

DIZER DEMOGRAFIA

Recenseamento do Design Português

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO EM DESIGN E MULTIMÉDIA

DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA INFORMÁTICA
FACULDADE DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

LUÍS MIGUEL TIMÓTEO MENDES

ltmendes@student.dei.uc.pt

ORIENTADOR

Prof. Eduardo Nunes

• U C •



RESUMO

A presente dissertação pretende criar condições para colmatar uma lacuna percebida pelo autor na informação estatística relativa ao número e distribuição geográfica dos designers portugueses, em Portugal e no mundo, e corroborada pelo designer e investigador português Eduardo Nunes, quando denuncia a existência, em Portugal, de uma “efectiva falta de informação superficial, por vezes até meramente estatística, relativa à profissão” (2011, p. 4).

Nesse sentido, a presente dissertação documenta o esforço de produção de um projecto autoral, com autonomia projectual, financeira e de gestão, de apoio ao combate a essa desinformação, formalizado no desenvolvimento de uma plataforma Web de recenseamento colaborativo dos designers portugueses, no sentido lato, em Portugal e no mundo. Por promover o fornecimento voluntário e colaborativo dos dados, o projecto ambiciona atingir um elevado ritmo de produção de conhecimento factual, com recursos extremamente limitados, tirando unicamente partido do potencial participativo das novas tecnologias da informação para oferecer, à comunidade, as ferramentas necessárias à produção autónoma deste conhecimento.

Por ambicionar documentar transversalmente o processo de desenvolvimento desse projecto, a presente dissertação começa por apresentar os seus objectivos centrais, detalhando os vários processos de transformação a que foi submetida a proposta original até adquirir a sua forma conceptual final.

Seguidamente, o documento explicita o trabalho prático investido no desenho, desenvolvimento e implementação da plataforma, assim como dos obstáculos e desafios que estes representaram.

Finalmente, é descrita a estratégia empregue na promoção da iniciativa, e os resultados práticos e efectivos desta.

PALAVRAS CHAVE

Portugal, Design Português, Web, Recenseamento, Web, Sociedade

ABSTRACT

The following essay aims at creating the conditions to fulfil a default perceived by the author in what concerns a statistic information relative to the geographical distribution of the Portuguese designers not only in Portugal but also in the world, supported by the Portuguese designer and investigator Eduardo Nunes, when he reveals the existence in Portugal of an “effective lack of information, sometimes merely statistic concerning this profession” (2011, p.4).

Thus, this dissertation proves the effort of producing an author project, with financial and management autonomy, which supports the struggle against disinformation, formalized in the development of a web platform of collaborative registration for Portuguese designers, in Portugal and abroad. To promote the voluntary and collaborative data supply, the project aims to achieve a high rhythm of factual knowledge production, with extreme limited resources, using only the input of new information technologies, and in this way, to offer the community the basic tools to produce this knowledge in an autonomous way.

Due to the ambition of documenting the process across development of the project, this thesis begins by presenting its core objectives, detailing the various transformation processes that the initial proposal was submitted to, until it gained its final conceptual form.

Afterwards, the document specifies the practical work invested on designing, developing and implementing of the platform, as well as all the obstacles faced and challenges they represented.

Finally it is described the strategy used to promote this initiative, and the practical and effective results of it.

KEYWORDS

Portugal, Portuguese Design, Web, Census, Web, Society

AGRADECIMENTOS

Um enorme agradecimento aos meus pais pela paciência eterna que demonstraram, não só nesta mas também em todas as anteriores etapas da minha vida.

Ao professor Eduardo Nunes pela amizade, sabedoria, apoio e confiança que sempre depositou em mim, sem esse apoio incondicional a presente dissertação não seria possível.

Agradeço também a todos os meus professores e colegas que de certa forma contribuíram para que este projecto fosse realizado.

Aos meus amigos, um pedido de desculpas pelas longas ausências, e um cumprimento especial por sempre me motivarem na realização deste trabalho.

Sinceramente,

Luís Miguel Timóteo Mendes

Coimbra, 1 de Julho de 2013

ÍNDICE

RESUMO	2
ABSTRACT	3
AGRADECIMENTOS	4
ÍNDICE	5
INTRODUÇÃO	7
MOTIVAÇÃO	8
ENQUADRAMENTO	9
ÂMBITO	10
OBJECTIVOS	11
METODOLOGIA	12
PLANO DE TRABALHO	13
ESTADO DA ARTE	17
DESIGN EM PORTUGAL	18
ACTIVIDADE ECONÓMICA	22
ENSINO	24
ASSOCIATIVISMO	27
A WEB	31
EVOLUÇÃO DA WEB SOCIAL	32
BASES DE DADOS COLABORATIVAS	33
TECNOLOGIAS DE INTERFACE E DESIGN DE INTERACÇÃO	42
DESIGN DE INTERACÇÃO	44
WEB DESIGN	45
TRABALHO PRÁTICO	54
ANÁLISE PRÉVIA	55
PLANO DE DIVULGAÇÃO	57
PLANO VISUAL	63
PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO E TESTES	75
TRABALHO FUTURO	80
CONCLUSÃO	82
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	84

INTRODUÇÃO

MOTIVAÇÃO

Afirma-se que o design é uma disciplina com ténue reconhecimento público: apesar de ser uma disciplina que realmente desequilibra, aos olhos de grande parte da sociedade portuguesa ainda é vista como um elemento passivo. Ainda que o design represente actualmente uma fatia substancial da economia nacional, não deixa de ser evidente a existência de uma desinformação generalizada em torno das actividades de design portuguesas, em Portugal e no mundo, bem como são notoriamente reduzidas as investidas teóricas sobre o assunto.

Essa ausência de conhecimento relativo à actividade profissional publicamente acessível é o que motiva este projecto, sendo visto como problemático o expandir desta desorganização e desinformação ao centro da própria classe profissional. Com este exercício de promoção, criação e manutenção de conhecimento público sobre a prática profissional, pretendeu-se lançar as fundações para um esforço colectivo de clarificação das características sócio-económicas do design, aproximando o nível de atenção dedicado a esta actividade comparando com actividades homólogas (e.g. Arquitectura, Artes Plásticas), para as quais são conhecidas informações de semelhante natureza.

ENQUADRAMENTO

Tomando por ponto de partida o projecto “Dizer Design”, um trabalho com o qual a presente dissertação partilha objectivos centrais, e para o qual foram definidas, pelo seu autor, indicações gerais de expansão futura — incluindo o desenvolvimento de uma ferramenta facilitadora do recenseamento colaborativo dos designers portugueses, a operar em Portugal e no mundo —, o presente projecto “Dizer Demografia” funciona como uma ramificação desse projecto-mãe, procurando contribuir com uma potencial solução para esse problema. “Dizer Demografia” é assim um projecto autoral independente, desenvolvido de forma completamente transversal, adoptando as motivações originais do projecto “Dizer Design”, e actuando em grande proximidade deste, sendo acompanhado por um conjunto de ideologias já definidas.

A pluralidade de competências que a licenciatura e mestrado em Design e Multimédia fornecem, fazem deste trabalho uma demonstração de conhecimentos adquiridos ao longo da formação académica mencionada. Nesse sentido, o projecto enquadra-se perfeitamente no plano curricular do curso em que se insere, independentemente da actividade sobre a qual opta por se debruçar. Contudo, também a selecção do design enquanto objecto de estudo não deve ser considerada arbitrária. Assim, pretende-se que este projecto toque a comunidade portuguesa de designers, ou seja, a mobilização da comunidade é um ponto importante e fulcral, de tal maneira que o desenvolvimento teria obviamente de ser feito de designers para designers, e será da contribuição destes que a sua credibilidade e importância advém.

ÂMBITO

O projecto intitulado “Dizer Demografia” surge como uma iniciativa de promoção do recenseamento voluntário e colaborativo dos designers portugueses, através da criação dos recursos e do *momentum* necessários à concretização da vontade antiga de produzir conhecimento factual, actualmente inexistente, sobre a prática.

O projecto insere-se num momento avaliativo obrigatório, e integrado no plano curricular do Mestrado em Design e Multimédia da Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade de Coimbra.

OBJECTIVOS

Este projecto denominado “Dizer Demografia” pretende colmatar uma lacuna identificada na criação de conhecimento sobre as actividades de design em Portugal, nomeadamente no que diz respeito à dimensão e à distribuição geográfica dos seus praticantes. Nesse sentido, pretende oferecer algo à comunidade, desenvolvendo uma plataforma de recenseamento geográfico de designers independentemente da sua especialização, localizados em Portugal e no mundo.

O desenvolvimento desta proposta consiste numa aplicação transversal de conhecimentos adquiridos ao longo de toda a formação académica, a projecção de todo o design de interface, de interacção, comunicação, e criação da identidade do produto, bem como a utilização de tecnologias indispensáveis no seu desenvolvimento, explorando ainda a capacidade de gestão autónoma de projectos.

Foi tido como ponto inicial o levantamento dos melhores padrões e boas práticas no desenvolvimento de um projecto deste género. Consideraram-se ainda projectos que de alguma maneira utilizam ferramentas de natureza semelhante, promovendo a eventual criação de conhecimento não necessariamente validado, do ponto de vista estritamente estatístico, mas perfeitamente fiável.

O desenvolvimento da comunicação e promoção da plataforma deve fazer chegar o produto à comunidade com eficácia, este será apresentando numa versão mesmo que parcial, perfeitamente funcional, e acessível ao público.

METODOLOGIA

A metodologia adoptada pretende seguir um posicionamento que tenha em atenção design e teoria, tendo em conta os requisitos do projecto e a sua natureza.

Numa fase inicial, este projecto passa por um levantamento de requisitos, enumerando desde logo as necessidades existentes, e analisando também novas técnicas e ferramentas na área do desenvolvimento web.

Numa segunda fase, é estruturado o desenvolvimento da plataforma, de maneira a analisar linguagens e funcionalidades que de certo modo se adaptem a um desenvolvimento mais correcto.

A criação de protótipos iniciais de sistemas de navegação é também um ponto essencial visto que permitem avaliar prematuramente toda a usabilidade. Como os conteúdos da plataforma são em si a própria comunidade de design, é tido em conta um bom desenvolvimento da comunicação externa do projecto, reunindo esforços para um nível satisfatório de aceitação pública deste.

Numa última fase é iniciada a implementação já com todas as guias de produção definidas na investigação, desenvolvendo uma versão fechada que sirva para testes de usabilidade, feitos por um conjunto de utilizadores previamente escolhidos.

PLANO DE TRABALHO

Durante o semestre o esforço em termos formais foi segmentado de acordo com cinco metodologias de trabalho distintas, agrupadas não só em função dos objectivos centrais de cada uma, como dos seus respectivos âmbito e raio de acção.

PLANO DE INVESTIGAÇÃO E DIVULGAÇÃO

Neste plano foi feito um levantamento de esforços de natureza semelhante, que se servem das mesmas ferramentas, assim como de metodologias para tratamento de dados existentes, e o seu posterior cruzamento.

No âmbito deste plano foi lançada, paralelamente, a *landing page* de apresentação do projecto, consistindo num apelo à manifestação de interesse pelo projecto, sob o registo numa newsletter, com os objectivos promocional (criar expectativa e interesse na plataforma, previamente ao seu desenvolvimento) e funcional (angariar um conjunto de potenciais beta-testers).

PLANO FUNCIONAL

O plano funcional teve início com a implementação preliminar da estrutura geral da plataforma, tendo sido estudadas e testadas as tecnologias disponíveis, linguagens de programação a adoptar, bem como a estruturação de base de dados que serviu toda a informação reunida.

PLANO VISUAL

Este plano teve início com o desenvolvimento da identidade do projecto, bem como o desenhar dos modelos de interacção e as *wireframes* que servem a plataforma. Foi também estudado o design de interface da plataforma seguindo um modelo *user-centered*, tornando a interacção do usuário o mais simples e eficiente possível, em termos de realização dos objectivos pretendidos e equilibrando as funcionalidades técnicas com os elementos visuais.

Também foi elaborada uma página web temporária, que serviu de *landing page*, representando a ideia do projecto e conseguindo alguma promoção do mesmo durante o seu estágio de desenvolvimento.

PLANO IMPLEMENTAÇÃO

Nesta fase foi implementada a plataforma, numa altura que existiam linhas gráficas e funcionais definidas, foi elaborada uma versão fechada ao público denominada *Alpha* onde foram seleccionadas pessoas para a testarem. Assim, foram definidas funcionalidades mínimas no início, com vista a conseguir um desenvolvimento sustentado, conseguindo então identificar os problemas técnicos e de usabilidade, procedendo às suas melhorias ao longo do tempo.

Uma análise cuidada do feedback gerado pelos utilizadores de teste foi um factor tido em conta aquando do desenvolvimento, conseguindo assim um melhoramento constante da plataforma.

PLANO DE PROMOÇÃO

Durante esta fase final, foram elaborados os restantes materiais e conteúdos com a finalidade de promover a plataforma. Esta fase foi também de controlo de dados inseridos pelos utilizadores, visto que nesta altura já existia uma versão pública em fase *Beta*. Foram também reunidos representantes geograficamente distintos de modo a conseguir uma melhor representação, e com isto fazer chegar a plataforma a um maior número de utilizadores.

ESTADO DA ARTE

DESIGN EM PORTUGAL

Por não existir consenso relativamente ao âmbito e abrangência das actividades profissionais ligadas ao Design, no sentido mais lato, defini-lo é um exercício difícil e forçosamente controverso. Uma pluralidade de conceitos dá origem a um difícil entendimento sobre a sua grande importância nas nossas vidas. Segundo Victor Almeida¹ “O design diferencia-se da arte e da ciência, na medida em que não se reduz à relação do autor-artista com a sua obra (para o caso da arte), nem se fecha no cartesianismo da ciência na qual existe uma razão pragmática que tudo explica e que exclui tudo o que não percebe. As dimensões artísticas e científicas interpretam a sociedade, logo são fundamentais para o projecto de design. Contudo, o designer procura antecipar-se a ambas no sentido de perscrutar as necessidades do utilizador.”

Para muitos o Design assume-se como um campo interdisciplinar. A sua identidade histórica é marcada por capítulos que se subdividem no tempo, sendo difícil estabelecer uma data para o seu início. Ao mesmo tempo, é errado e redutor determiná-la, tendo em conta a elevada multidisciplinaridade que possui (“o design não é afirmado como disciplina autónoma, território definido (ou pelo menos polémicamente definível) considerado em si mesmo, mas como um meio de afirmação de uma outra coisa.” refere José Bártolo²). É possível sim tentar traçar a produção de artefactos em Portugal ao longo último século até à actualidade, evidenciando assim os seus principais protagonistas.

O termo Design é agora usual, mas nem sempre assim foi, o início da sua história nesse campo é fortemente associada ao século passado.

Em meados do século XIX Portugal iniciou um processo de internacionalização, participando na primeira Exposição Universal em Londres³ Fig1, com a qual conseguiu

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

1 Victor Manuel Marinho Almeida - O Design em Portugal um Tempo e um Modo A institucionalização do design Português entre 1959 e 1974. (PhD diss., Univ. de Lisboa, 2009).

2 José Bártolo - O Estado do Design - Reflexões sobre teoria do design em Portugal (Arte Capital, 2006) <http://www.artecapital.net/opinioes.php?ref=30>

3 A primeira Expo foi realizada no Palácio de Cristal, em Hyde Park, Londres, Reino Unido, em 1851, sob o título “Grande Exposição dos Trabalhos da Indústria de Todas as Nações”

promover trocas culturais de maneira a elevar o conhecimento que mais tarde impulsionaria a educação do design.

Na viragem do século, foram vários os pioneiros no design em Portugal, nomes como Rafael Bordalo Pinheiro (com a sua fábrica em Caldas das Rainha), e Raul Lino⁴ dotado de estudos no Reino Unido e Alemanha projectaram o seu estilo *Arts & Crafts* e *Modern Style* aliado à sua ambição enquanto arquitecto. Um outro nome também importante foi Leal da Câmara (1876 – 1948) que cruzou áreas do design gráfico ao mobiliário, entre outros. Em meados do século XX, já depois dos pioneiros do design, foi formado pelo Estado Novo de Salazar, o Secretariado de Propaganda Nacional^{Fig2} um organismo que, embora tendo como objectivo primordial projectar e equipar os pavilhões de Portugal para exposições internacionais, levou o design a alguma indecisão como disciplina.

Foi a partir da década de 40/50 que o termo Design começou a proliferar no nosso país, nomes como António Sena da Silva⁵, Daciano da Costa⁶, António Garcia⁷, Maria Keil⁸, Sebastião Rodrigues⁹, Victor Palla¹⁰, bem como António Quadros (fundador da IADE Instituto de Arte e Decoração) entre outros, tiveram o seu percurso profissional bem marcado nesta época.

Logo depois desta prepotente propagação, foi a partir da década de 60, após um período económico positivo, que várias indústrias passaram a valorizar o design. Sectores como a cerâmica, metalúrgia, madeiras, têxteis, e o vidro começaram a dar mais importância à profissão e a acompanhar esta nova vaga. Portugal viu nascer em 1959 a revista mensal “Almanaque”, que até 1961, viu 14 números publicados. Esta revista empregava um humor subtil, tanto na escrita como no desenho, e dela foram editores figuras como José Cardoso Pires, Figueiredo Magalhães ou Sebastião Rodrigues, os quais contaram ainda com a colaboração de vários artistas contemporâneos, como “Abel Manta (1888-1982), Alexandre O’Neill, Luís de Sttau Monteiro (1926-1993), Augusto Abelaira (1926-2003) e outros, naquilo que se tornou uma referência estética, criativa e ética precursora de uma tendência cultural cosmopolita que emergia em Portugal” (Almeida, 2009)

Em 1958 surgiu outro objecto no panorama editorial português, a revista mensal “Binário”. Esta teve como directores Manuel Tainha e Jovito Tainha. Esta publicação assumiu-se como informativa e de carácter cultural, bem como de crítica nas áreas da arquitectura, urbanismo, e nos seus últimos anos, na área do design, sendo o número 190-91 dedicado exclusivamente a este campo. Este número foi dirigido por

Ainda na década de 70 surgiu em Portugal um evento cinematográfico chamado “Cinanima”. Evento este um dos mais conhecidos e reputados festivais internacionais de cinema, sendo o designer e escultor português João Machado, já referido anteriormente, o responsável pelo design do cartaz do evento há cerca de 37 anos, tendo sido inclusivamente considerado como um dos 100 melhores do mundo, pela conceituada Graphis.

