

MÁRCIO ALVES DA ROCHA

# **ARQUEOLOGIA EM SERRANÓPOLIS**

UMA REFLEXÃO SOBRE A UTILIZAÇÃO DO  
DESIGN MULTIMÍDIA PARA A DIVULGAÇÃO DO  
PATRIMÔNIO CULTURAL

GOIÂNIA  
2006

UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
INSTITUTO GOIANO DE PRÉ-HISTÓRIA E ANTROPOLOGIA  
MESTRADO PROFISSIONALIZANTE EM GESTÃO  
DO PATRIMÔNIO CULTURAL

# ARQUEOLOGIA EM SERRANÓPOLIS

UMA REFLEXÃO SOBRE A UTILIZAÇÃO DO  
DESIGN MULTIMÍDIA PARA A DIVULGAÇÃO DO  
PATRIMÔNIO CULTURAL

Dissertação apresentada ao curso de pós-graduação em Gestão Profissional do Patrimônio Cultural, do Instituto Goiano de Pré-história e Antropologia da Universidade Católica de Goiás, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre.

**Orientador:**

Prof. Dr. Luiz Eduardo Jorge

Márcio Alves da Rocha

GOIÂNIA  
2006

ROCHA, Márcio Alves da  
Arqueologia em Serranópolis - Uma reflexão sobre a utilização  
do Design Multimídia para a divulgação do Patrimônio Cultural/  
Márcio Alves da Rocha. 2006. 65f. Dissertação (Mestrado  
Profissional em Gestão do Patrimônio Cultural) – Universidade  
Católica de Goiás, Goiânia.  
1. *Design* multimídia. 2. Tecnologia. 3. Estética Visual.  
4. Patrimônio Cultural. 5. Pré-história

MÁRCIO ALVES DA ROCHA

# **ARQUEOLOGIA EM SERRANÓPOLIS**

## **UMA REFLEXÃO SOBRE A UTILIZAÇÃO DO DESIGN MULTIMÍDIA PARA O PATRIMÔNIO CULTURAL**

Esta dissertação foi julgada adequada para a obtenção do Título de Mestre em Gestão do Patrimônio Cultural e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação do Instituto Goiano de Pré-história e Antropologia da Universidade Católica de Goiás

Goiânia, GO \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

---

Prof. Dr. Manoel Ferreira Lima  
Coordenador do MPGPC

### **BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Dr. Luiz Eduardo Jorge - Orientador

---

Prof. Dr. Emílio Fogaça

---

Prof. Dr. Juan Bernardino Marques Barrio

GOIÂNIA - GO  
2006

## **DEDICATÓRIA**

A minha esposa Liana, minhas filhas Marcela e Milena, razão maior do meu esforço e minha dedicação, minha mãe Maria Salete da Rocha e ao meu pai Gilberto Alves da Rocha e ao meu amigo Alexandre (*in memoriam*), que partiu apressadamente.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu orientador, Prof. Dr. Luiz Eduardo Jorge, principalmente por sua consulta na área imagética, e na análise dos *sites*, ao prof. Emílio Fogaça por sua disponibilidade em fornecer subsídios importantes para a efetivação da pesquisa, para a consulta dos dados sobre a região de Serranópolis e conseqüentemente para o bom andamento do trabalho, contribuição altruísta, da qual o trabalho não seria possível de ser realizado.

Aos docentes do Instituto Goiano de Antropologia e Pré-história, responsáveis pelos relevantes serviços arqueológicos prestados na região de Serranópolis, produzindo um material rico e vasto, para a consulta das futuras gerações e aos demais professores do corpo docente do Mestrado em Gestão do Patrimônio Cultural, em especial ao Prof. Manoel. As colegas Rejane e Rayane da Secretaria do Mestrado e aos demais colegas e alunos do Mestrado.

Aos colegas da ASCOM/UCG, especialmente para Sra. Eliane Borges, pelo apoio incontestado. Ao prof. Wolmir Amado e Giuseppe Bertazzo da UCG.

