

PUC–Rio / Departamento de Artes & Design
Programa de Mestrado em Design / 2003.1
História do Design no Brasil
Prof. Dr. Rafael Cardoso Denis
Aluna: Joy H Worms Till

Trabalho de conclusão do período

Portfolio Pessoal: do impresso ao virtual

Resumo

O propósito deste artigo é de analisar o ambiente proporcionado pelos atuais recursos tecnológicos no tocante à apresentação de trabalhos sob a forma de portfolio virtual, considerando o processo de transposição de linguagem para a hipermídia, através da interatividade, hipertextualidade e recursos audiovisuais presentes no ciberespaço.

Exploraremos a idéia de que o portfolio virtual incorpora um novo significado, onde se misturam o portfolio propriamente dito com os aspectos de comunicação embutidos na exposição do autor através das páginas pessoais.

Palavras-chaves: ciberespaço, significado, portfolio, arte e tecnologia aplicada

Introdução

De acordo com o dicionário Houaiss, a definição de portfolio é: “conjunto ou coleção daquilo que está ou pode ser guardado num porta-fólio (fotografias, gravuras etc.)” ou sob a ótica da publicidade: “conjunto de trabalhos de um artista (designer, desenhista, cartunista, fotógrafo etc.) ou de fotos de ator ou modelo, us. para divulgação entre clientes prospectivos, editores etc.; buque.” (Houaiss, 1991)

Este “conjunto guardado num porta-fólio” é, para o profissional que trabalha com a linguagem visual gráfica, o objeto que contém a essência de sua produção. É com ele que representamos o melhor do nosso repertório, transmitindo uma imagem profissional.

É o principal projeto que, funcionando como uma espécie de vitrine das potencialidades do autor, produz o primeiro impacto com quem possa necessitar de seus serviços.

O suporte imaterial traz consigo um espaço ainda pouco explorado pelos profissionais, onde esta vitrine adquire contornos novos, ampliando as possibilidades da apresentação, através dos recursos multimidiáticos, da interatividade e do hipertexto.

Pretendemos abordar aqui o processo de transposição do portfolio tradicional, material, para o ciberespaço¹ e explorar a idéia de que o suporte virtual produz um novo significado para este objeto, pleno de aspectos de comunicabilidade tecidos pela rede, no ambiente da Internet.

Tecnologia e virtualidade

Não há dúvidas que, para qualquer designer em formação ou já atuando profissionalmente, nossa atividade é intrinsecamente ligada à tecnologia. No cotidiano da produção e execução de projetos, desde a criação e envio de lay-outs para os clientes, ou através das gráficas e de quase todos os fornecedores que nos prestam serviços – fotolitos, provas de impressão, sinalização, prototipia, produtoras de fotografia e vídeo etc – , trabalhamos com graus significativos de informatização.

Não só para nós, que utilizamos o micro como ferramenta de trabalho, mas para boa parte dos clientes em potencial, esta convivência com a tecnologia também se dá, em níveis diferenciados, em casa ou no seu ambiente de trabalho, possibilitando o contato através da interface micro-computador – usuário, dispensando o contato físico, direto.

Segundo Michael Batty: “foi o computador pessoal, consequência do crescimento exponencial provocado pela memória de silício, que abriu o mundo da computação para aqueles que queriam divertir-se, (...) especialmente nos jogos, que estão na linha de frente dos gráficos e da multimídia. Foram os gráficos que fizeram os computadores amigáveis e os jogos que impulsionaram a consciência coletiva a utilizá-los. Dos jogos vieram as interfaces gráficas mais interessantes e, destas,

¹ Pierre Lévy define o ciberespaço como “o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo.”

as realidades virtuais onde ambientes inteiros são construídos dentro da máquina.” (Batty, 1997)

Não só os computadores, mas especialmente a Internet, vêm transformando nossa vida de forma avassaladora. Desde o início da década de 1990 que, repentinamente, todo mundo estava conectado em computadores através das linhas telefônicas, inaugurando a era da Internet e da *world wide web*. A atividade da computação está se deslocando para rede, onde os computadores estão sendo utilizados mais e mais como dispositivos de comunicação de fato, acessando dados, serviços e muitos tipos de informação, assim como para conversar, procurar e para vários tipos de comunicação que tradicionalmente vinham se dando face a face.