Já mais perto dos dias de hoje, foram-se afirmando nomes como Henrique Cayatte que fundou o seu atelier em 1991, Andrew Howard com o seu estúdio fundado em 1994, António Silveira Gomes, José Albergaria, e Nuno Horta Santos que por sua vez em 1994 fundaram o colectivo Bárbara Says. Artur Rebelo e Lizá Ramalho, com o seu estúdio no Porto desde 1995, Ricardo Mealha com a RMAC, João Faria com o Drop fundado no Porto em 1996 e João Bicker com a FBA sediada em Coimbra desde 1998. Três anos depois o designer editorial e director de arte de jornais como “O Independente” e “Público” Jorge Silva criava o atelier Silva!designers em Lisboa.

É nesta viragem para século XXI que o design em Portugal se torna cada vez mais abastado de novos estúdios e ateliers de design, além de surgirem cada vez mais cursos universitários e privados por todo o país, este aumento exponencial leva a uma mais difícil catalogação e organização da profissão.

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

9 Sebastião Rodrigues (1929 – 1997) “Era um designer de enorme qualidade em qualquer parte do mundo. Foi um autodidacta porque a formação dele não era essa. Era um homem de imensa cultura e mudou completamente o paradigma do design em Portugal. O Sebastião pertenceu à primeira geração dos designers em Portugal”. Henrique Cayatte (designer, ilustrador e professor português) sobre Sebastião Rodrigues.

10 Victor Palla (1922 – 2006) “...Victor Palla, protagonista de um dos mais importantes e versáteis percursos do século XX português, desapareceu, a 28 de Abril (de 2006), com 84 anos, sem que a dimensão da sua obra global tenha sido verdadeiramente entendida. A originalidade e o carácter inédito do seu percurso documenta uma sensibilidade profundamente plástica que reinventa, reinterpreta e cruza sucessivamente os diferentes media, sem determinação hierárquica, numa experimental vontade de contaminação e consequência”. escreveu Lígia Afonso (Victor Palla in Um Tempo e um Lugar. Dos anos 40 aos anos 60. Dez exposições gerais de artes plásticas, Museu do Neo-Realismo / CM de Vila Franca de Xira, 2005.)

11 Bártolo, J. (6 de Março de 2013). A liberdade está a passar por aqui: o design português nos anos 1970. Reactorblogue: <http://reactorblogue.wordpress.com/2013/03/06/a-liberdade-esta-a-passar-por-aqui-o-design-portugues-nos-anos-1970>

Depois da revolução dos cravos, sectores profissionais como a publicidade e as artes gráficas sofreram um impulso positivo motivado pela queda do regime, as agências denotaram mais profissionalismo, intensificando os estudos de mercado e efectuando campanhas publicitárias mais apelativas. Foi também nesta altura que algumas empresas da área foram adquiridas por agências estrangeiras. O mercado português foi então percebendo que a imagem, ou melhor, o bom posicionamento visual de uma marca ou produto é um factor de vantagem económico, a capacidade técnica e os meios à disposição das agências permitiu uma evolução da expressão visual, que serviu assim a economia conduzindo-a até à actualidade.

Um marco importante na relação económico-profissional do design foi quando em 2007, na sequência de trabalhos desenvolvidos¹⁴ pela AND (Associação Nacional de Designers), foram contempladas as actividades de design na Classificação Nacional das Profissões, obtendo assim um Código de Actividades Económicas (CAE), nas áreas de especialização do Design, bem como em actividades de investigação científica e de desenvolvimento. Contudo, em Portugal não existe um conjunto de medidas legais ou regulamentares que consigam controlar a actividade profissional e económica das profissões ligadas ao Design, este controlo é desejado por uns, e rejeitado como desnecessário por outros. Resumindo, a possível regulamentação na indústria do Design será para alguns de uma importância absoluta a médio-longo prazo na profissão, apesar de não haver na comunidade um consenso acerca deste assunto.

No Reino Unido, o Design Council¹⁵ efectua, desde há vários anos, vários inquéritos nacionais dirigidos aos profissionais da área com o objectivo de reunir informações acerca das várias indústrias nacionais, entre as quais o Design. Conseguem-se chegar a conclusões bastante interessantes naquele país: sabe-se, por exemplo, que de 2005 a 2010, contrariamente à recessão económica europeia, os ganhos na indústria do

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

14 “AND” acedido 15 de Fevereiro 2013, <http://www.and.org.pt/about>

15 O Design Council do Reino Unido tem como objetivo difundir a importância de programas de design entre empresas e instituições, acedido em 16 de Março 2013, <http://www.designcouncil.org>.

16 Design Industry Research 2010 (Design Council, 2010)

17 Segundo Cândido dos Santos - Universidade do Porto: raízes e memória da Instituição. Porto: UP, 1996

18 Manuel da Silva Passos (1801 – 1862) formado em Direito, advogado, parlamentar brilhante, ministro em vários ministérios e um dos vultos mais proeminentes das primeiras décadas do liberalismo.

19 Maria Helena Souto (2009). História do Design em Portugal I, Reflexões.

Design cresceram¹⁶ em 3.4 Biliões de Libras. O mesmo inquérito mostrou também que uma grande fatia dos ganhos da actividade se deveu ao aumento de freelancers, um crescimento de 39% nesses 5 anos.

ENSINO

A “Aula de Debuxo e Desenho” instituída em 1779 foi das primeiras manifestações¹⁷ de ensino artístico em Portugal. Funcionou nas instalações do Colégio dos Meninos Órfãos, tendo sido António Rodrigues dos Santos o seu primeiro professor, nomeado em 12 de Maio de 1764. Esta “Aula” foi precursora de instituições como a Academia Portuense de Belas-Artes, a Escola Superior de Belas Artes do Porto e as actuais faculdades de Arquitectura e de Belas Artes da Universidade do Porto. Na Academia Portuense de Belas Artes, fundada em 1836 por Passos Manuel¹⁸, incentivou-se o estudo pelas belas artes, e a sua aplicação à indústria, com cursos como Desenho Histórico, Pintura Histórica, Escultura, Arquitectura Civil e Naval, e Gravura Histórica (Santos, 1996).

Cerca de duas décadas após a fundação da Academia Portuense, foi criado o Ministério das Obras Públicas, Comércio e Indústria pela chefia do ministro das obras públicas António Maria Fontes Pereira de Melo, a 30 de agosto de 1852. Assim se iniciou o Ensino Industrial, segundo Maria Helena Souto¹⁹ “ É este ensino que será propício ao surgimento do que hoje chamamos design ”. Mas os termos eram outros, falava-se de desenho, ou de artes aplicadas às indústrias.

A Escola de Desenho Industrial de Faria de Guimarães do Bonfim (actualmente Escola Artística de Soares dos Reis no Porto) e a Escola de Arte Aplicada de Lisboa (actualmente Escola Secundária António Arroio), fundadas em 1884 e 1919 respectivamente, foram dos primeiros locais de ensino público, do nível secundário, direccionado especificamente para as artes visuais.

A escola do Porto teve como patrono António Soares dos Reis, um relevante escultor português que estudou desenho na Academia Portuense de Belas Artes (actualmente Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto), uma escola especializada no ensino artístico, onde se destacaram os cursos de Comunicação Audiovisual, Design de Comunicação, Design de Produto e Produção Artística. A escola localizada em Lisboa, deve o seu actual nome a António José Arroio, engenheiro e estudioso de Artes e autor de obras sobre literatura, música e artes plásticas. Os seus cursos abrangiam diversas áreas como audiovisuais, design de comunicação, gráfico e multimédia,

produção artística (têxteis, cerâmica, ourivesaria), e design de produto. Esta instituição é actualmente conhecida por Escola Secundária António Arroio, mas antes disso, em 1948, designou-se por Escola de Artes Decorativas António Arroio, tendo tido como director o pintor Lino António da Conceição, e tendo passado por alguma reformulação no modelo de ensino, semelhante ao britânico e austríaco em regime de atelier. Entre o seu corpo docente, contavam-se nomes como Sena da Silva e Daciano da Costa.

É apenas em 1960 que design se transforma numa disciplina de direito próprio através da pressão efectuado por figuras como Sena da Silva e outros, nos artigos que publicavam em torno desta temática. Foi nesta data que um organismo do estado, o Instituto Nacional de Investigação Industrial, formou o núcleo de design industrial. Cerca de 6 anos depois, Maria Helena de Matos, directora deste núcleo, começava a organizar acções sobre design, tendo como mais relevantes as célebres conferências “Exposições de Design Português” na FIL (Feira Internacional de Lisboa) em 1971 e 1973.

Durante as décadas de 60 e 70, o ensino do design como o conhecemos hoje expandiu-se e modernizou-se, citando o professor e designer Aurelindo Jaime Ceia “No final dos anos 60, falava-se já de design em Portugal. Havia um fascínio pelo progresso e o design era visto como um conceito moderno – e era-o, de facto, a modernidade que o design dava a todo o tipo de discursos interessava às elites culturais, à classe média, levava-nos a sair da mediocridade que se sentia.”²⁰. Foi durante esta altura que se institucionalizou o design português e foram abertos caminhos para o futuro do design como disciplina. Foi através do ensino privado que o ensino do design começou verdadeiramente, em 1969 era criado o Instituto de Arte e Decoração (IADE) fundado por António Quadros ^{Fig 3}, sendo lançado o curso de Design de Interiores e Equipamento Geral, um curso que tinha duração de 3 anos e seguia estilos internacionais, contando o seu corpo docente com alguns professores estrangeiros. O 25 de Abril de 1974, e o clima de liberdade presente nessa altura colocou o ensino do design nas faculdades pertencentes ao Estado, com a criação do curso de Design de Comunicação e Equipamento, na Escola Superior de Belas Artes de Lisboa, e de Design Gráfico na escola do Porto. Sendo que a partir desta altura a vontade de modernizar, fez com que os cursos de design se estendessem

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

20 Em artigo publicado por Frederico Duarte, “O Design da Inquietação” acedido em 18 de Março 2013, <http://www.05031979.net/2008/01/o-design-da-inquietacao/>.

a outros pontos do país, nomeadamente ao “litoral (Aveiro, 1974/75), chegam ao Minho (1976/77), à Beira Interior (1978/79), ao Alentejo (Évora, 1976/77), ao Algarve (1983/84) e aos Açores (1976/77).”²¹

O ensino superior privado na área do design ganhou um novo fôlego em 1989 com a abertura da Escola Superior de Artes e Design, em Matosinhos, “uma instituição de ensino superior privada que gradualmente se impôs como uma referência de qualidade ao nível da formação, investigação e dinamização no campo do design e das artes.”²². Nesse mesmo ano nascia em Coimbra a Escola Universitária das Artes, como extensão da ARCA, formada em Coimbra nos anos 70. No início da década de 90, era fundada a Escola Superior de Artes e Design, do Instituto Politécnico de Leiria na antiga cidade termal de Caldas da Rainha. Esta época fica marcada igualmente pela abertura de centros de formação especializada em tecnologias de suporte às artes visuais, como por exemplo – o centro de formação FLAG, fundada no ano de 1992.

No entanto vários eventos de iniciativa académica e social apresentam também as primeiras edições, o Simpósio de Design e Artes Gráficas denominado ARTEC organizado em Tomar desde 1990, o Caldas Late Night que acontece desde 1997, a ExperimentaDesign desde 1998 o Comunicar Design desde 2001, bem como as *Personal Views* coordenadas por Andrew Howard desde 2003. Citando José Bártolo “Para as escolas de design, o abrir de portas e a realização de eventos, foi-se tornando quase uma obrigação o que retira, muitas vezes, capacidade para criar uma identidade crítica pensando, de forma pertinente, nos diversos aspectos ligados à produção e à recepção de conteúdos.”²³

Multiplicaram-se assim nos últimos anos os eventos onde é possível reconhecer os trabalhos de outros designers e ateliers que vão surgindo, destacam-se eventos como o Ciclo de Conversas Design e Multimédia em Coimbra desde 2008, o ESAD World Graphics Day que acontece desde 2009 em Matosinhos, o Encontro de Comunicação e Design Multimédia que já conta com seis edições em Coimbra, e mais recentemente organizados os Encontros Nacionais de Estudantes de Design, a contarem já com duas edições, a de 2012 em Coimbra, e em 2013 no Porto. De iniciativa internacional realizou-se também o AGI Open no Porto em 2011, um dos mais conceituados acontecimentos mundiais de design de comunicação.

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

21 Nunes “Dizer Design - O design gráfico periférico português” (Master diss. Universidade de Coimbra, 2011).

22 Portal da Escola Superior de Artes e Design, acessado em 3 de Abril, <http://www.esad.pt>

De referir também a criação em 2011 de uma revista sobre design contemporâneo, denominada “Pli * Arte e Design”, publicada pela ESAD - Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos e editada por José Bártolo e Sérgio Afonso (ESAD), com Direcção de Arte de João Martino (Martino & Jana).

Múltiplos e distintos eventos anuais de foro académico podem ser um sinal positivo, de resposta à grande impulsão que o design teve nos últimos anos, a “energia canalizada para a realização de eventos não deixa de poder ser lida, em tempos de pessimismo, com uma reacção ideológica perante a crise, um esforço pro-activo perante o actual contexto depressivo.”²³

ASSOCIATIVISMO

A importância das associações profissionais na construção social das profissões é notória. O período pós 25 de Abril de 74 verificou em Portugal a necessidade de criação de uma deontologia profissional do design, de maneira a apoiar e defender os profissionais. É nesta realidade que, em 1976, se conjugam meios para a criação da Associação Portuguesa de Designers²⁴ (APD), de forma a aumentar o protagonismo da actividade, promovendo graus de competência e integridade profissional no design.

Mais tarde, em 1990, é criado o Centro Português de Design (CPD)²⁵, com a motivação de “tentar sensibilizar a indústria portuguesa a pagar melhor aos produtores directos e para que os investidores e empresários ganhem dinheiro”²⁶, segundo a presença on-line do CPD, este assume “ser o interface entre as empresas e instituições e os profissionais, através da promoção do diálogo e da relação entre as capacidades e competências da oferta e as necessidades da procura, ao nível de serviços de design”.

Em 13 de Março de 2003, foi oficialmente constituída a Associação Nacional de Designers²⁷ (AND). Assumindo pelos seus estatutos que o design é “uma actividade desprotegida pela total ausência de regulamentação”, esta associação assume assim como objectivos a “Defesa do design e dos profissionais de design”, o “Reconhecimento e institucionalização da profissão” e a “Defesa e orientação dos profissionais de design, junto das instituições públicas ou privadas, no âmbito da legislação aplicável.”.

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

23 Bártolo, J. (28 de Março de 2013). Keep on Going Reactorblogue, acedido em 6 de Abril de 2013, <http://reactorblogue.wordpress.com/tag/design-portugues-eventos-curadoria>

24 Associação Portuguesa de Designers, acedido 15 de Fevereiro 2013, <http://www.and.org.pt>

25 Centro Português Design, acedido em 14 de Abril de 2013, <http://cpd.dev.simplicidade.com>

26 Sena da Silva, cit., Bártolo, 2006

27 Associação Nacional de Designers, acedido em 7 de Abril de 2013, <http://www.and.org.pt>

Destaca-se em 2007 como importante trabalho deste órgão, a obtenção do Código de Actividades Económicas (CAE) para a actividade dos designers.



Fig. 1 - Palácio de Cristal, em Hyde Park, Londres



Fig. 2 - Oliveira Salazar discursando na posse de António Ferro do Secretariado da Propaganda Nacional.

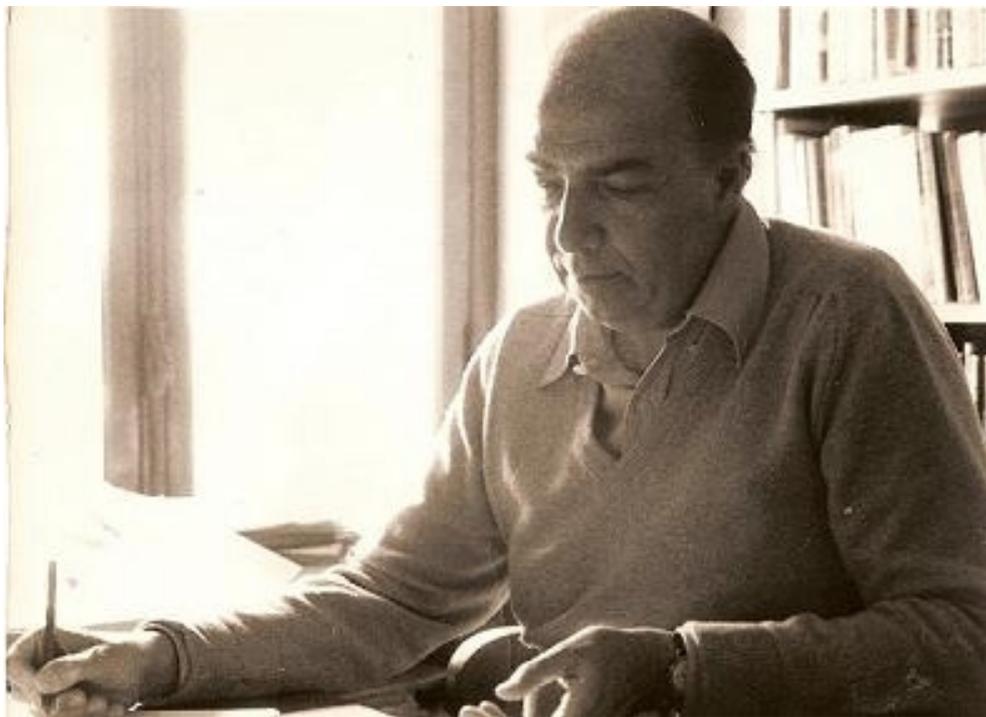


Fig. 3 - António Quadros - Fundador do Instituto de Arte, Decoração e Design (IADE).