A todos os familiares da minha esposa que sempre me apoiaram e me incentivaram, que hoje também fazem parte da minha família, em especial a Sra. Edy-Lamar e Sr. Anajurê Borges de Resende.

A minha Mãe, Maria Salete da Rocha e ao meu Pai, Gilberto Alves da Rocha.

Aos meus irmãos, Maurício, Marcelo, Mauro, Mário Celso e Laura.

Aos amigos que sentiram minha ausência durante esse período.

Ao meu amigo Bruno Galiza, *designer* que além da grata companhia em algumas madrugadas, pôde contribuir para ampliar algumas discussões importantes.

*“Eis por que dizer, sem medo de errar, que o pensamento, a racionalidade, a imaginação e a afetividade são por natureza multimidiáticos e se contaminam mutuamente.”*

Arlindo Machado

## RESUMO

Nossa proposta dissertativa se constitui em defender o uso da *internet*, como canal multimidiático imprescindível para a divulgação de pesquisas de caráter científico, atuando especificamente sobre *sites* de arqueologia e pré-história.

Pretendemos com isso, questionar o posicionamento do *designer* frente às novas tecnologias, nos processos de criação e na busca da construção dos sentidos.

Discutindo a importância do uso de *websites* na Gestão do Patrimônio Cultural dentro de um contexto mais amplo, e relacionado a um sistema maior e mais complexo de percepções, diante das potencialidades e ferramentas disponibilizadas pela internet. Utilizando-se de elementos da semiótica peirciana para análise de websites que se propõem a tarefa de divulgação científica e de suas dimensões como produtos, queremos a partir disso, levantar caminhos que possam nortear nosso projeto: a construção de um site científico, sobre a prática arqueológica na região de Serranópolis - GO.

**Palavras-Chave:** *Design* multimídia - Tecnologia - Estética Visual - Patrimônio Cultural - Pré-história.



## **ABSTRACT**

The proposal of our work is to defend the use of internet as an essential mediatic channel to the spreading of scientific research, acting specifically on archeology and pre-history sites.

We intend, with it, to question the positioning of the designer towards the new technologies, in the creation processes and in the search of the meaning construction.

Discussing the importance of the use of websites in the Cultural Property Management in a wider context, related to a more complex and vast system of perceptions ahead the potentialities and tools brought by internet. Using elements of Peircean semiotics to the analysis of websites that consider the duty of scientific information and of their dimensions as products, we want, from this point, to raise ways that might lead our project: the construction of a scientific website, about the archeologic practice in Serranópolis – GO.

**Keywords:** Multimedia design – Technology – Visual Aesthetic – Cultural Property – Pre-history

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO 1 - DESIGN - FUNÇÕES E SIGNIFICADOS</b>	
1.1 <i>Design</i> - Definições .....	15
1.2 Origens do <i>design</i> .....	17
1.3 Relações entre o <i>design</i> e a arte .....	19
1.4 O <i>designer</i> frente às novas tecnologias .....	21
1.5 Repercurssão dos meios digitais .....	25
<b>CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA E ANÁLISE</b>	
2.1 Metodologia .....	28
2.2 Parâmetros utilizados para análise dos produtos midiáticos .....	28
2.2.1 Dimensão Material .....	30
2.2.2 Dimensão Sintática .....	30
2.2.3 Dimensão Pragmática .....	31
2.2.4 Dimensão Semântica .....	32
2.3 Justificando escolhas .....	33
2.3.1 <i>Site</i> 1: Archaeology info .....	33
2.3.2 <i>Site</i> 2: The leakey foundation. ....	37
2.3.3 <i>Site</i> 3: Talk Origins .....	41
2.4 Impressões a respeito dos <i>sites</i> analisados .....	44
<b>CAPÍTULO 3 - PROPOSTA PROJETUAL PARA O SITE</b>	
3.1 Divulgação científica e experiência multimídia - fundamentações ..	46
3.2 A construção do <i>website</i> sobre a pesquisa arqueológica em Serranópolis .....	47
<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>57</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>63</b>

## INTRODUÇÃO

As teorias de comunicação contemporâneas discutem as implicações societárias da centralidade e da importância que as mídias adquiriram cotidianamente em nossas vidas, alterando profundamente a sociabilidade humana e as formas de representação do mundo. Nesse ponto, o assunto ainda se desloca para outros níveis. Novas formas de tecnologia e novas formas de canais de comunicação ainda não foram devidamente explorados.