Cláudio Cardoso considera que “o ciberespaço, enquanto fenômeno da cultura contemporânea, vai muito além da simples utilização destas ferramentas de comunicação, ao promover o aparecimento de um novo e profícuo espaço sócio-cultural. (...) Hoje, na medida em que a telepresença aumenta e por vezes substitui a presença física, e cada vez mais os negócios e as interações sociais transferem-se para o ciberespaço, pensamos que a acessibilidade depende cada vez menos da proximidade. As comunidades estão cada vez mais descoladas da realidade geográfica. Nossas conexões nas redes estão se tornando mais importantes do que a localização dos nossos corpos.” (Cardoso, 1997)

Acrescenta Pierre Lévy: “é virtual toda entidade ‘desterritorializada’, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular.” E ainda: “ubiquidade da informação, documentos interativos interconectados, telecomunicação recíproca e assíncrona em grupo e entre grupos: as características virtualizante e desterritorializante do ciberespaço fazem dele o vetor de um universo aberto”. (Lévy, 2003)

O universo virtual pode ser visto, sob a ótica do artista gráfico, como uma galeria de arte de metragem quadrada infindável: inúmeros ambientes, onde em cada um deles pode estar um artista expondo seu trabalho com uma abordagem própria.

De que forma podemos utilizar este espaço? Quais são os recursos que ele nos traz? De que maneira usufruir das inúmeras tecnologias existentes e em constante evolução?

Características do ambiente virtual

Quando construímos um portfolio, o primeira questão que nos acomete é como mostrar nossa produção de maneira organizada, elucidativa e atraente, contendo a essência de nossa potencialidade profissional. Representar objetos de naturezas tão variadas como os que um designer produz, solicitam soluções igualmente diferenciadas, apropriadas a cada caso.

O material apresentado de forma física sempre sofre algum tipo de desgaste ao longo do tempo, seja com o amarelecimento de fotografias ou com a perda de cor em impressões, desenhos e pinturas, além das restrições de tamanho e forma da pasta ou similar utilizados para guardar/apresentar os trabalhos. Um objeto apresentado numa interface digital não é tangível, mas podemos dizer que se torna possível conhecê-lo de forma bastante abrangente.

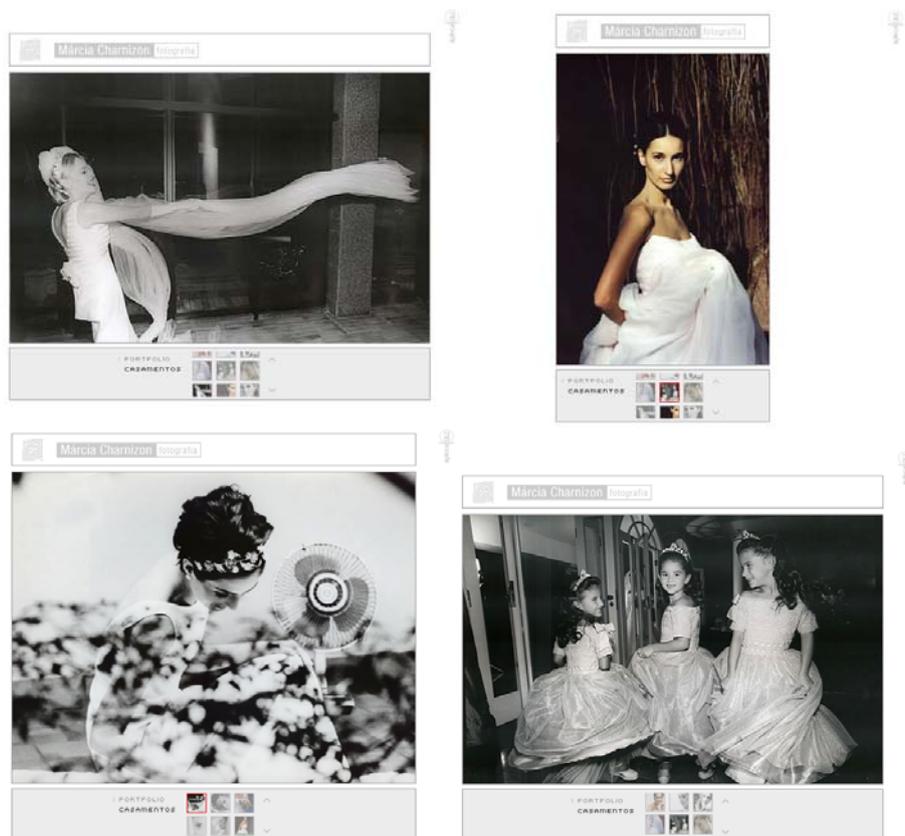
O ambiente virtual se mostra privilegiado para a apresentação de elementos que muitas vezes são extremamente complicados de se representar com recursos materiais. Para o artista da hipermídia parece ser, também, o único espaço onde estão presentes os recursos que possibilitam a divulgação de seu trabalho. Ao usufruirmos dos recursos audiovisuais, do hipertexto e da interatividade apresentados pelo ciberespaço, acrescentamos novas formas de valorizar nossos propósitos.