A WEB

No início do presente século a Web começou a tornar-se algo demasiado importante no dia-a-dia das pessoas. Nessa altura uma simples consulta na Web tinha sentido único, o utilizador acedia, lia e via o que era do seu interesse e fechava, como se de um livro se tratasse. Não era no entanto gerado conteúdo significativo por parte dos utilizadores, a informação era estática, e a própria comunicação com os criadores de conteúdo seria eventualmente feita por email. Nestes primórdios as páginas Web ^{Fig1} eram interactivamente primitivas, não existia uma informação dinâmica em circulação. Inevitavelmente, começou-se a perceber que era necessária uma revolução a este nível.

EVOLUÇÃO DA WEB SOCIAL

A Web social veio promover a contribuição, interacção e conversação na Internet. Hoje em dia é possível participar numa comunidade Web de maneira a compartilhar os mais variados assuntos com pessoas em qualquer parte do globo, sendo a interacção social na Web, assim, expandida. Actualmente o compartilhamento de conteúdos é instantâneo, a interacção humana ganhou uma nova plataforma de comunicação.

O utilizador pode nos dias de hoje, por exemplo, editar colaborativamente um documento, e cinco pessoas nos cinco continentes podem participar em tempo real na sua construção, tendo acesso aos registos de alterações. A importância desta evolução está na capacidade de permitir que o utilizador organize as informações online de tal forma que sejam úteis, significativas e pertinentes no futuro. Esta enorme evolução da Web social é também apelidada, por alguns, de “*Web 2.0*”, considerada uma nova fase da Internet, sendo a inteligência colectiva e criação de conhecimento colectivo os pontos fundamentais desta renovação. Esta mudança marcou o amadurecimento do uso colaborativo da Internet.

Ainda nos primórdios da Web os fóruns de discussão e as salas de chat (Internet Relay Chat, ou IRC)¹ Fig2 eram talvez a forma mais básica de promover debates e conversação através de mensagens publicadas na Web. Hoje em dia, através das redes sociais (*Facebook, Youtube, Vimeo, Twitter*) essa conversação tomou outro nível: é possível a partilha de imagens e vídeos quase em tempo real. Um outro exemplo de contribuição e partilha de informação é a página Web da empresa de comércio electrónico “eBay”, onde é possível, depois de navegar pelos diversos produtos, ler opiniões acerca dos próprios vendedores, conseguindo assim uma avaliação colaborativa destes, o que promove um mercado de vendas mais verdadeiro e justo, com informação mais credível. Esta colaboração vem ajudar os utilizadores a navegarem no mundo virtual. A explosão destes serviços de relacionamento sociais, partilha de vídeos, *wikis, blogs*, entre outros, veio trazer uma participação efectiva dos utilizadores em ambos os sentidos da comunicação. Hoje um qualquer serviço colaborativo presente na Web social tem um maior sucesso quantos mais utilizadores possuir, mas não só: é importante que os utilizadores produzam conteúdo de valor e que eles próprios o avaliem e classifiquem. Estes comentários, avaliações e personalizações enriquecem os conteúdos; o utilizador pode agora decidir o que quer ver e filtrar a informação, tornando possível a pré-selecção personalizada daquilo que considera relevante.

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

1 Mirc, acedido em 14 de Abril de 2013, <http://www.mirc.com>

Esta mesma comunidade possui desde 2001 uma nova e importante funcionalidade. Denomina-se de “Design Salary Guide”⁵ Fig5 e tem como objectivo recolher e organizar informação salarial acerca de profissionais criativos de todo o mundo, de forma anónima. A poderosa colaboração alimenta o portal em tempo real, e à data da escrita deste documento, já existem mais de 32,000 participantes de áreas profissionais localizados em mais de 80 países, que vão desde modeladores 3D a designers gráficos ou de interiores. A informação presente no portal é livre, mas para poder ser visualizada o utilizador é convidado a introduzir as suas informações salariais. Esta enorme quantidade de informação no portal está organizada demograficamente, sendo possível a visualização ao nível do país, região, ou mesmo de cidade. Portugal tem neste momento 75 entradas, divididas pelas cidades de Lisboa e Porto.

Um outro portal colaborativo de enorme interesse e bem mais recente, chama-se Quora⁶ Fig6, uma rede social de conhecimento. Quora é uma colecção de perguntas e respostas criadas, editadas e organizadas pelos utilizadores do serviço. Cada página com uma pergunta pretende ser a melhor ferramenta para obter a informação sobre um determinado tema. Por outras palavras, o Quora é uma base de dados de conhecimento à semelhança da Wikipédia, mas que se define de uma maneira diferente. A sua “enciclopédia” é preenchida por perguntas e respostas tal como o já apresentado Yahoo Answers. Mas ao contrário deste, o ruído de informação é muito pequeno, neste serviço é dada a possibilidade ao utilizador de seguir tópicos apenas do seu interesse, significando que quando é feita uma pergunta sobre um determinado tema, é mais provável que alguém que mais se interessa nesse responda.

A partilha de experiências em primeira mão ganhou uma nova dimensão através do Quora. Por exemplo, ao efectuar uma questão mais polémica sobre a plataforma Android, esta será muito possivelmente respondida por indivíduos que trabalharam neste sistema operativo do Google. Um caso mais impressionante, foi o de um utilizador que lançou a pergunta “Qual é a sensação de matar alguém?”, a resposta mais votada foi a do utilizador Tommy Winfrey, um presidiário de San Quentin, uma prisão na Califórnia⁷. De ressaltar que o funcionamento do Quora para utilizadores não registados é limitado, só é permitida a leitura da resposta mais votada em cada pergunta. No entanto basta um registo simples para o utilizador poder começar a perguntar, responder, votar, agradecer, comentar, de tudo um pouco.

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

6 Quora, acedido em 17 de Abril de 2013, <http://www.quora.com>

7 “What does it feel like to murder someone?”, Quora, acedido em 17 de Abril de 2013, <http://www.quora.com/Murder/What-does-it-feel-like-to-murder-someone>

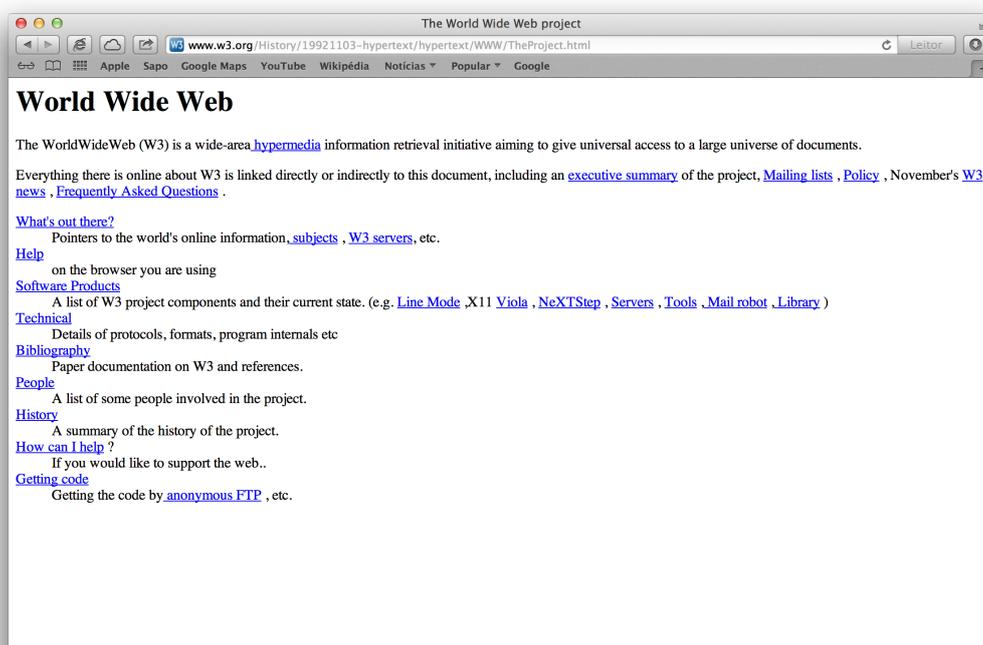


Fig. 1 - Primeira página Web criada por Tim Berners-Lee que explicava o conceito do hipertexto.

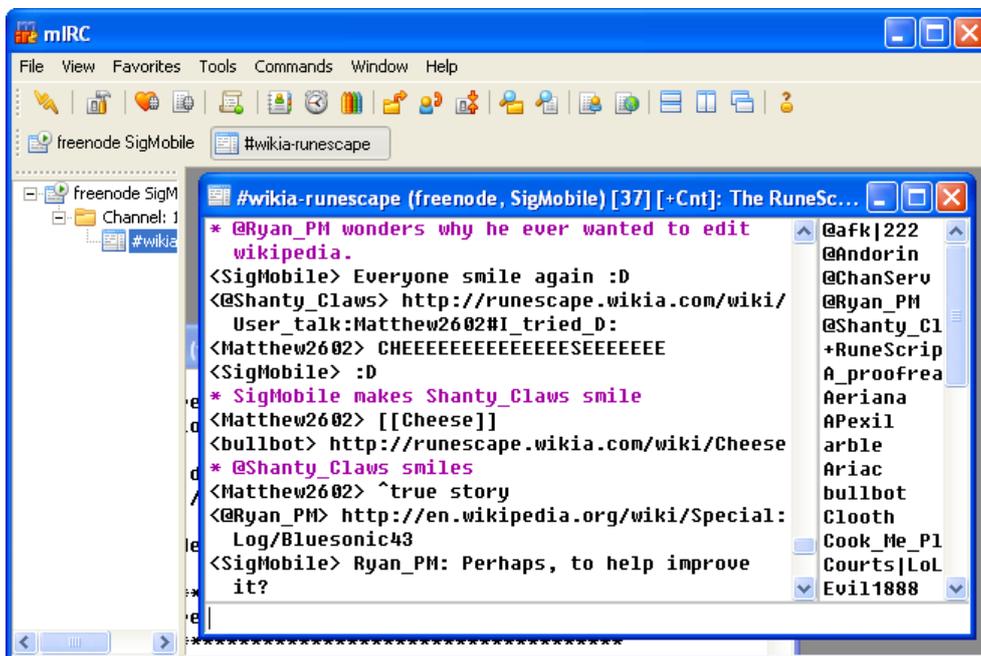


Fig. 2 - Popular cliente Internet Relay Chat (IRC) denominado mIRC

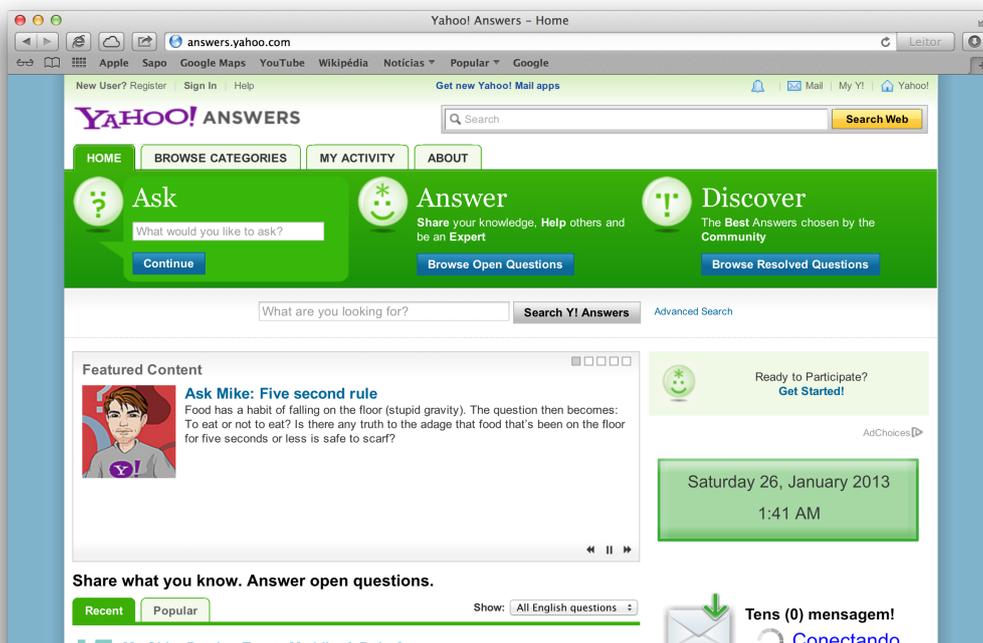


Fig. 3 - Portal Yahoo Answers

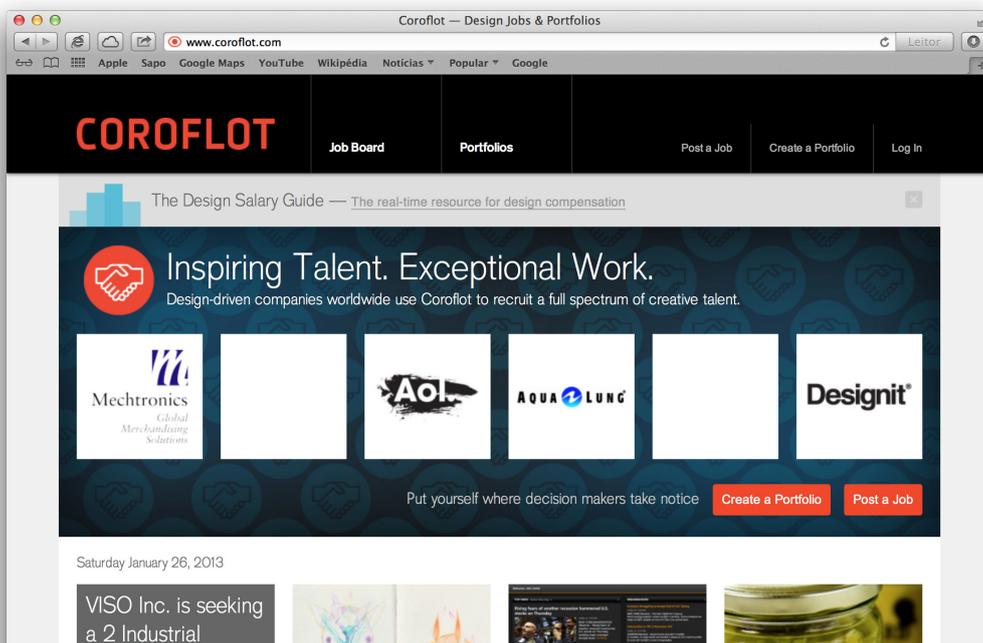


Fig. 4 - Portal Coroflot

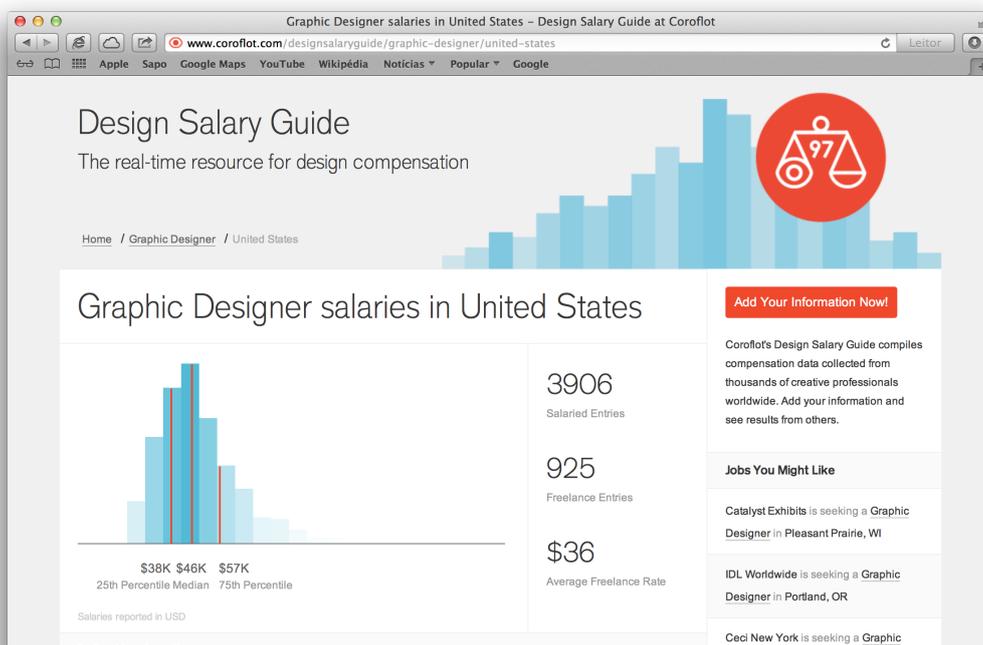


Fig. 5 - Portal "Design Salary Guide" pertencente ao Coroflot

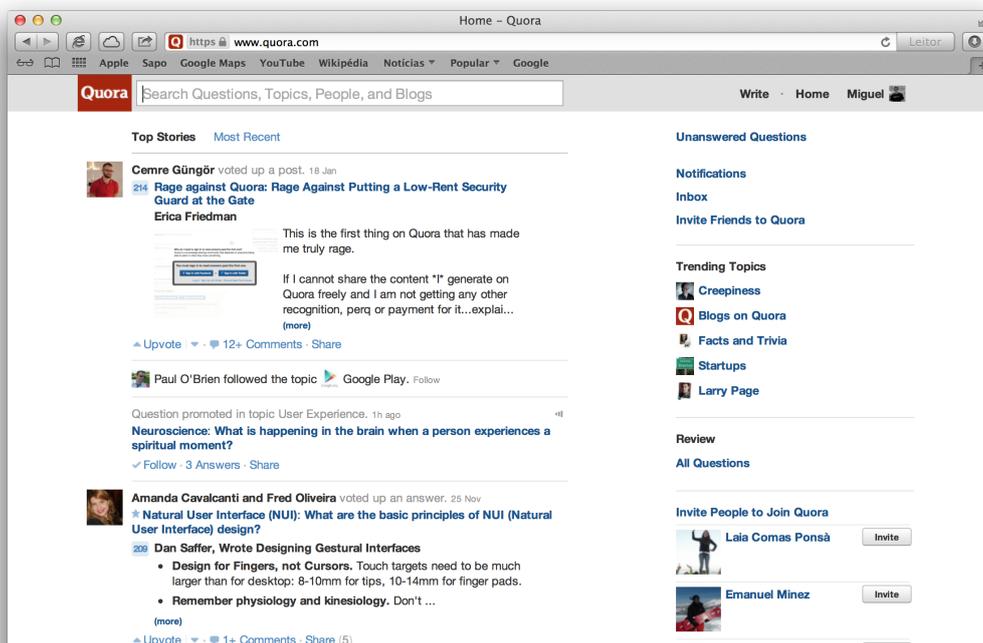


Fig. 6 - Portal Quora

TECNOLOGIAS DE INTERFACE E DESIGN DE INTERACÇÃO

Douglas Engelbart foi, sem dúvida um dos mais importante visionários da pesquisa no campo da Interação Humano-Computador. Este norte-americano estudou Engenharia Electrotécnica na universidade de Oregon State e serviu na guerra como técnico de Electrónica e de Radares. Em 1948 começou a trabalhar no laboratório de pesquisa National Advisory Committee for Aeronautics (Ames Research Center), em São Francisco, tendo depois obtido o seu Doutoramento em 1955. Mais tarde, em 1959, Douglas começou a desenvolver as suas próprias pesquisas.