Os mais fervorosos críticos da cultura de massa (*Adorno, T. W. , Horkheimer, M., 1985*), costumam relegar os produtos ditos 'funcionais' para o rol dos produtos indignos de análises, ignorando dessa forma que a introdução de novas mídias possuem campo vasto para fruições bem mais complexas, cujos valores sociais, artísticos, pedagógicos e científicos ainda não foram convenientemente explorados e que portanto merecem um olhar mais analítico.

Iremos ver no decorrer do trabalho que em sua origem, a internet era uma ferramenta restrita somente ao domínio de especialistas e acadêmicos, não tendo nenhum uso comercial e que teve sua popularização somente com o advento de uma linguagem específica com a qual se pode explorá-la comercialmente e ampliar esse benefício ao público, ainda que não se possa afirmar que essa democratização se observe em todas as instâncias.

Diante disso, nossa proposta nesse trabalho é defender o uso da internet como canal midiático imprescindível para a divulgação de trabalhos de caráter científico, demonstrando com isso a importância da web como meio de comunicação, através da construção de um *website*<sup>1</sup> como obra de mediação, para a divulgação dos dados científicos especificamente relacionados a pesquisa realizada nos sítios arqueológicos localizados na cidade de Serranópolis - GO.

---

1 - Utilizaremos a palavra: *sites* e/ou *websites* comumente em inglês, porém já incorporado a nossa língua, para se referir ao suporte multimídia da internet, no intuito de evitarmos o termo *sítio*, em português (denominação esta que será utilizada preferencialmente neste trabalho, para se referir a sítios arqueológicos).

Precedendo de análises de *sites* que disponibilizam informações e pesquisas que visam a promoção de bens culturais e científicos. Nosso propósito é compreender as variáveis envolvidas, dentro de um sistema onde o *designer* disponibiliza a informação no sentido de obter uma resposta mais eficaz do usuário imerso nessa produção. Dessa forma, pretendemos compreender melhor esse fenômeno da recepção, a partir dessa análise, partindo da necessidade de aferir de modo articulado o processo de análise, produção e consumo do objeto comunicacional ofertado.

O objetivo proposto é procurar dar visibilidade ao conteúdo informacional científico, discutindo o *design* e sua influência nos processos de criação, na busca da construção desses sentidos e na obtenção da resposta previamente planejada, além da eficácia das estratégias utilizadas para obtenção desta resposta e comentar sobre a importância da pesquisa para o patrimônio cultural, dentro de um contexto mais amplo.

Em outras palavras, analisar principalmente como o *designer* pode obter a partir de sua interferência um determinado tipo de resposta e eficácia com a utilização da *internet* como um campo propício para a divulgação científica. Não somente vinculada a uma proposta descomprometida de consumo, mas sim a um sistema maior e mais complexo de percepções e implicações, considerando o ferramental tecnológico colocado à disposição do *designer* nesse processo, e conseqüentemente, na prática projetual.

Com isso, não pretendemos esgotar o assunto sobre o tema, tão pouco pressupor que com ele as questões mencionadas anteriormente sejam todas enfrentadas. Sobretudo, o objetivo principal é construir um discurso em um sistema hipertextual, conciliando assim não somente a teoria levantada sobre a informação científica obtida em Serranópolis - GO, mas divulgar essa informação, em um universo novo, regido por leis próprias de funcionamento e de transformações, com o uso de recursos presentes na criação de página para a *web*, colocando-nos através do nosso *site*, em situação de concorrência pela afirmação e legitimidade atra-

vés dessa produção e através dessa estratégia discursiva implementada, considerar os vários aspectos tecnológicos e recursos disponíveis.