Ambiente multimidiático

Recursos como: imagem, textos, vídeo, animação, áudio etc, podem ser integrados eficientemente. Uma imagem pode ser vista como algo estático, como numa fotografia, ilustração ou projeto gráfico, semelhante a um folder eletrônico. Porém, pode ser percorrida de forma dinâmica, na passagem de um elemento a outro.

O portfolio da fotógrafa mineira Márcia Charnizon é composto de imagens estáticas, características de seu trabalho profissional. Apresenta seus trabalhos em janelas que são reduzidas ou ampliadas

adequando-se ao tamanho de cada foto, num efeito extremamente suave na passagem de uma à outra: ²



Na sua exibição virtual, a sensação é semelhante à de uma projeção de slides, onde escolhemos nos links/contatos as imagens que vamos projetar/ampliar no centro da tela.

O designer interativo Alex Trepaniér³, em seu portfolio pessoal, se apresenta através de um vídeo onde seu cabelo e barba vão sendo aparados de forma sutil, como se estivesse se preparando para visitar um cliente, enquanto ele narra suas qualidades profissionais. Ao mesmo tempo os *links* descritos vão surgindo em volta do círculo onde está o narrador. No final, após um espirro ele volta à sua aparência original, desejando ao visitante um bom passeio pelo *site*. Os *links*, quando acessados, carregam o conteúdo correspondente no círculo central:

² Site em <http://www.marciacharnizon.com.br>, autoria de Agência Dez, Belo Horizonte/MG

³ Site em <http://www.pixelpharmacy.com/>, de autoria de Alex Trepaniér



Trepaniér, com seu estilo bem-humorado, faz uma tradução digital bastante feliz de uma apresentação a um potencial cliente, utilizando vários recursos multimidiáticos perfeitamente integrados. Em seu vídeo, utiliza elementos narrativos e audiovisuais que envolvendo o visitante, estimulam sua curiosidade, no final permitindo que seja escolhido o percurso desejado, entre as diversas opções possíveis.

No primeiro exemplo de nossa galeria virtual, o ciberespaço funciona como uma vitrine da produção de uma artista que trabalha com objetos materiais e, no segundo, apresentamos um designer que tem como ambiente de trabalho o próprio espaço virtual. Nos dois casos, os recursos multimídia utilizados procuram destacar o melhor dos trabalhos de seus autores.

Hipermídia, hipertextualidade e interatividade

Para Julio Plaza, “a hipermídia é uma forma combinatória e interativa da multimídia, onde o processo de leitura é designado pela metáfora de ‘navegação’ dentro de um mar de textos polifônicos que se justapõem, tangenciam e dialogam entre eles. Abertura, complexidade, imprevisibilidade e multiplicidade são alguns dos aspectos relacionados à hipermídia. A partir do momento em que o usuário pode interagir com o

texto de forma subjetiva, existe a possibilidade de formar sua própria teia de associações, atingindo a construção do pensamento interdisciplinar.”

Citando Vannevar Bush, Plaza afirma que “a idéia central é que a mente humana trabalha por associações. O hipertexto possibilita associações entre vários tópicos de informação de acordo com o ritmo natural do pensamento humano, ou seja, as leis da mente: associações por contigüidade e similaridade. A conectividade é a característica essencial do hipertexto que, através de blocos de textos e imagens interligados, estimula o encadeamento de idéias e contextos.” (Plaza, 2003)

Javier Cremades, abordando o hipertexto, como característica estrutural da Internet, nos diz que: “supõe uma alternativa para a rigidez e linearidade dos textos tradicionais. É um texto em que, a qualquer momento da leitura, o leitor encontra uma série de opções para escolher, que atravessa o texto que lê em um dado momento para entrar em outro espaço textual. O resultado obtido desta colagem é a multiplicação de significados possíveis. Em Internet, a própria rede está baseada em um paradigma intertextual: os documentos são alojados em servidores que contêm vínculos com outros documentos (gráficos, sonoros, imagens em movimento, etc.), que se encontram no mesmo servidor ou em outro”. O sistema também propicia a interatividade “pela qual a atividade do usuário produz uma alteração do conteúdo da obra ... a tecnologia atual permite criar obras em que o usuário participa e produz modificações no resultado final... este não é previsível, porque decorre da própria interação dos jogadores”. (citado em Llussá, 2003)

A estrutura hipertextual se caracteriza por um conjunto de unidades de sentido textuais, visuais, sonoras ou multimídia que se relacionam entre si por múltiplos *links* possíveis, permitindo uma abordagem múltipla da obra. No portfolio virtual, a não-linearidade do material apresentado proporciona ao visitante buscar que tipo de informação lhe interessa, no tempo que achar necessário, conforme seu próprio relógio, sem nenhuma interferência externa. É possível “lê-lo” sem uma ordem linear, tendo como única razão da escolha de um caminho, a atração ou desejo pessoal que um elemento ou *link* gera, não tendo uma lógica interna ou obrigatória do texto.