A obra “Augmenting human intellect”¹ publicada em 1962 por Engelbart “... demonstrou algumas das potencialidades dos sistemas de computação no aumento da capacidade do humano para abordar problemas complexos, para além de ter conceptualizado e implementado” vários mecanismos, “e de ter sido um dos primeiros investigadores da interacção humano-computador a defender o recurso a testes de factores humanos centrados na redução de erros, nos efeitos de cansaço e stress”. (Santos, 2009)

Um ano depois do lançamento desta obra, Doug fundou o seu laboratório de pesquisa, que mais tarde se viria a chamar de Augmentation Research Center, e começou a desenvolver tecnologias para melhorar a performance do intelecto humano, tendo sido neste laboratório que surgiu o NLS (oN-Line System) ^{Fig1}. Neste sistema várias pessoas eram capazes de editar o mesmo texto em terminais diferente, incluindo a primeira utilização de janelas controladas por um rato ^{Fig2}, um avanço sem igual, visto que sem o rato, a brutal adopção e evolução de sistemas baseados em GUI, como o Windows, não teria sido possível. Em 1969 Engelbart mostrou o NLS ao público, tendo agregado várias linhas telefónicas, um PC, e um ecrã, com cerca de 6 metros de altura, permitindo que a sua equipa que estava no laboratório, participasse na sua demonstração ao vivo. Foi assim que nasceu a primeira vídeo-conferência online.

Inspirado nas estações de trabalho da Xerox, em 1983 a Apple Computer lançava o Apple Lisa, um computador pessoal revolucionário. O primeiro a ter um rato e uma interface gráfica, seguido, apenas dois anos depois, do revisto e melhorado Macintosh XL.

DESIGN DE INTERACÇÃO

Design de Interação é um campo do design onde a filosofia se estende ao desenvolvimento de produtos com origem na experiência adquirida em testes com utilizadores. É no entanto com uma boa aplicação desta disciplina que se melhora a relação homem-máquina, visto que o bom resultado, ou mesmo o sucesso de um produto. Depende cada vez mais da experiência que dele resulta. Hoje em dia é fundamental até, visto que existem cada vez mais ferramentas para atingir os mesmos fins, e o que está possivelmente em jogo é a capacidade de oferecer ao utilizador um produto com uma experiência mais *user friendly*.

A versão inicial ^{Fig3} do Mac OS, o sistema operativo da Apple, originalmente lançado em 1984, foi o primeiro a utilizar uma interface gráfica com sucesso. Este fazia uso de metáforas gráficas como folhas de papel que simulavam os ficheiros, ou diretórios simulados a partir de pastas arquivadoras. Após este lançamento a Microsoft e a IBM ficaram obsoletas no que toca a sistemas operativos, visto que o seu MS-DOS (interface a partir de linha de comandos) não conseguia competir com a revolução que a Apple havia criado.

Então, como a Microsoft não conseguia ter tempo suficiente para lançar um sistema operativo com um interface gráfico capaz de competir com o sucesso da Apple, lançou em 1985 o Windows 1.0 ^{Fig4} este sistema tinha uma interface colorida e bidimensional do MS-DOS, que mesmo assim não competia com o Mac OS da Apple.

Com o passar dos anos as concorrentes Apple e Microsoft, foram aperfeiçoando os seus modelos de interação gráficos no que toca a sistemas operativos e aplicações. A título de exemplo, em 1990 era lançada a primeira versão do Photoshop ^{Fig5} pela Apple, e mais tarde em 1995 era apresentado o Internet Explorer ^{Fig6} pela Microsoft.

À medida que a tecnologia evoluía, o design de interfaces e interação teve de se adaptar a outro tipo de dispositivos. Hoje em dia estes já não são apenas controlados por um rato ou teclado.

Foi com o aparecimento dos dispositivos móveis que surgiram outros tipos de problemas. Os ecrãs tornaram-se reduzidos, os mecanismos de *input* eram agora traduzidos em pequenos botões ou até mesmo no toque, era então definitivamente necessário ter um cuidado acrescido com interação destes.

Foi nesta revolução de interfaces que começaram a surgir profissões que anteriormente não eram necessárias, ou melhor dizendo, não era tida em conta a sua extrema necessidade. Hoje em dia as empresas contratam designers especializados em interface e interação para conseguir tornar os seus produtos mais funcionais e com uma boa usabilidade. Em suma, a principal função de um designer destes é perceber as necessidades dos utilizadores, percebendo quais são os objectivos destes ao utilizar determinado produto ou serviço.

Hoje em dia está tudo interligado, os designers de interface tanto idealizam um produto que se traduz numa aplicação *touch* a funcionar por exemplo num hospital, como numa aplicação presente num website controlada por um rato.

WEB DESIGN

O Web Design é definitivamente uma extensão do design de comunicação. A sua prática consiste no planeamento e elaboração de *websites* no mundo da *world wide web*. Este ramo abrange áreas como o design de interfaces e interação, e a programação na sua vertente web.

Contudo, a sua evolução tem sido estonteante. Desde os seus primórdios nos anos 90, a informação tem vindo a ser apresentada de diferentes formas ao longo dos tempos. Inevitavelmente criaram-se tendências no web design, tal como sempre existiram no design gráfico.

No início dos anos 90, as páginas web eram baseadas apenas em colunas únicas de texto e *links* que redireccionavam para outras tais. O conteúdo era estático e raramente actualizado, sendo notória uma quase ausência de imagens, motivada pela baixa largura de banda das ligações da época. No entanto, mais para os meados desta década foram surgindo serviços que permitiam a criação de páginas pessoais, como o “Geocities” ou o “Angelfire”. Nessa altura, a Web em termos gráficos já contrastava bastante com o seu início: os conteúdos eram agora organizados em múltiplas colunas através de tabelas *html*, eram utilizadas cada vez mais imagens (até por vezes em demasia) apareciam também os botões com efeitos 3d, ícones, e o conteúdo era



Fig. 1 - oN-Line System



Fig. 2 - O rato criado por Douglas Englebart no Instituto de pesquisa de Stanford.

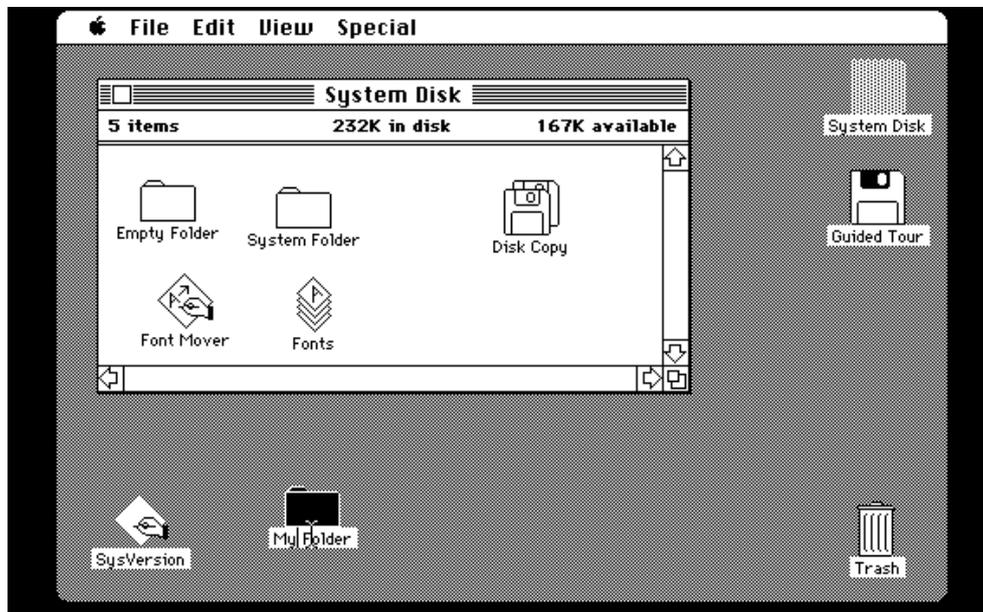


Fig. 3 - Versão inicial do Mac OS.

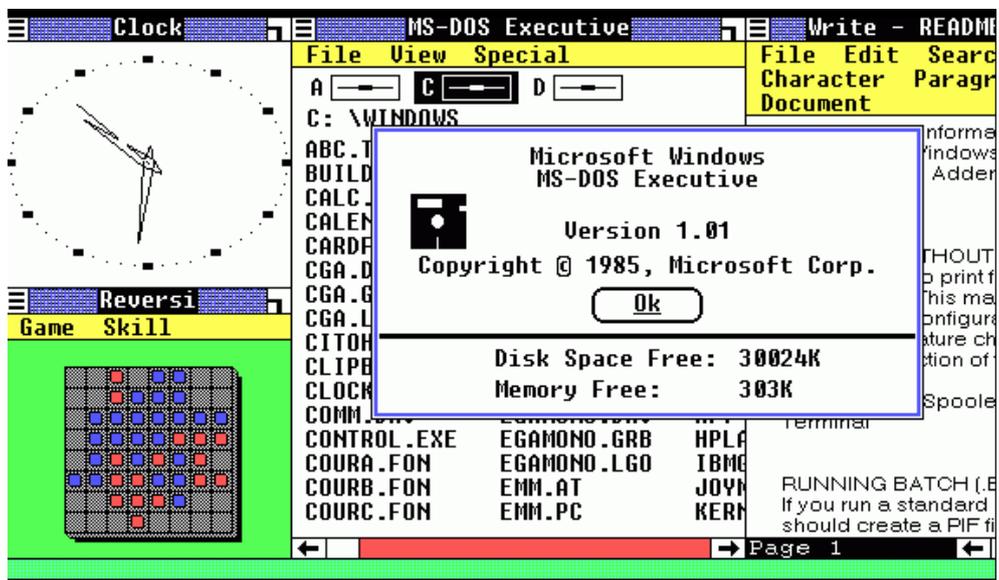


Fig. 4 - Windows 1.0

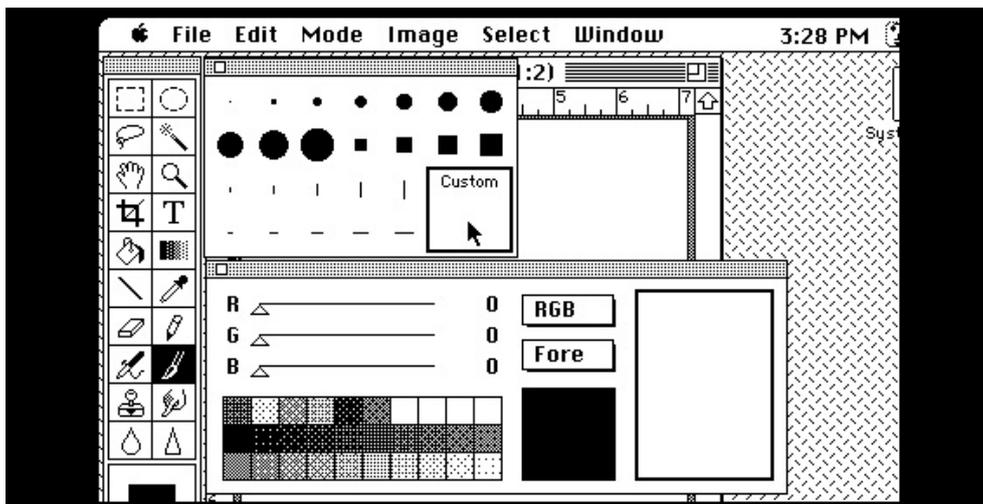


Fig. 5 - A primeira versão do Photoshop.

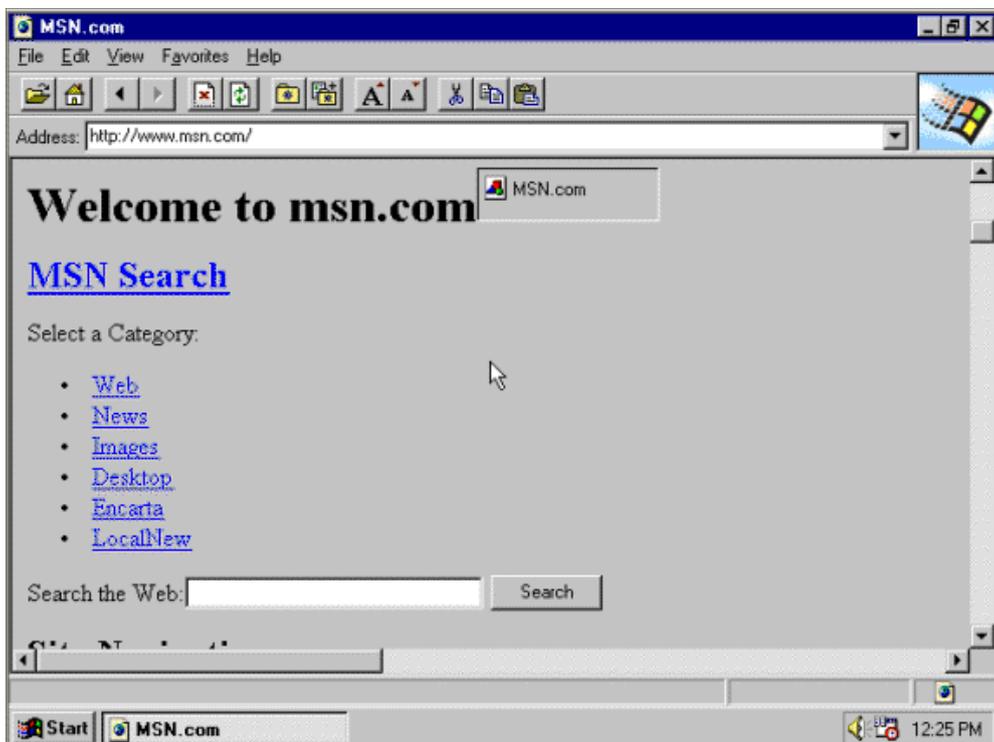


Fig. 6 - A versão inicial do Internet Explorer pela Microsoft.

TRABALHO PRÁTICO

ANÁLISE PRÉVIA

O desenvolvimento para a Web é uma criação de experiências, logo, a execução de um projecto como o Dizer Demografia deve ser antecipado por uma série de análises com o objectivo de conseguir projectar necessidades e antever cenários. Ou seja, uma experiência Web poderá ser negativa - se os objectivos do utilizador não forem conseguidos - ou satisfatória - quando é encontrado aquilo que se pretende com uma utilização facilitada. Para construir esta experiência é essencial pensar no desenvolvimento como um todo. Assim, para este projecto em particular foram prematuramente analisadas e tomadas decisões de design que vieram influenciar a sua construção.

Surgiu então a questão: como definir o que seria considerado obrigatório no recenseamento de um designer, ou por outras palavras, quais eram os campos de preenchimento obrigatório? De maneira a explicar melhor os processos de decisão, optámos por perfilar os utilizadores, agrupando-os em duas categorias assumidamente simplistas (por representarem dois extremos de um espectro que sabemos ser mais granular), a que daremos o nome de “utilizadores ociosos” (ou desinteressados) e “utilizadores aficionados” (ou proactivos). O utilizador com perfil “ocioso” é, como o próprio nome indica, uma pessoa que tem pouco tempo e paciência para efectuar um registo desta natureza, por sua vez, o utilizador “aficionado” tem tempo e vontade em preencher um recenseamento como este.

Assim, e sendo o objectivo principal angariar o maior número de recenseamentos qualquer que fosse o perfil dos utilizadores, foi desde logo delineado que o processo teria de ser temporalmente reduzido e eficaz. Então, de maneira a conseguir uma atenção instantânea, o formulário de registo foi organizado em três questões centrais: quem é o utilizador, o que faz, e onde se localiza geograficamente. Assim, e com um preenchimento de apenas três campos centrais, a taxa de participação seria teoricamente superior a um exaustivo leque de questões.

Questões como esta conduzem-nos à arquitectura de informação. Assim, de maneira a estruturar a plataforma Dizer Demografia, esta foi organizada nas seguintes áreas: Recenseamento, Pesquisa, Mapa, Blog, Acerca e Perfil. Cada uma destas áreas pode assim ser caracterizada do seguinte modo:

Recenseamento: Esta área abrange o registo de um designer, servindo para este se recensear na plataforma.

Pesquisa: Este bloco abarca um serviço de pesquisa dos designers recenseados, com procura por nome, área de actuação, localidade, competências ou situações profissionais.