Pretendemos com isso, demonstrar o quão eficaz pode ser a *internet* para divulgação científica, orientada sobre vários aspectos e com o uso de recursos próprios do meio, pode ser potencializada a inserção desses dados na grande rede, como benefício científico e também na obtenção de uma maior contrapartida da audiência que queremos atingir, sem contudo fetichizar a tecnologia, e ao invés disso, fazer com que as conquistas tecnológicas sejam utilizadas pelos sujeitos para a sua emancipação.

Desse fragmento queremos expor uma compreensão mais nítida de que, ao negarmos o papel e a contribuição que a mídia pode aportar na divulgação científica, estaremos negando também uma oportunidade para o desenvolvimento da capacidade do indivíduo pensar sobre a sua realidade e de nela interagir.

Portanto, para atender os objetivos da pesquisa, o presente trabalho foi organizado da seguinte forma:

**No primeiro capítulo** são explicitadas as questões que ainda persistem com relação a atividade do *designer*. Sua forma de atuação, suas especificidades e suas competências, visando assim uma maior esclarecimento da atividade. Invariavelmente, a atividade é confundida com a atividade publicitária, ou precede de um conceito de que o que se faz é arte, sem que sejam consideradas o predomínio altamente técnico da atividade, e o processo holístico na solução de problemas.

Pretendemos dissertar sobre a influência da tecnologia na criação de *websites* e o papel do *designer* dentro desse contexto, demonstrando os novos desafios que o *designer* tem enfrentado diante da tecnologia, e as variáveis envolvidas dentro desse aspecto.

**No segundo capítulo**, definimos os parâmetros utilizados para a análise de *sites* que apresentam propostas similares, obtendo um maior entendimento sobre alguns *sites* que se propõe na divulgação de dados científicos, mais

especificamente sobre arqueologia e pré-história.

Iremos considerar em nossa análise, aspectos técnicos, alguns aspectos informais, assim como elementos da semiótica Pierciana, ou seja, as dimensões semióticas dos produtos. Pretendemos com isso avaliar qual o melhor caminho a ser tomado a partir dessa análise. Considerar as variáveis envolvidas e com isso buscar o caminho mais coerente para a construção e divulgação do nosso trabalho.

**No terceiro capítulo**, dissertamos sobre a construção do *site* como proposta e as justificativas que culminaram em sua execução, os caminhos desse percurso e a conseqüente divulgação da pesquisa.

E por último apresentaremos nossas considerações finais sobre nossa proposta dissertativa e conseqüentemente a relevância desse trabalho para a preservação do Patrimônio Cultural, inserido num contexto mais amplo.

## CAPÍTULO 1 - DESIGN: FUNÇÕES E SIGNIFICADOS

### 1.1 - Design - Definições

Invariavelmente, todo trabalho dissertativo sobre *design* se inicia pela conceituação da atividade. Paradoxalmente, um problema antigo de uma atividade relativamente nova e não devidamente estabelecida, diriam os *designers*.

Não raro a definição da atividade se dá a partir de referenciais comparativos com atividades correlatas, como a publicidade, a arquitetura e as artes plásticas. Sua legitimidade ainda não se configurou por completo, fato que de certa forma se assemelha muito com a arqueologia, que apesar de ser uma disciplina respeitada e portanto já estabelecida, ainda sofre com distorções, desinformação ou estereótipos relativos ao meio.

Docentes, *designers* e estudantes, têm tido dificuldades em estabelecer uma definição mais concreta e unânime. Talvez essa recorrência advenha do fato de que cada autor, tenha a necessidade de precisar exatamente o seu ponto de vista, na reafirmação da sua independência intelectual como crítico-criador na definição da qual se aproxima mais da sua forma de atuar, ou devida a tamanha complexidade estrutural que constitui o *design* como atividade multidisciplinar.