A interatividade proporciona também uma relação mais próxima com o visitante permitindo comentários e colocações críticas, que podem inclusive tornar o portfolio mais adequado ao receptor. É

possível até esta inter-relação se dar em tempo real, através de chats, vídeo-conferências, programas do tipo Icq; ou seja a *web* como um campo fértil de construção de trabalhos, onde o designer “discute” o projeto, durante sua elaboração, com o cliente. O ciberespaço permite ao visitante/espectador não só eleger a forma de explorar uma obra, como na hipertextualidade, mas até participar da sua construção.

O designer projeta sua imagem num plano diferente, onde escolhe os trabalhos e características profissionais que deseja transmitir, não permitindo que seu interlocutor seja sugestionado pelo contato pessoal, às vezes influenciado por fatores como nervosismo, dificuldades de auto-exposição etc. Nicolaci-da-Costa considera que esta exposição é realizada interativamente e sob a proteção do anonimato, considerando que este tipo dito de auto-exposição pode ser uma importante fonte de auto-conhecimento (Nicolaci-da-Costa, 2002).

Ao trabalharmos no ambiente da *world wide web*, surgem a todo instante sistemas como livro de visitas, comentários, fóruns, formulários e especialmente os recentes *blogs*, que permitem ao visitante deixar marcas de sua passagem, publicando suas dúvidas e opiniões no próprio *site*. Os sistemas de contagem de visitas permitem ao autor verificar a audiência de seu *site*, proporcionando a este analisar como está sendo a resposta ao seu trabalho.

O blog da editora Cora Rónai, responsável pelo caderno Informática etc do jornal O Globo, é intitulado “uma espécie de diário” e é um misto de seus artigos, notas e fotos sobre assuntos diversos, sempre remetendo ao *site* de origem. Ela utiliza em seu “portfolio de idéias”, recursos que permitem aos visitantes interagirem, através de sistema de comentários e livro de visitas, gerando um intenso movimento de troca de opiniões, além de informar ao visitante quantas pessoas estão no *site* no momento e localizá-la no mundo não-virtual (termômetro/relógio, *web-cam*, *guest map* etc).⁴

⁴ Site em <http://www.cronai.com/>, de autoria de Cora Rónai



Lynda Weinman define: “a interatividade é algo que uma página impressa não pode fazer e que a *web* faz com excelência”. E acrescenta: “pensar em termos de interatividade é uma forma inteiramente nova de ideologia. Ao estabelecer interatividade com seu usuário final, você está na verdade construindo uma comunidade”. (Weinman, 1998)

Transmissão, distribuição e edição dinâmicas do conteúdo

Luli Radhafer, a respeito dos portfólios digitais e promoção pessoal, afirma: “páginas pessoais, aplicativos auto-executáveis enviados por e-mail ou baixados de *sites* ou ainda em cd-rom são a forma mais eficiente de você entrar em contato com profissionais qualificados, rapidamente e em qualquer lugar do mundo.” (Radhafer, 2001)

É interessante notar que um portfólio digital traz ao visitante a possibilidade de ser atendido também no ambiente virtual, sem, necessariamente, ter algum contato no plano físico com o designer, ampliando as possibilidades de prestação de serviços profissionais.

Da mesma forma que a informação pode ser universalmente distribuída, ela é facilmente renovável no ciberespaço. Através de qualquer computador é factível editar-se o conteúdo publicado, através de atualizações e incorporações de novos trabalhos ao portfólio. Se for do interesse do autor, pode-se manter o que já tenha sido desenvolvido, armazenado e disponível para consulta. Renovar informações de forma dinâmica permite uma atualidade constante do material, sem que isto signifique grandes investimentos do autor ou perda do que já foi produzido. O próprio computador que utilizamos

para nossos projetos é a mesma ferramenta que nos proporciona a construção do portfólio, numa solução rápida e eficaz.