Mapa: Esta área recebe uma visualização geográfica dos designers, sendo possível navegar num mapa representando graficamente a distribuição dos designers portugueses pelo mundo.

Blog: Esta secção serve como zona de publicação de várias informações e notícias relacionadas com o projecto.

Acerca: Este bloco tem como objectivo reunir informação sobre a plataforma, explicando no que consiste e que objectivo pretende atingir.

Perfil: Esta área é dedicada ao utilizador registado, sendo dividida no perfil público e no espaço dedicado à sua edição, onde este pode gerir a sua informação pessoal.

A navegação entre estas diversas áreas é uma questão de usabilidade bastante importante, no capítulo “Plano Visual” será possível rever testes que foram feitos em termos de organização de conteúdo, bem como visualizar a estrutura implementada.

Nesta fase inicial, enquanto os requisitos funcionais, a arquitectura de informação e alguns aspectos de usabilidade eram pensados, o plano de divulgação já tinha sido iniciado.

PLANO DE DIVULGAÇÃO

O Plano de Divulgação é uma componente do desenvolvimento bastante importante, visto que é nesta altura que as ambições e objectivos do projecto são apresentados publicamente. Então, de modo a captar a curiosidade do público foi usada uma estratégia específica. Esta consistiu na criação e lançamento de uma página Web denominada *Landing Page* ^{Fig1}, pretendendo criar curiosidade em torno do assunto, e captar desde logo interessados no projecto.

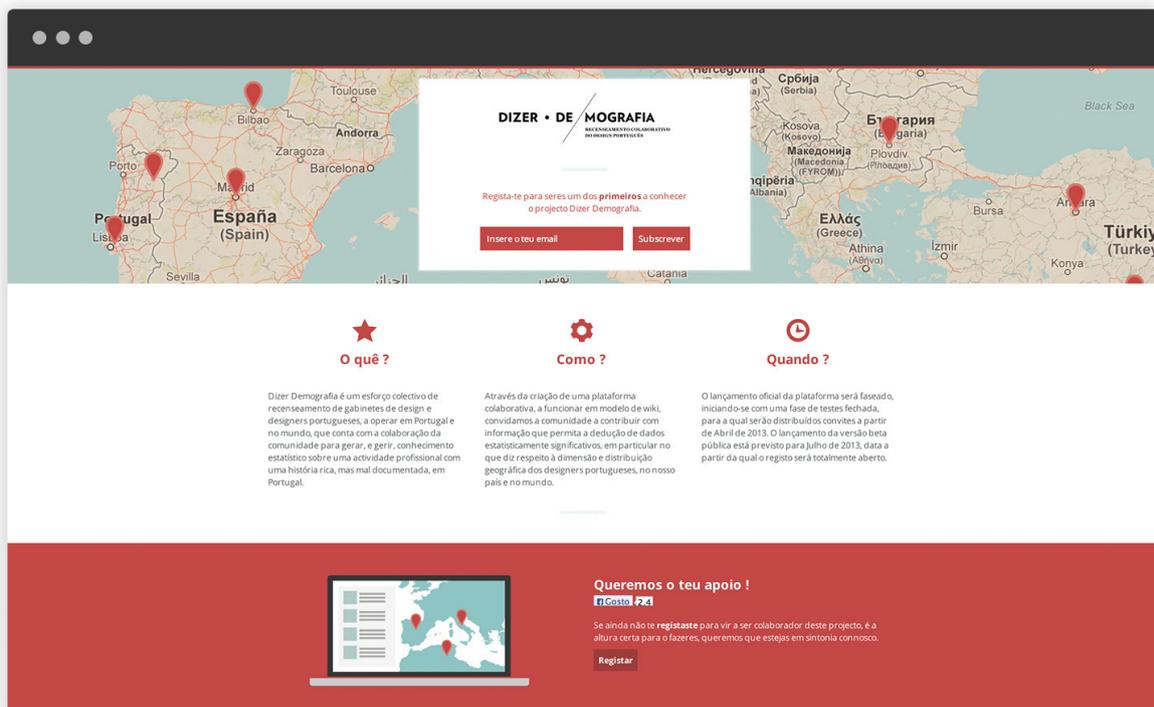


Fig. 1 - *Layout* da página temporária do projecto.

A figura em cima consiste numa página Web singular, pretendendo através da disposição dos conteúdos esclarecer imediatamente os contornos do projecto Dizer Demografia. Além disso, reunir o máximo de interessados foi outro dos objectivos desta página, sendo isso resolvido com a colocação de um pequeno formulário solicitando o e-mail do visitante, estrategicamente posicionado no início da página, na zona central desta. Todos os e-mails foram então agregados a um serviço de *newsletter* propositadamente criado para o efeito, através da aplicação “Mailchimp”.

Durante todo o desenvolvimento do projecto, esta *newsletter* foi continuamente utilizada, tentando assim manter o interesse dos seus subscritores, mantendo-os ao corrente dos progressos alcançados. Os conteúdos destes e-mails estão disponíveis para serem consultados no capítulo Anexos.

Um outro aspecto considerado importante na divulgação do projecto, foi criação de parcerias institucionais com entidades de certa maneira ligadas à prática do design em Portugal, tentando alcançar desta maneira mais público. Foi assim apresentado o projecto à Behance Portugal, Associação Portuguesa de Designers, Associação Nacional de Designers, e ao entretanto extinto, Centro Português de Design.

Depois de feitos estes contactos, a resposta foi positiva por parte da Associação Nacional de Designers e da Behance Portugal, conseguindo assim a notícia ao projecto Dizer Demografia em destaque nos endereços www.and.org.pt ^{Fig 2} e www.behancept.com ^{Fig 3} respectivamente.

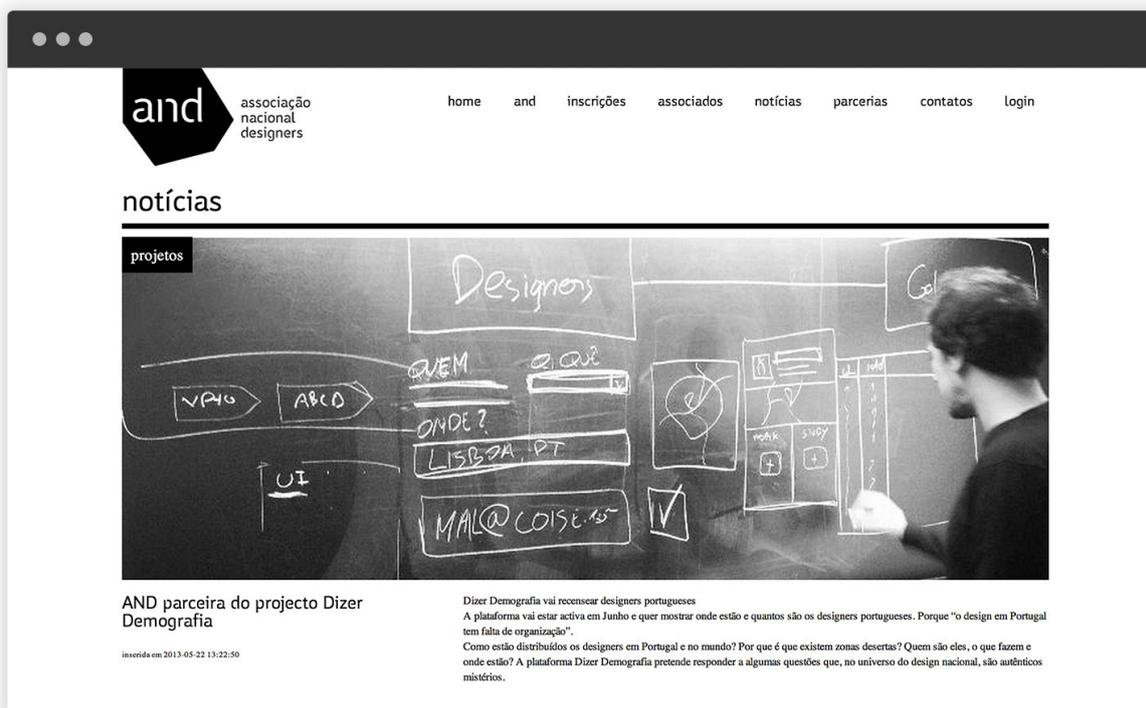


Fig. 2 - Divulgação do projecto no portal da Associação Nacional de Designers.

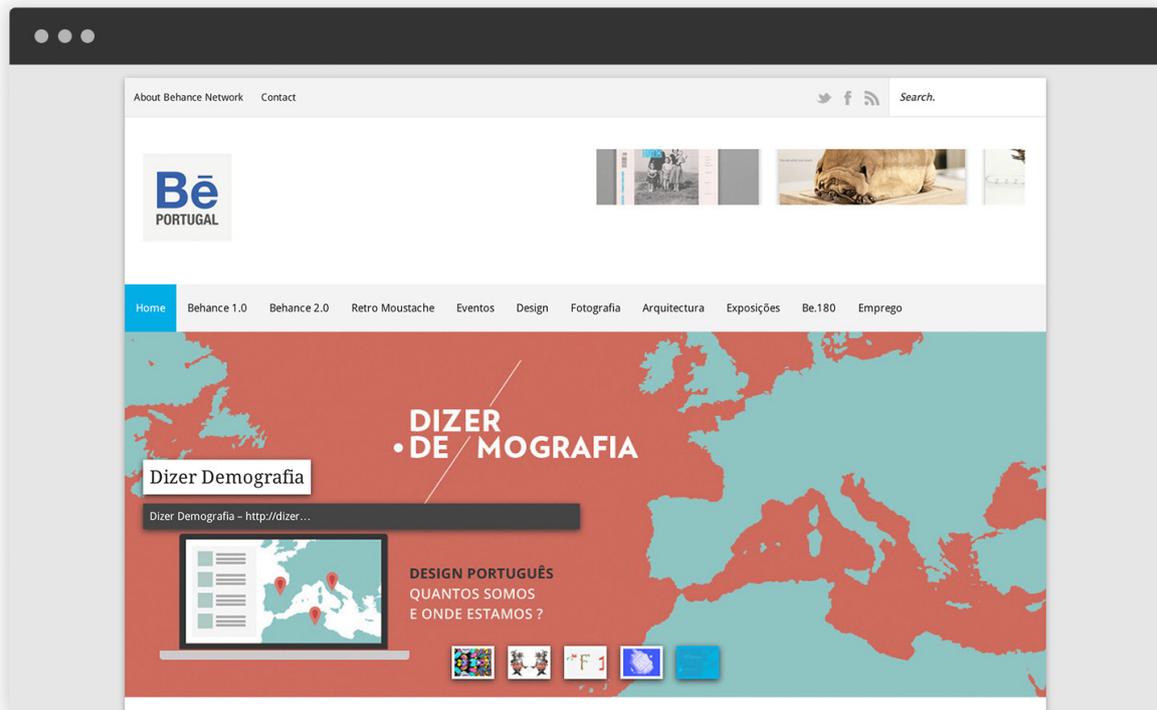


Fig. 3 - Divulgação do projecto no portal Behance Portugal.

Tanto a comunicação social como as redes sociais foram fortes ferramentas de divulgação. A página do projecto “Dizer Design” no Facebook acolheu o “Dizer Demografia”, agregando assim a comunidade já existente. No entanto, no que à comunicação social diz respeito, a entrevista concedida ao portal de notícias P3 ^{Fig4}, pertencente ao jornal diário Público, marcou um enorme impulso em termos de visibilidade a nível nacional, visto este portal ter em média um milhão de visitas mensais.

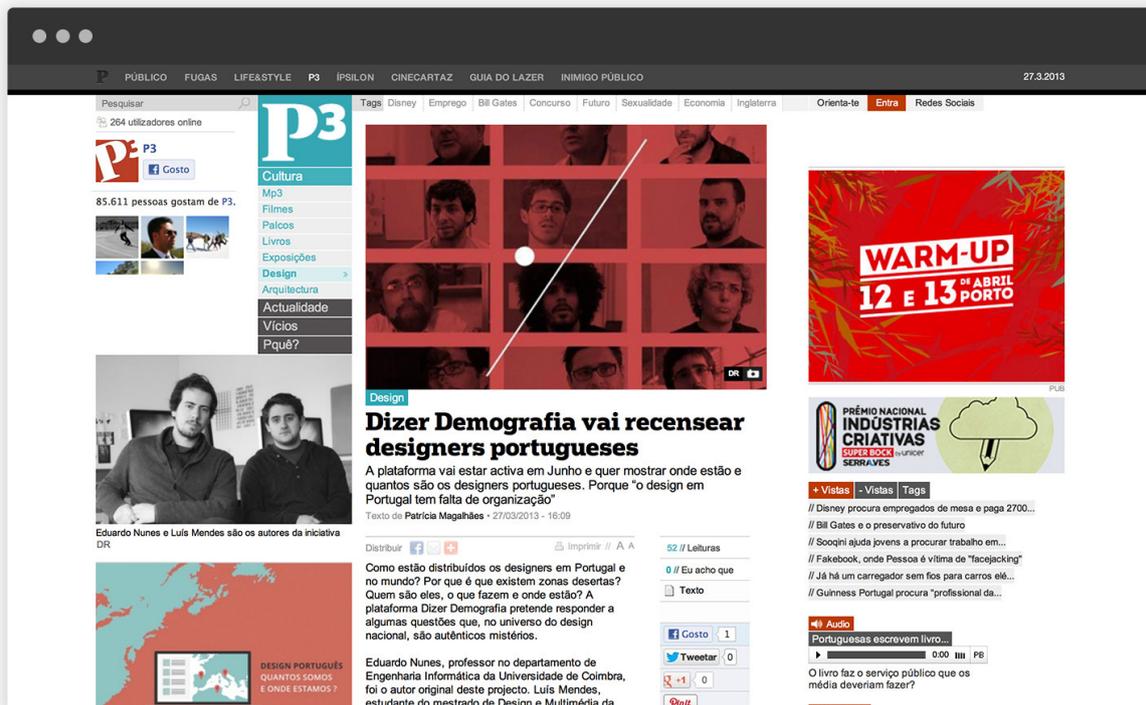


Fig. 4 - Entrevista concedida ao site de informação P3 online em “http://p3.publico.pt/cultura/design/7150/dizer-demografia-vai-recensear-designers-portugueses”

Nas duas páginas seguintes será possível visualizar os dados estatísticos resultantes da primeira semana de divulgação do projecto, bem como os valores totais desde o início até ao lançamento da versão *Beta*.

DADOS ESTATÍSTICOS

DIVULGAÇÃO: 4 A 8 DE MARÇO 2013

Landing Page

1,089 Visitas



Facebook

348 Fãs



Newsletter

365 Contactos

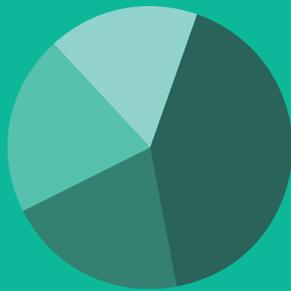


DADOS ESTATÍSTICOS

DIVULGAÇÃO: 4 DE MARÇO A 18 JUNHO 2013

Total de Visitas na *Landing Page* / Origem das Visitas

3,058



- Facebook **42,1 %**
- P3 **20,7 %**
- Tráfego Directo **20 %**
- Outros **17,2 %**

Dia + Activo na *Landing Page*

480

28/03/2013 - Publicada notícia no Portal P3

Número de Fãs Facebook

1,055

Newsletter

903 Contactos

PLANO VISUAL

O modelo visual e interactivo da plataforma Dizer Demografia foi desenvolvido com base numa metodologia cíclica de: Prototipagem, Análise e Melhoramento. Então, com a arquitectura de informação já definida na análise prévia, foram elaborados os primeiros *wireframes* e testados modelos de interacção.

O desafio inicial foi estruturar a base da plataforma, assim, descurando a componente gráfica, e pensado apenas na organização dos elementos, foram elaborados protótipos de baixo nível. Foi assim possível visualizar rapidamente as ideias que iam surgindo, tendo sempre o foco centrado na perspectiva do utilizador. Como já foi referido, o formulário de recenseamento era um ponto-chave desta plataforma, sendo por isso essencial que este fosse evidente e estivesse em concordância com a estrutura elaborada. Nas imagens seguintes, são apresentados alguns dos protótipos elaborados, que mais tarde foram gradualmente melhorados, servindo de base de trabalho para as versões subsequentes.

The wireframe shows a web interface for 'DIZER DEMOGRAFIA' (Recenseamento de Designers Portugueses). The header includes a navigation menu with a plus sign and the text 'Faz o teu recenseamento!', and a search bar with the text 'Procurar' and a magnifying glass icon. The main content area is divided into two columns. The left column contains a registration form with the text 'Registo, são apenas 20 segundos.' and four input fields: 'Nome Completo', 'País', 'Localidade', and 'Área de Actuação', each with a dropdown arrow. Below these fields is an 'Enviar' button. The right column is a large placeholder area with a diagonal line and the text '- Mapa -'.

Fig. 5 - Protótipo

Neste *wireframe* ainda bastante distante do produto final alcançado, era notória uma preocupação, em demasia, na georreferenciação dos designers. No entanto,

o formulário era positivamente o centro da aplicação, mas não era tida em conta a navegação, nem o posicionamento dos restantes conteúdos.



