confortável, proporcione uma atmosfera agradável. Opções de trilha sonora, que também possam ser desligadas, são elementos coadjuvantes que, se adequados ao que se quer transmitir, tornam-se bastante agradáveis. Utilize sons que dêem o feedback do clique do mouse, crie um ambiente no qual ele possa se sentir passeando, à vontade, despertando a curiosidade sobre o conteúdo disponível.

A criação de um guia, na forma de um personagem, traz um aspecto narrativo ao site que é um recurso bastante interessante e simpático.

Organize a informação de forma clara, ajudando o visitante a identificar em que parte do site ele se encontra, o que ele já viu ou não. A opção de navegar por todo o site deve estar disponível em todas as páginas, permitindo que ele se desloque conforme sua motivação e preferência.

Utilize a tecnologia como aliado no que quer apresentar: não use logotipos voadores, objetos planos em 3D e figuras desnecessárias. Isto só vai tornar o site mais pesado, gerando mais tempo para carregá-lo e conseqüente desinteresse do visitante. Aproveite a animação para apresentar o que realmente tem movimento ou para facilitar a compreensão de um objeto tridimensional, por exemplo.

Procure oferecer imagens de boa qualidade, passíveis de ampliação, num segundo momento. O equilíbrio da equação rapidez x qualidade é fundamental, não devendo nunca ser desprezado.

4 - Que aspectos de um portfólio são mais valorizados pelos entrevistadores?

Agilidade, concisão, criatividade, estética atraente, boa navegabilidade, clareza na transmissão das informações, qualidade do conteúdo, simplicidade, arquitetura adequada, habilidade, são fatores fundamentais para um bom projeto.

Outro fator de relevância é a honestidade do candidato. Um ponto extremamente negativo é alguém se apresentar como autor de um determinado trabalho, não identificando exatamente o que fez, não fornecendo os créditos devidos a outros profissionais que tenham trabalhado em conjunto. Muitas vezes, a participação em um projeto, ou a produção para um cliente, foi numa pequena parte e é apresentada como tendo sido completamente de sua autoria. Isto certamente faz com que o candidato perca pontos, além de não ressaltar suas capacidades específicas.

Se o entrevistador é um escritório de design ou uma produtora de Internet, interessado em contratar um profissional para trabalhar em equipe, ele vai observar ainda outros aspectos tais como: linguagem gráfica, uso de tipografia, habilidade para áreas específicas (ilustração, fotografia, redação...), domínio de softwares, se trabalha com Mac e/ou Pc, se está atualizado com o que se anda fazendo, se é capaz de coordenar projetos, se é bom de convivência, se tem disposição para novos aprendizados, se é pontual, eficiente etc.

Um cliente que está a procura de serviços profissionais, quer saber se o candidato é capaz de resolver problemas, se tem seriedade, se vai conseguir traduzir a demanda dele, se é rápido, se o

custo de seu trabalho é possível. Quer saber se ele já trabalhou em seu nicho de mercado, se já atendeu a outros clientes reconhecidos.

5 – Como um profissional de Internet pode divulgar o seu portfólio? Quais são as estratégias mais eficientes?

A Internet é um espaço de comunicação inesgotável, que pode ser utilizado como um eficiente mecanismo de divulgação. Antes de mais nada, é preciso tornar-se "encontrável".

Se você está iniciando sua inserção no mercado e ainda não tem muitos trabalhos profissionais, utilize seus conhecimentos e desenvolva sites em cima de algum interesse seu: música, esportes, fotografia, mergulho etc., algo que possa despertar curiosidade aos visitantes e torná-lo conhecido. Divulgue entre seus amigos e através da rede, isto vai começar a construir, mesmo que indiretamente, seu portfólio.

No seu portfólio, apresente também trabalhos desenvolvidos academicamente, estes têm um conteúdo autoral, que vai demonstrar sua criatividade e capacidade de resolver problemas.

Mais uma vez, é importante definir se o objetivo é trabalhar direto junto aos potenciais clientes ou se ser contratado por alguma empresa. Porém, de qualquer forma, participar de listas de discussão profissionais, além de proporcionar troca e aprendizado constantes, permitem conhecer e ser conhecido no meio, como uma espécie de boca a boca na rede. Volta e meia surgem ofertas de trabalho vindas dos próprios profissionais que freqüentam as listas. Espaços como Orkut ou Multipliy, blogs e fotologs, pelo seu espírito de comunidade, também ajudam a torná-lo conhecido.

Participe de organizações profissionais (ADG, ABRAWEB etc.) ou encontros como os de web design ou promovidos pelas empresas de informática (Adobe, Macromedia, HP etc.).

NUNCA mande e-mails pessoais. Procure nos sites das empresas quais são as formas que eles oferecem para receber currículos ou portfólios dos candidatos, esteja com o seu material sempre atualizado e boa sorte!