Conclusão

Xavier Llussá nos diz: “a sociedade denominada pós-industrial é aquela na qual o elemento mais importante dos que intervêm na produção já não é mais o trabalho como na sociedade pré-industrial; nem a energia, como na industrial; mas a informação e o conhecimento. A informação sobre como fazer e fazer funcionar as coisas é o bem economicamente mais valioso dos nossos dias, pois ela permite a produção, reprodução e reinvenção dos bens. Um dos objetivos essenciais dos agentes econômicos é a obtenção de informação e conhecimento, mas somente graças a tecnologias cada vez mais poderosas, rápidas e baratas da telemática e da informática, é que se torna possível maximizar a aquisição, armazenamento, processamento e distribuição de informação e conhecimento. (...) O capitalismo informacional é definido também em um outro sentido: o que se produz, vende e consome na nossa época não são apenas objetos físicos, mas cada vez mais realidades imateriais. (...) Cd, cd rom, software, televisão, edição de texto, rádio etc, são produtos de sensações, afetividade, imaginação, memória e sentido. Expressões de informação pura, não convertida em objeto físico.” (Llussá, 2003)

Nossa cultura material é amplamente conhecida, estudamos os sentidos que são atribuídos e extraídos dos objetos, desde que estes são produzidos pelo ser humano. O ambiente virtual, recente em nossas vidas, apresenta novos significados que representam um grande manancial a explorar.

Nicolaci-da-Costa considera que a Internet criou um espaço de vida no qual se desenrolam as mais variadas interações e dramas humanos, assinalando o potencial transformador das novas tecnologias digitais (Nicolaci-da-Costa, 2002).

O portfólio pode somente ter seu conteúdo transposto para a linguagem da hipermídia, porém pode transmitir a relação de seu autor com o mundo que o cerca, através da página pessoal. No mesmo canal virtual o designer pode expor, além da produção profissional, outros assuntos de seu interesse que muitas vezes vão “aproximá-lo” do

visitante, como projetos individuais em fotografia, artes plásticas, música, dança, vídeo, moda etc, que transmitem um pouco mais de si.

Pode, também, trazer o cliente para dentro da criação de um objeto, material ou não, fazendo com que este participe do processo projetual, adequando objetivos desde o início dos trabalhos, através da interatividade com o material apresentado e discutido no ambiente virtual, tornando-o co-autor de obras inovadoras e abertas.

A rede digital não é o único meio de nos apresentar ao mundo. Da mesma forma que o livro e o manuscrito, o cinema e o vídeo, a televisão e a Internet convivem, exercendo papéis diferentes em nossas vidas, o portfolio virtual e o material ocupam cada um o seu espaço. Nossa intenção, neste artigo, foi a de refletir sobre algumas das inúmeras possibilidades que o ciberespaço nos abre.

Referências

AGÊNCIA DEZ. Márcia Charnizon – Fotografia [online]. 2002. disponível: <http://www.marciacharnizon.com.br> [capturado em 10/04/2003]

BATTY, Michael. Virtual Geography. *Futures*, vol. 29, Nº 4/5, 1997. p. 337–352.

CARDOSO, Cláudio. Notas sobre a Geografia do Ciberespaço. *Pre Textos* [online]. 1997. disponível: <http://www.facom.ufba.br/pretextos/claudio3.html> [capturado em 13/05/2003].

FONSECA, Suzana. *O Impacto da Informatização no Design Gráfico: novas tendências no processo projetual dos objetos gráficos a partir da introdução do computador*. Dissertação de Mestrado, Departamento de Artes, PUC/Rio, 1996.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Rio de Janeiro, Editora 34, 2003, 3ª ed. 260 p.

LLUSSÀ, Xavier. O hipertexto como paradigma. *Estudos em Design*, V 10, Nº 1, 2003. p. 83–101.

NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. Revoluções Tecnológicas e Transformações Subjetivas. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, vol. 18 n. 2, 2002. p. 193–202.

PLAZA, Julio. Arte e Interatividade: Autor-Obra-Recepção. *Concinnitas*, Nº 4, ano 3, 2003. p. 7–34.

RADFAHRER, Luli. *Design/Web/Design: 2*. São Paulo, Market Press, 2001. 265 p.

RONÁI, Cora. internETC [online]. 2003. disponível:
<http://cronai.com> [capturado em 13/06/2003].

TRÉPANIER, Alex. Alex Trépanier [online]. 2003. disponível:
<http://www.pixelpharmacy.com> [capturado em 13/06/2003].

WEINMAN, Lynda. *Design Gráfico na Web*. São Paulo, Quark do Brasil, 1998. 447 p.

Anotações e textos estudados em aula. Período: março à junho 2003.