Fig. 6 - Protótipo

O protótipo presente na Fig. 6 já representa uma proposta mais completa. Este conta com a navegação já definida, e com uma grelha para posicionar qualquer conteúdo que dela faça parte. Tal acontece também na imagem seguinte ^{Fig7.}

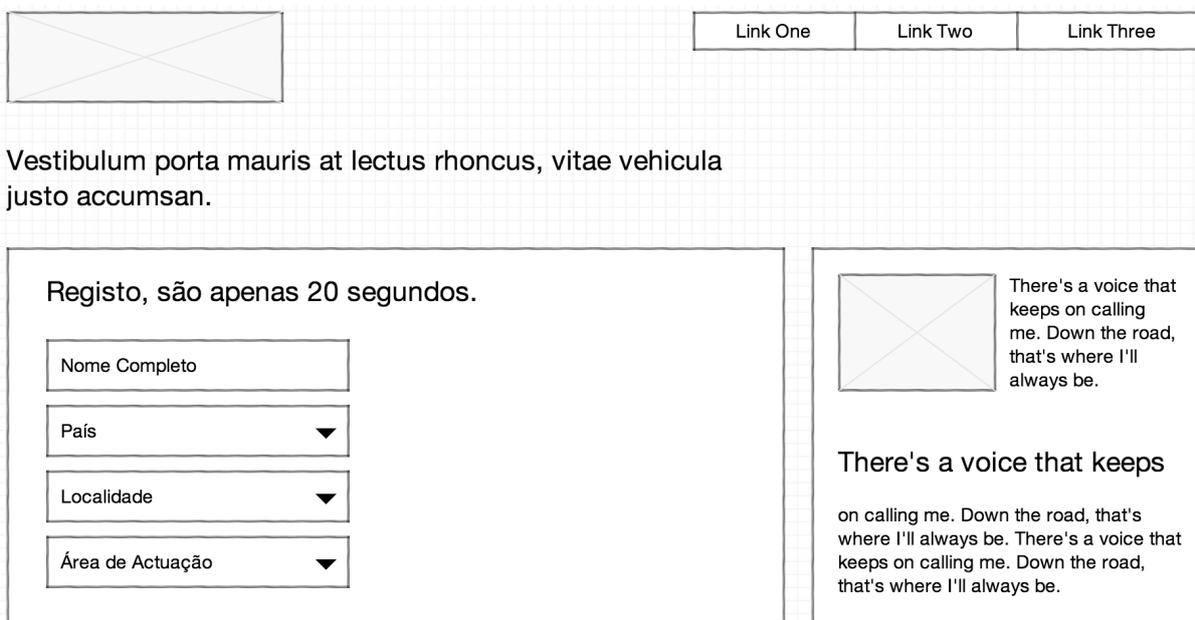


Fig. 7 - Protótipo

Partindo de alguns dos *wireframes* anteriores, e de maneira a conseguir uma melhor percepção destes, foram elaborados protótipos de alto nível apresentados nas páginas seguintes.



Fig. 8

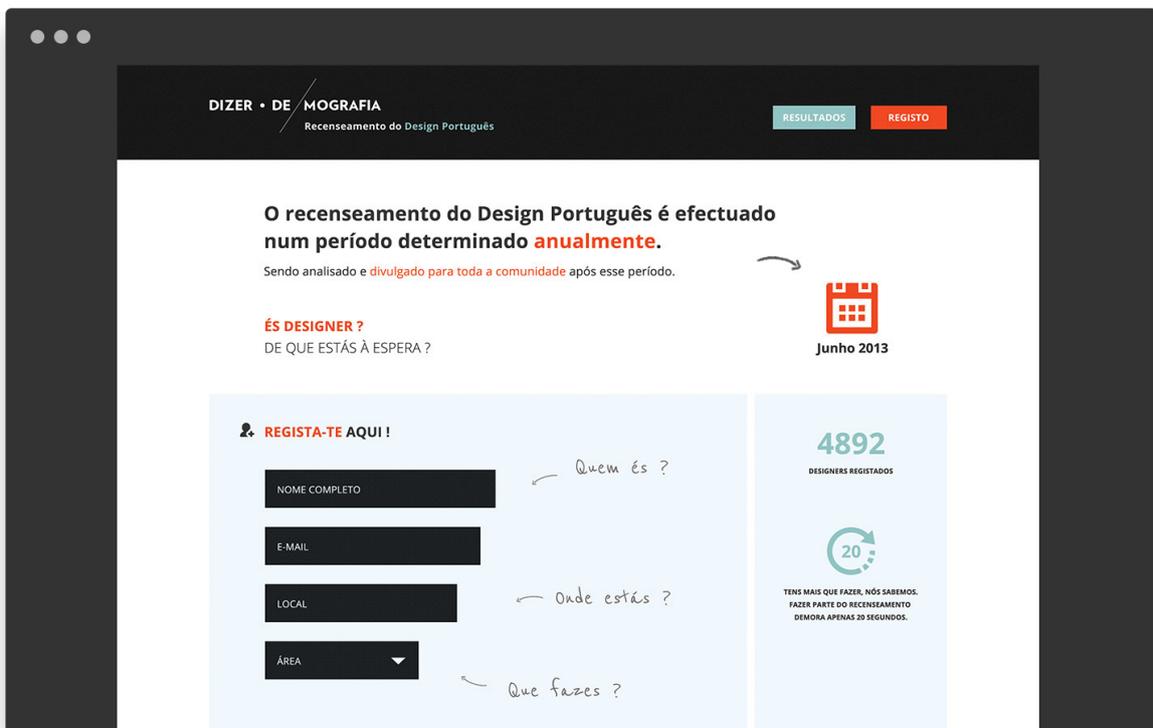


Fig. 9

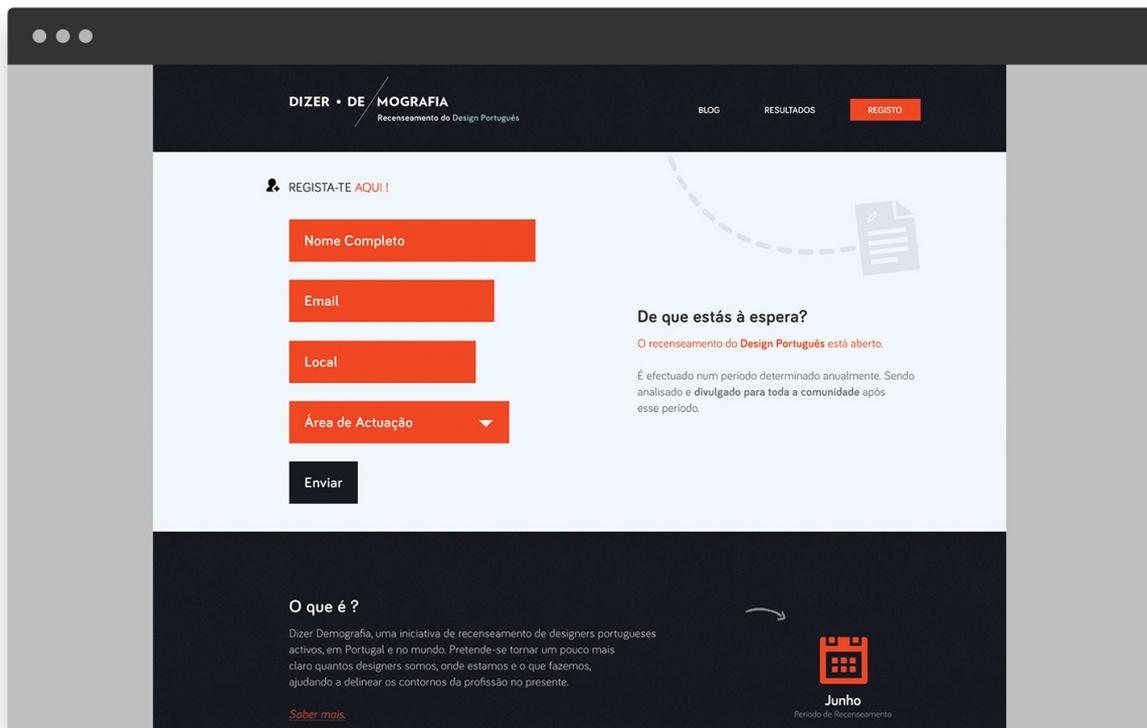


Fig. 10

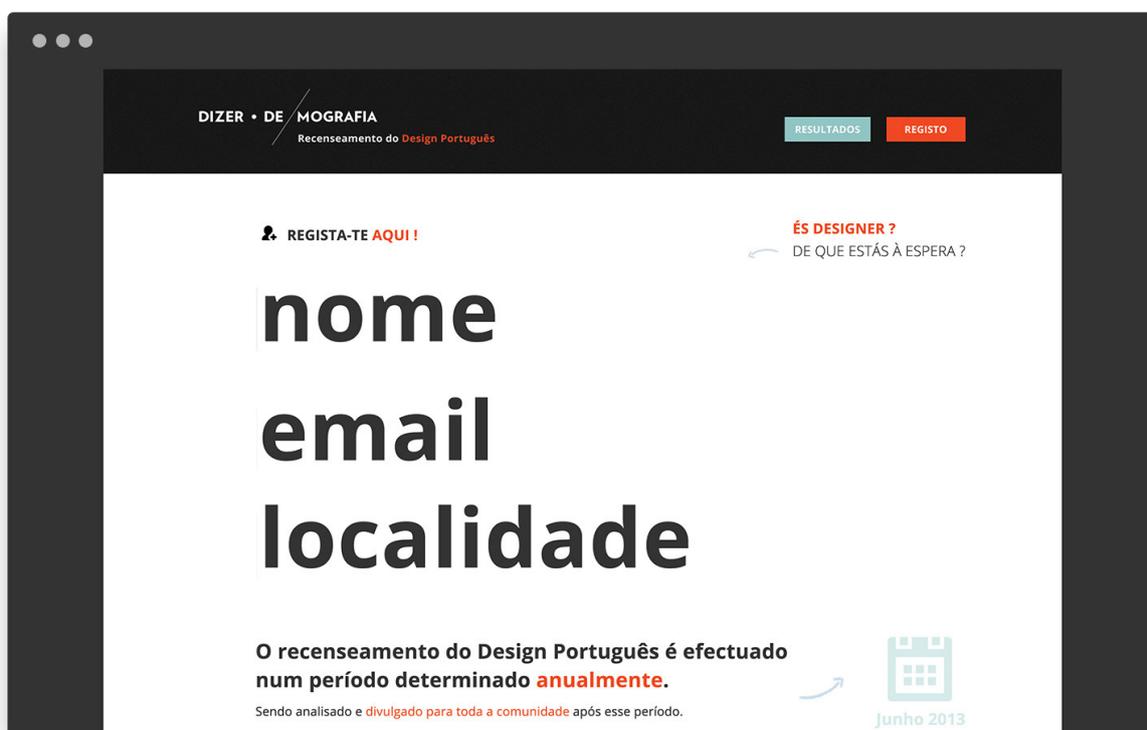


Fig. 11



Fig. 12

No entanto, depois de avaliar as opções anteriores, surgiu uma ideia relacionada com disposição elementos pelo espaço. Tendo em conta a plataforma a desenvolver, era óptimo que esta se assemelhasse mais com uma aplicação web¹, e menos com um website tradicional. Foi elaborado um “layout” de duas colunas distintas, uma para absorver toda a navegação e outra para carregar todos os conteúdos. Sendo esta a alternativa ^{Fig13} que veio dar origem à solução gráfica adoptada neste projecto.

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

1 Uma aplicação web é um sistema concebido para ser totalmente utilizado num navegador web, com inúmeras funções definidas para atingir diferentes objectivos, ao invés de um website, normalmente com conteúdos estáticos ou dinâmicos mas com interactividade reduzida.

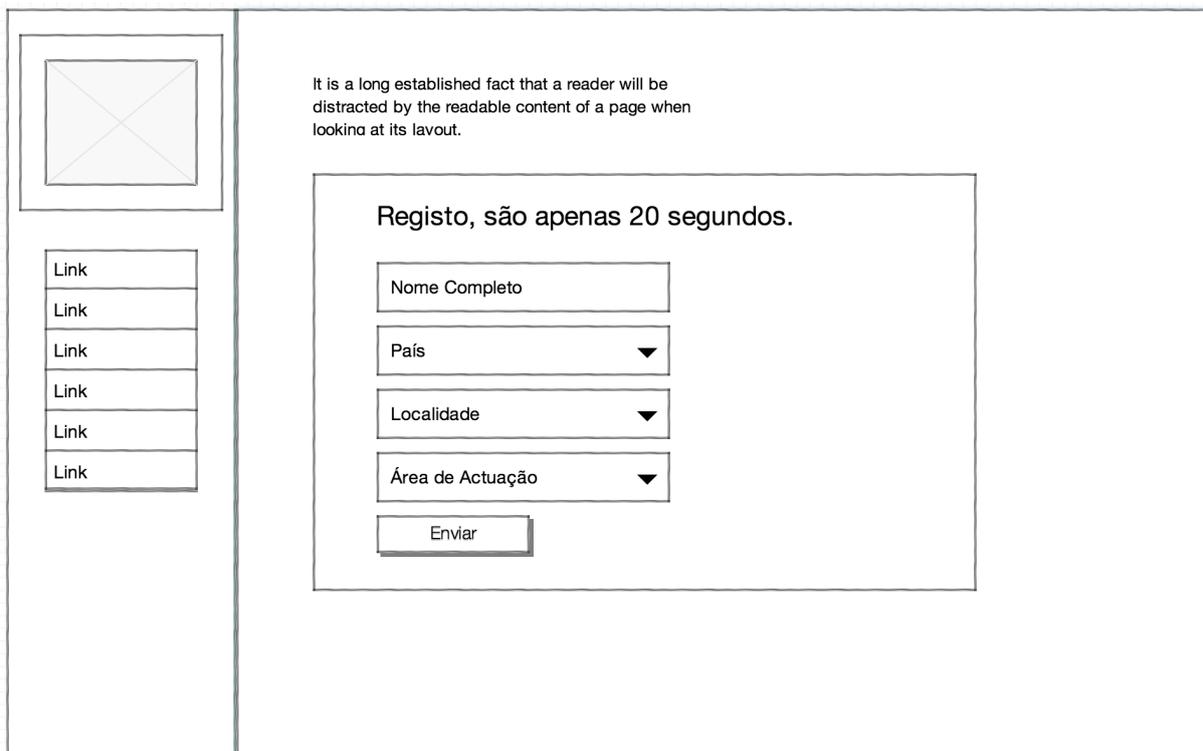


Fig. 13 - Protótipo de baixo nível da solução gráfica adoptada.

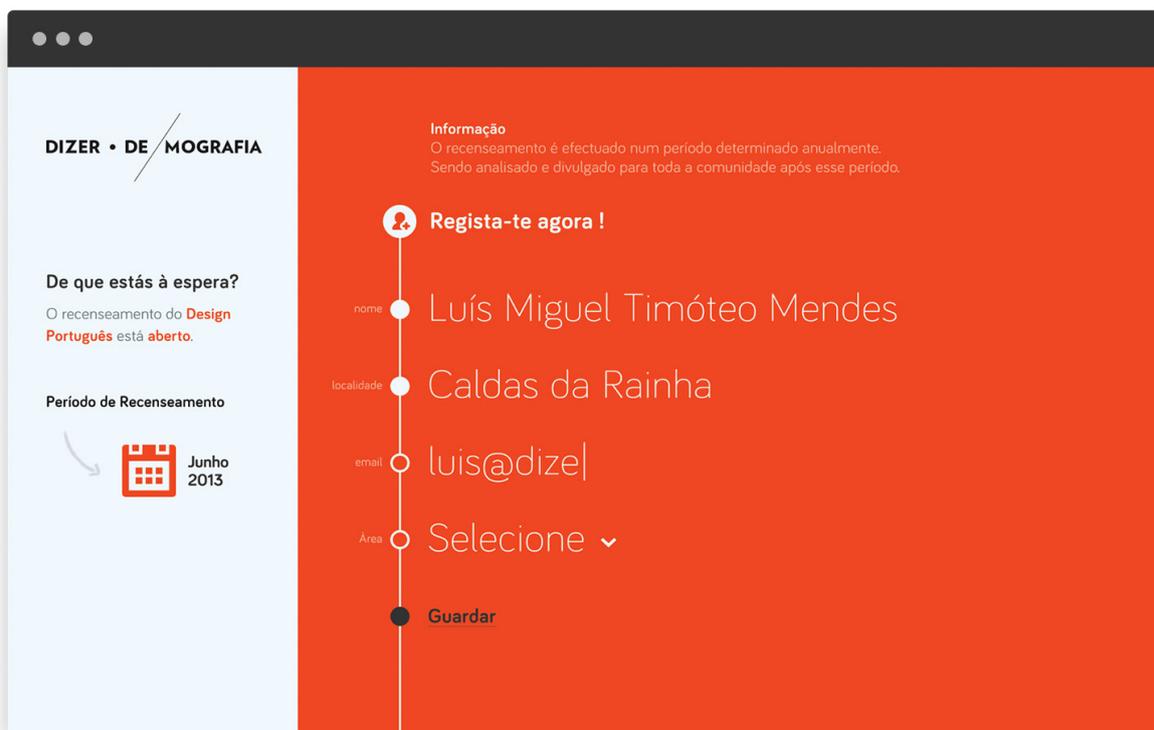


Fig. 14 - Protótipo de alto nível da solução gráfica adoptada.

Partindo deste último conceito, foram iniciados os desenvolvimentos gráficos que finalmente foram aplicados. Foi elaborado um guia dos principais elementos a utilizar, conferindo assim identidade à plataforma.

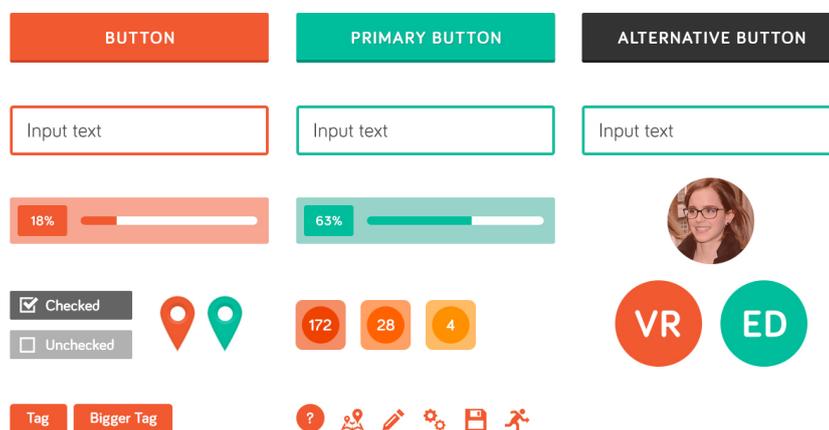


Fig. 15 - Elementos gráficos desenvolvidos.

Paralelamente ao processo de criação dos elementos gráficos anteriores, a escolha tipográfica da plataforma foi essencial. Foi adoptada a fonte gratuita Bariol², uma fonte geométrica arredondada e sem serifa, conferindo uma boa legibilidade mesmo em tamanhos pequenos. Este tipo de letra revelou-se bastante legível na sua principal aplicação, o meio digital.

Bariol Font

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

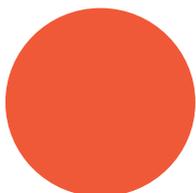
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

2 Atipo, acedido em 11 de Junho de 2013, <http://www.atipo.es>

A paleta de cores deste projecto foi escolhida com base numa tonalidade utilizada no projecto Dizer Design, o verde, conferindo assim uma ligação com o seu projecto mãe. A segunda cor principal, o laranja, reconhece uma identidade única à plataforma, funcionando assim em sintonia com o cor verde.

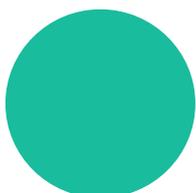


Laranja

Pantone 171 C

Hex ~ #F15930

CMYK ~ 0% 80% 85% 0%



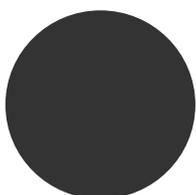
Verde

Pantone 3275 C

Hex ~ #1ABC9C

CMYK ~ 73% 0% 52% 0%

Para grande parte do texto presente na plataforma é adoptado um cinza escuro, este ao contrário do preto puro, ganha maior suavidade em ecrãs digitais, propocianando uma melhor leitura³.



Cinza

Pantone 447 C

Hex ~ #333333

CMYK ~ 69% 63% 62% 58%

Tendo como orientação todas as especificações anteriormente referidas, procedeu-se então ao desenvolvimento dos protótipos de alta-fidelidade, estes sim já prontos para serem implementados.

xxxxxxxxxxxxxxxx

3 Superfluosbanter, acedido em 13 de Junho 2013, <http://superfluosbanter.org/archives/2004/05/when-black-is-not-black/>

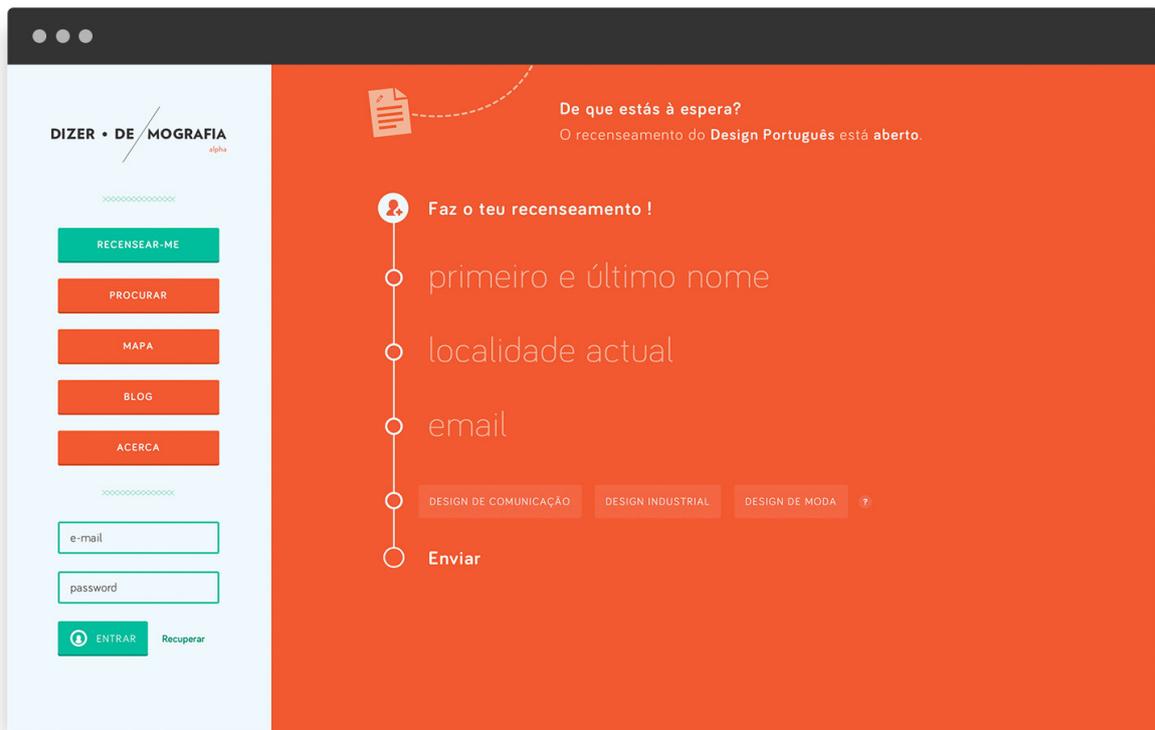


Fig. 16 - Página inicial da plataforma.

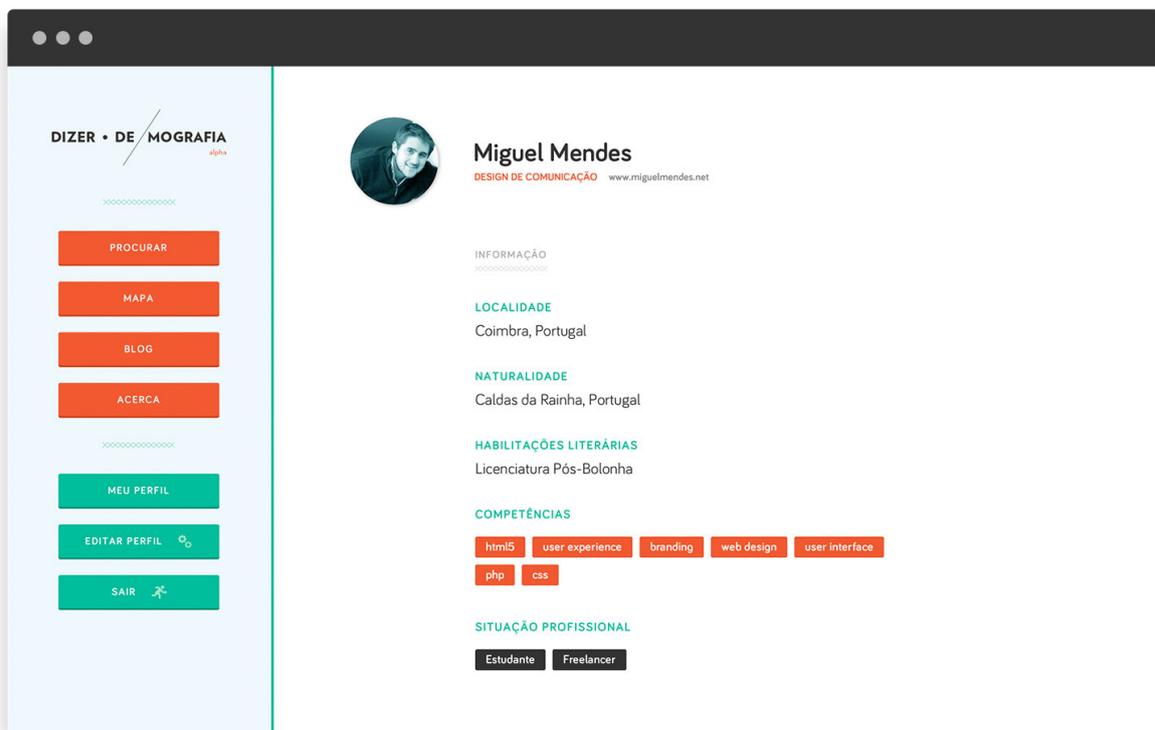


Fig. 17 - Layout correspondente à página de perfil do designer.

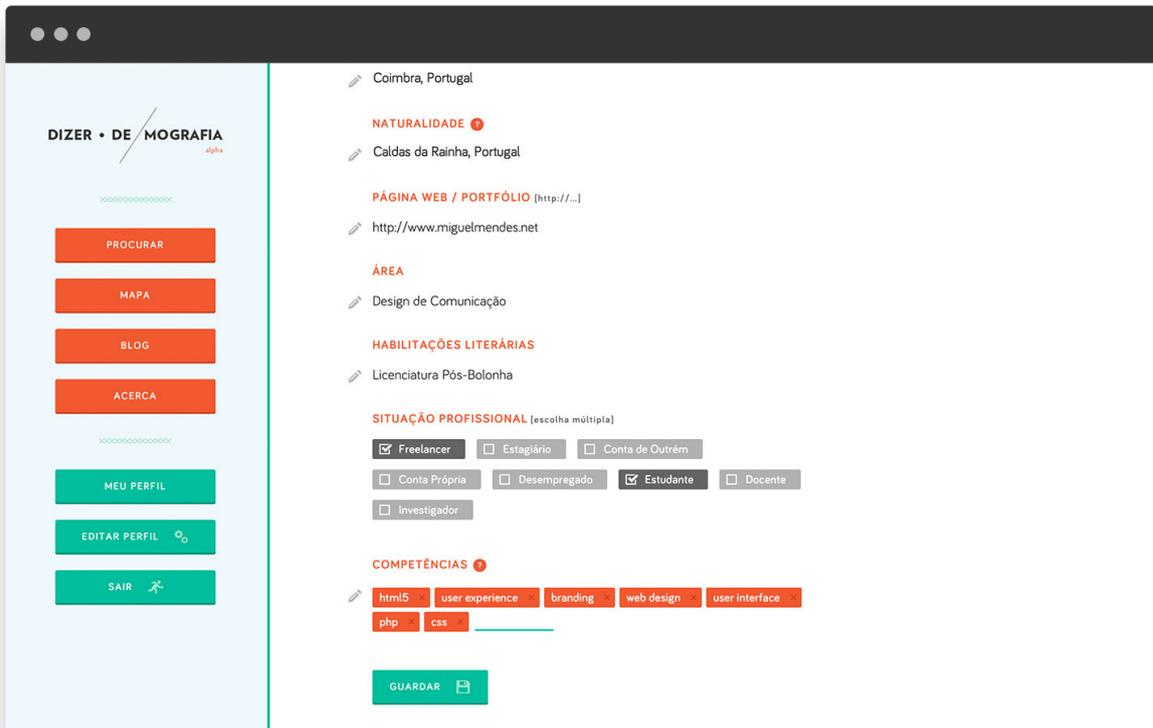


Fig. 18 - Layout correspondente à edição de perfil.

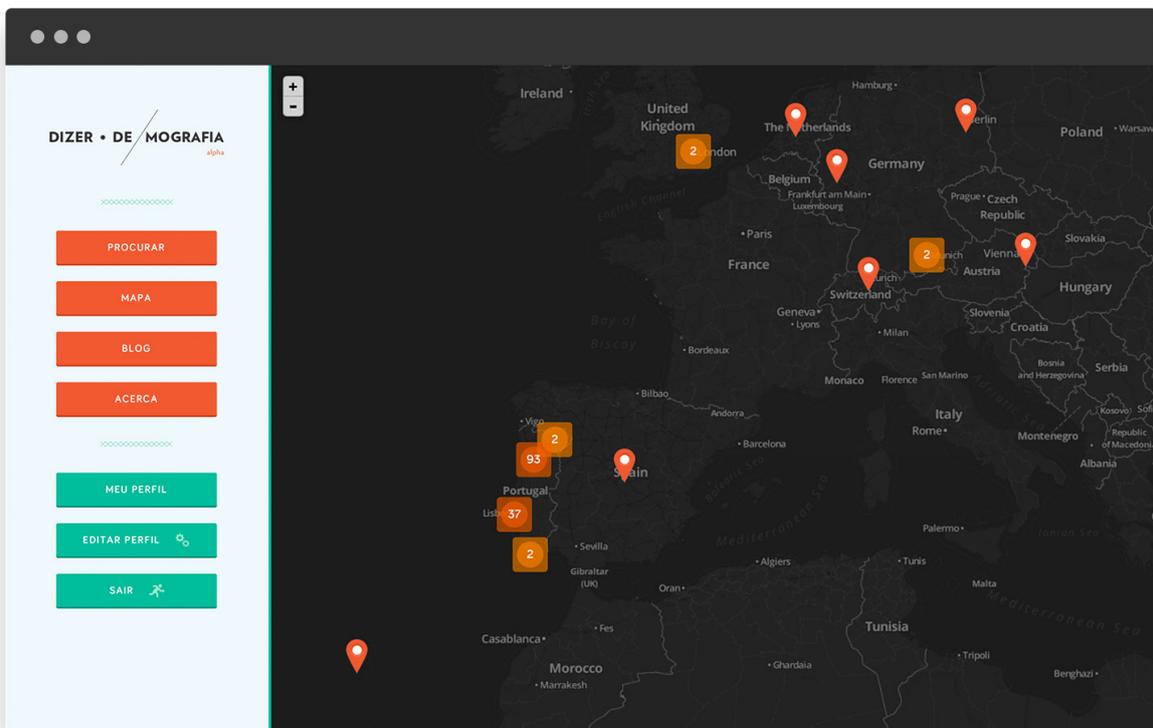


Fig. 19 - Layout da página Mapa

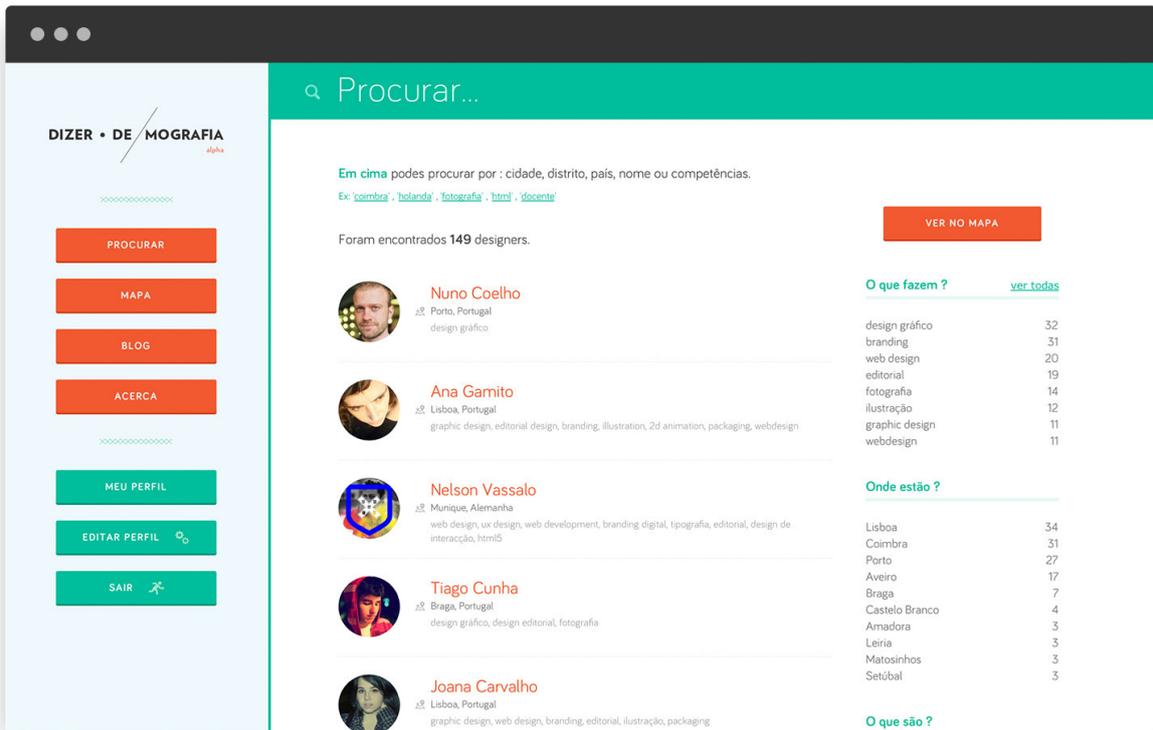


Fig. 20- Layout da página de procura de desingers.



Fig. 21 - Layout da página Blog.

Os layouts para dispositivos móveis foram também desenvolvidos, tendo em conta o crescente uso de *smartphones* na visualização de sítios web.

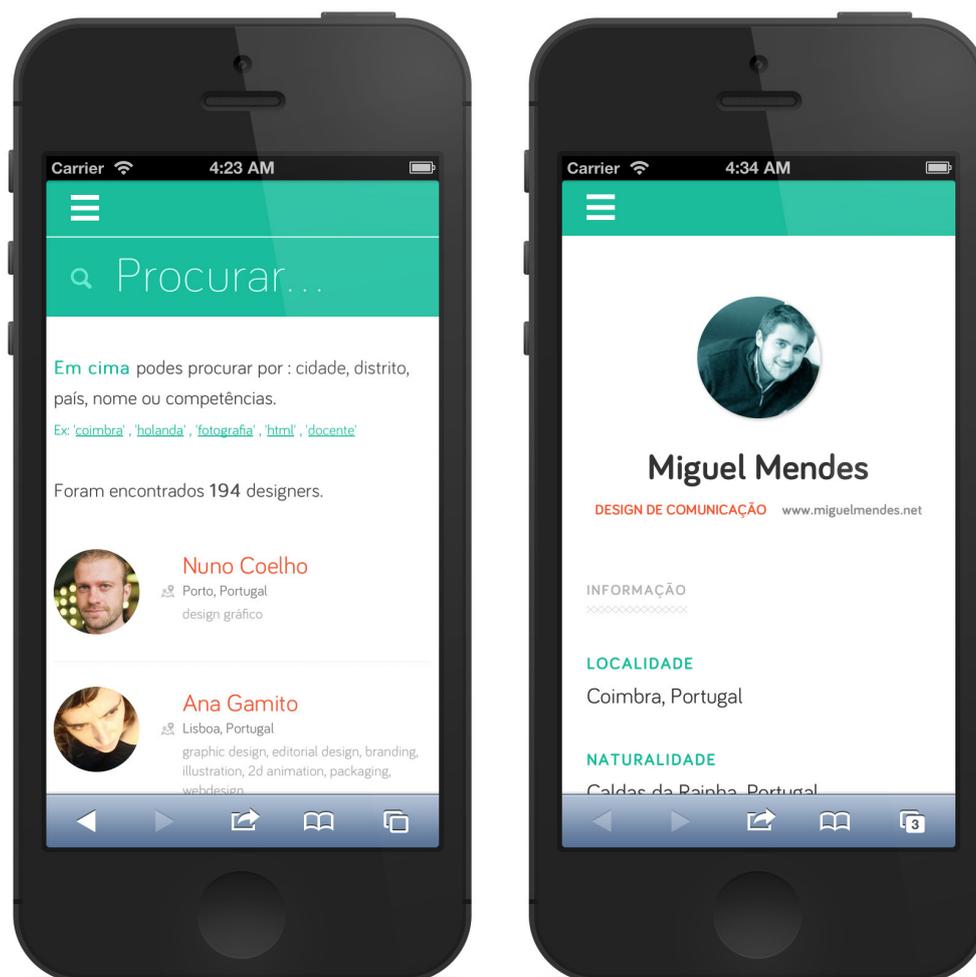


Fig. 22 - Layout versão dispositivo móvel

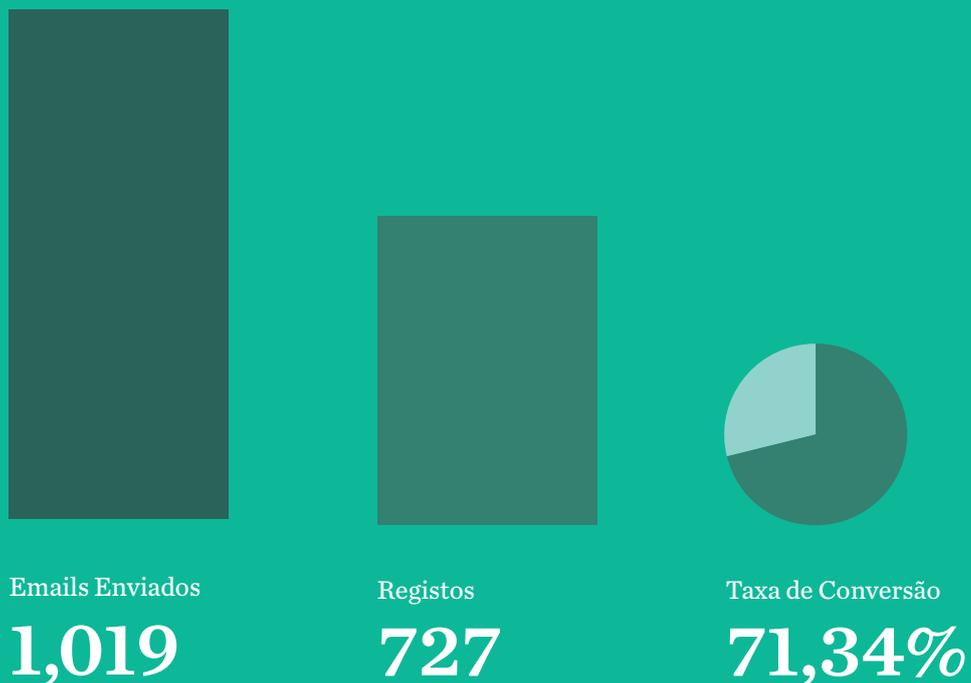
DADOS ESTATÍSTICOS

CONVITES NEWSLETTER / PLATAFORMA

Emails abertos convertidos em Registos (Conversão directa)



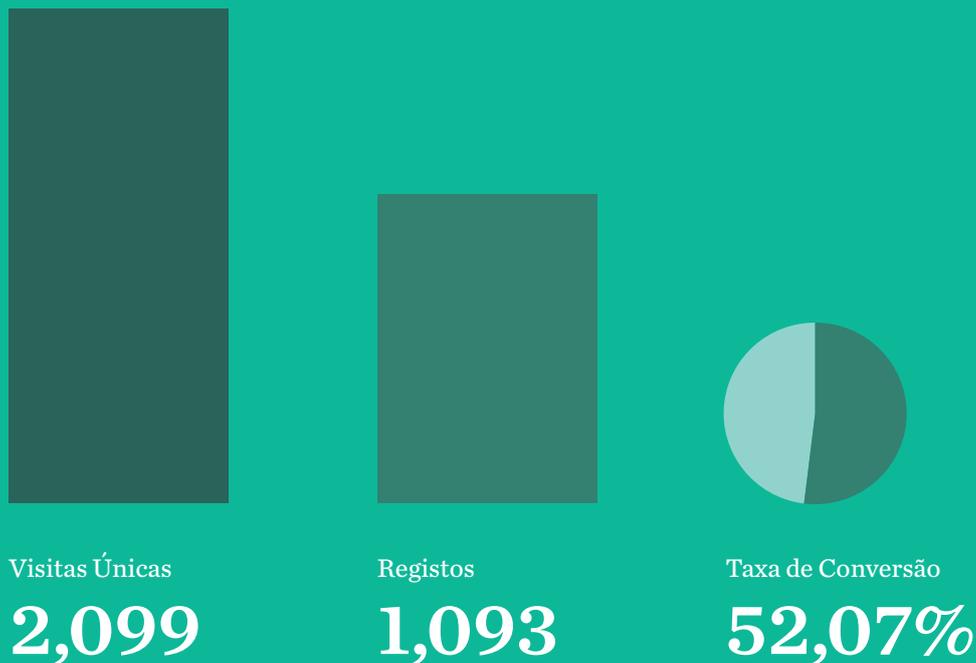
Emails enviados convertidos em Registos (Conversão total)



DADOS ESTATÍSTICOS

TOTAL DE REGISTOS / PLATAFORMA

Visitas Únicas convertidas em Registos



Totais da Plataforma

Visitas

3,320

Visualizações de Página

28,623

Visitantes Únicos

2,099

Média de Páginas por Visita

8.62

Duração Média da Visita

00:07:14s

TRABALHO FUTURO

O trabalho apresentado neste documento dá continuação ao projecto Dizer Design, iniciado pelo designer e investigador Eduardo Nunes, orientador deste projecto, através da sua dissertação de mestrado em 2011. No entanto, e visto o actual projecto Dizer Demografia estar efectivamente lançado, e com perspectivas de crescimento, estão criadas as condições necessárias para reunir uma comunidade nacional de designers mais completa e abrangente.

Perante isso, o ponto central e lógico, será integrar esta comunidade sob o nome Dizer Design, conseguindo assim uma estrutura central, com uma designação mais clara. Esta integração pretenderá assim tornar o Dizer Design na comunidade portuguesa, e o Dizer Demografia no esforço de recenseamento anual, com base nos dados recolhidos.

Acreditamos que a continuação do esforço iniciado neste projecto será recebida com satisfação pela comunidade que representa, visto que estão conciliadas as estruturas para que este projecto continue a contribuir para um melhor entendimento desta disciplina.

CONCLUSÃO

O projecto Dizer Demografia resultou, acima de tudo, em aprendizagem. As peças constituintes no seu desenvolvimento foram de extrema instrução, tendo alcançado um cumprimento efectivo neste momento avaliativo obrigatório e integrado no plano curricular de Mestrado. No entanto, construir de forma independente todo um produto a partir de uma ideia, revelou-se um desafio inicial bastante interessante e motivador.

A necessidade em sub dividir tarefas, de tão várias áreas, foi um teste à capacidade autónoma em gerir e desenvolver um projecto autoral desta dimensão. Tarefas relacionadas com design, programação e marketing, tocaram-se constantemente, tendo-se isso revelado bastante instrutivo.

Ainda numa fase embrionária foi necessário prever este projecto como um todo. Uma das decisões que se revelaram de grande impacto foi a apresentação pública inicial, resultando numa audiência de proporções consideráveis em torno do que se pretendia fazer, e reunindo assim o interesse directo de cerca de um milhar de pessoas. Estes interessados foram também periodicamente notificados, através de envio de newsletters, acerca dos desenvolvimentos conseguidos, mantendo assim o interesse no projecto. Tudo isto se revelou um grande trunfo no lançamento final.

Os objectivos foram assim transformados numa plataforma que responde às necessidades identificadas inicialmente, o que é, de resto, verificável pelo facto de o site angariar já perto de 1100 utilizadores, com apenas uma semana de registos fechados, e dois dias de registo aberto ao público, uma adesão sintomática do desejo latente que se faz sentir na comunidade de design nacional, por uma representação mais inclusiva, séria e consequente.

DADOS ESTATÍSTICOS FINAIS

TOTAIS

Página Apresentação + Plataforma (www.dizer.de/mografia)

Visitas

6,951

Visualizações de Página

33,862

Visitantes Únicos

4,735

Registos

1,093

Facebook (www.facebook.com/dizerdesign) + Newsletter

Facebook - Número de novos Fãs / Total da página Dizer Design

1,373 / 2,840

Registos na Newsletter

1,019

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Afonso, Lúcia. Victor Palla in Um Tempo e um Lugar. Dos anos 40 aos anos 60. Dez exposições gerais de artes plásticas, Museu do Neo-Realismo / CM de Vila Franca de Xira, 2005.

Almeida, Victor Manuel Marinho “O Design em Portugal um Tempo e um Modo - A institucionalização do design Português entre 1959 e 1974.” PhD diss., Universidade de Lisboa, 2009.

AND - Associação Nacional de Designers “Acções”, acedido 12 de Fevereiro 2013, <http://www.and.org.pt/about/action>

Bártolo, José (1 de Outubro de 2006). O Estado do Design. Reflexões Sobre Teoria do Design em Portugal. Artcapital: [http:// www.artcapital.net/opinioes.php?ref=30](http://www.artcapital.net/opinioes.php?ref=30)

Cândido dos Santos, Univ. Porto: Raízes e Memórias da Instituição. Universidade do Porto, 1996

Design Industry Research 2010 (Design Council, 2010)

Design351's Blog. “António Garcia, o designer do quotidiano” Outubro, 2010. [http:// design351.wordpress.com/2010/10/21/antonio-garcia-o-designer-do-quotidiano](http://design351.wordpress.com/2010/10/21/antonio-garcia-o-designer-do-quotidiano)

Diário da República. (2007) 2ª série - N.º 92 - 14 de Maio de 2007

Fragoso, Ana Margarida de Bastos Ambrósio Pessoa “Formas e expressões da comunicação visual em Portugal.” PhD diss., Universidade Técnica De Lisboa, 2010

Frederico Duarte, “O Design da Inquietação”, acedido 15 de Fevereiro 2013, [http:// www.05031979.net/2008/01/o-design-da-inquietacao](http://www.05031979.net/2008/01/o-design-da-inquietacao)

Nunes, Eduardo Miguel Morgado “Dizer Design - O design gráfico periférico português” Master diss., Universidade de Coimbra, 2011

Sigarra - Sistema de Informação para Gestão Agregada dos Recursos e dos Registos Académicos - “Antecedentes da Universidade do Porto”, acedido 15 de Janeiro 2013, http://sigarra.up.pt/up/pt/web_base.gera_pagina?p_pagina=122251

Tipografos. “Daciano da Costa, designer português”, acedido 15 de Janeiro 2013, <http://tipografos.net/portugal/daciano-da-costa.html>

Tipografos. “Maria Keil”, acedido 15 de Janeiro 2013, <http://tipografos.net/portugal/maria-keil.html>

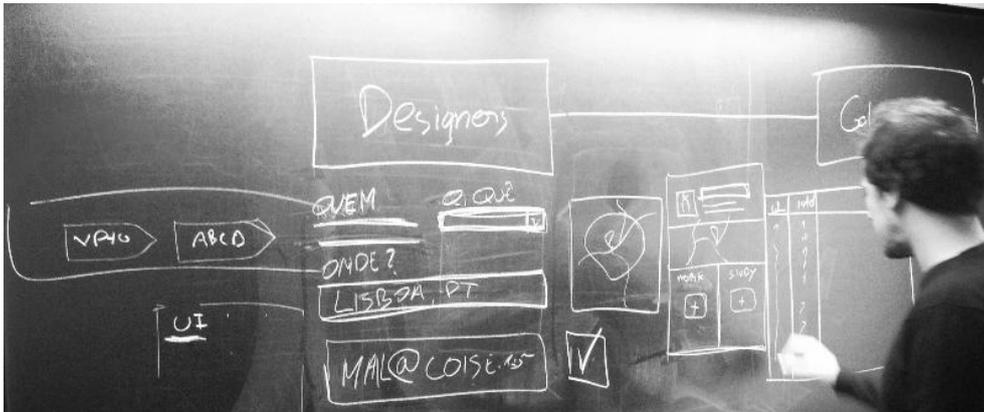
Tipografos. “Sena da Silva, designer português”, acedido 15 de Janeiro 2013, <http://tipografos.net/portugal/sena-silva.html>

ANEXOS

NEWSLETTER #1

Olá!

Antes de mais, queremos agradecer a todos o interesse demonstrado no Dizer Demografia. Ficámos agradavelmente surpreendidos com o apoio empenhado e efusivo com que a ideia foi recebida por tanta gente, e queremos assegurar-vos de que estamos a trabalhar no sentido de fazer corresponder o resultado final à expectativa.



VERSÃO ALPHA

Ainda que o lançamento oficial da plataforma esteja previsto para Junho de 2013, contamos começar em breve a distribuir convites de acesso a uma versão Alpha, que servirá o duplo propósito de identificar falhas críticas e testar os diferentes modelos de interação em desenvolvimento.

Os convites serão distribuídos progressiva e aleatoriamente, aos subscritores desta newsletter, pelo que os interessados não necessitam de tornar expressa a vontade de participar.

P3

Recentemente, tivemos o prazer de falar com o P3 sobre a iniciativa, num artigo publicado aqui.

Em breve teremos novidades. Até lá, reforçamos a nossa total abertura a críticas e sugestões, e convidamo-vos, caso ainda não o tenham feito, a juntarem-se a nós no Facebook.

Até breve.

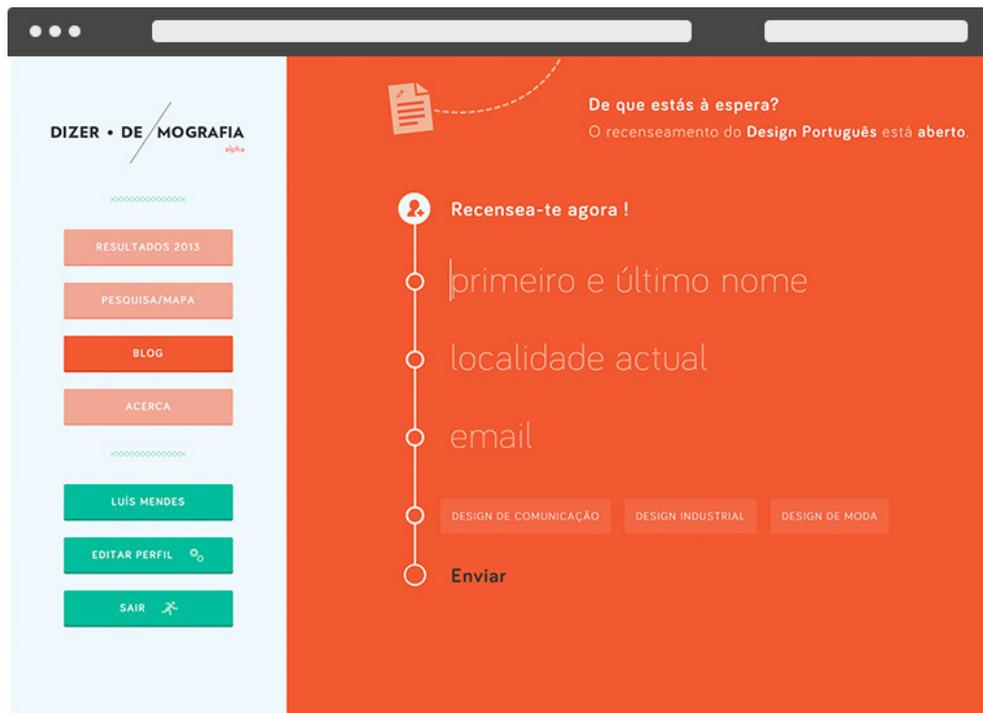
NEWSLETTER #2

Olá !

Antes de mais, pedimos desculpa pelo silêncio das últimas semanas: meramente um sintoma do trabalho árduo que temos conduzido, no sentido de conseguirmos em breve ter uma versão estável do Dizer Demografia on-line.

Para aguçar o apetite, deixamo-vos com algumas imagens do progresso actual dos trabalhos, que são naturalmente um work-in-progress constante. Deixamos ainda a garantia de que começaremos a distribuir convites para a primeira fase de testes nas próximas semanas – mantenham-se atentos!

Até lá continuamos, como sempre, abertos a sugestões, através da nossa plataforma de feedback em <http://dizerdemografia.uservoice.com>



Até breve.

NEWSLETTER #3

Olá!

Queremos agradecer, antes de mais, pelo interesse que demonstraste no nosso projecto. Depois de vários meses de trabalho árduo, estamos finalmente prontos para começar a abrir portas – e tu és um dos felizes contemplados com um convite para a primeira versão beta da plataforma.

[Regista-te!](#)

Nesta fase inicial, não há muito para ver, mas convidamos-te a registar, preenchendo a página de recenseamento, e a completar o teu perfil. É um pequeno contributo, mas que fará toda a diferença na construção de uma ferramenta que acreditamos já vir tarde.

Sendo uma versão beta, é natural que nem tudo funcione como esperado. Pedimos a vossa compreensão, e estamos à escuta de opiniões, ideias e sugestões aqui.

Até breve.

DIZER DEMOGRAFIA

Recenseamento do Design Português