*Design* é uma profissão de síntese: “Uma atividade contemporânea que nasceu da necessidade de estabelecer uma relação entre diferentes saberes e diferentes especializações. *Design* é o equacionamento simultâneo de fatores sociais, antropológicos, ecológicos, ergonômicos, tecnológicos e econômicos, na concepção de elementos e sistemas materiais necessários à vida, ao bem-estar e à cultura do homem (REDIG. 1981, p. 45).

Barroso Neto nos mostra sua definição da atividade do *design*. Contudo, a ela são empregadas uma série de subdivisões entre nós já conhecidas para a atividade profissional que desenvolve projetos e produtos de comunicação visual

– objeto de nosso estudo – o que acaba também determinando definições mais específicas e detalhadas para essa área de atuação.

Como uma área de atuação ampla, o *design* que incorpora a noção de projeto em sua denominação, pode ter suas atividades divididas em: *design* de produto, que desenvolve o objeto tridimensional; *design* gráfico, ligado ao bidimensional e setor de impressos; e *webdesign*, que desenvolve, páginas da *web*. Entretanto, algumas discussões apontam o *webdesign* como mais uma atividade ligada ao *design* gráfico.

*Design gráfico é uma atividade técnica e criativa relacionada não apenas com o produto de imagens, mas com a análise, organização e métodos de apresentação de soluções visuais para problemas de comunicação. (International Council of Societies of Graphic Design)*

Faz-se necessário entender que o desenvolvimento tecnológico e a internet, inseriram no processo gráfico ao longo dos anos, novas ferramentas de trabalho, novos softwares e novos equipamentos, bem como novas formas de expressão, sobretudo na manipulação da imagem, que agora se configuram não somente estáticas, mas também imagens interativas e imagens em movimento, que exigiram do *designer* novas atribuições e conseqüentemente maior capacitação.

Portanto, o entendimento do termo “gráfico” hoje, não se restringe ao argumento tradicional, mas deve ser compreendido a partir de uma visão contemporânea abrangente e atualizada, permitindo uma compreensão mais exata da atividade e de suas novas atribuições.

A prática do profissional está direcionada para a criação e a produção de projetos visuais de diferentes peças gráficas, tais como: cartazes, folhetos, livros, revistas, anúncios, assim como produtos audiovisuais, multimídias, webpages, entre outros. Ao elaborar e executar um trabalho, este profissional encontra-se sempre entre dois pólos: de um lado, a necessidade de ser inovador, transformando e



recriando representações semióticas (estética/persuasão) e de outro, o compromisso de articulação e reprodução de signos convencionados de modo a tornar-se entendido pela audiência (informação). Atuando como um mediador entre autor/audiência, este profissional concentra seus esforços em como dizer o que o autor quer comunicar.

## 1.2 – Origens do *design*

Algumas questões com relação a origem do *design* ainda são alvos de contestações por parte de alguns teóricos. Mesmo não institucionalizada, o *design* gráfico não é uma atividade nova, pelo menos no que diz respeito a sua prática empírica, e sem o aparato técnico-científico que conhecemos hoje.

Em seu livro *A History of Graphic Design*, Meggs (1983,p.12) dá uma introdução para a história do *design* gráfico e a atividade :

Desde a pré-história, as pessoas tem procurado maneiras de representar visualmente idéias e conceitos, guardar conhecimento graficamente e dar ordem e clareza à informação. Ao longo dos anos essas necessidades têm sido supridas por escribas, impressores e artistas. Não foi até 1922, quando o célebre *designer* de livros William Addison Dwiggins cunhou o termo “*designer* gráfico” para descrever as atividades de um indivíduo que traz ordem estrutural e forma à comunicação impressa, uma profissão emergente que recebeu um nome apropriado. No entanto, o *designer* gráfico contemporâneo é herdeiro de uma ancestralidade célebre”.

Portanto, a história do *design* gráfico, enquanto área do conhecimento que investiga a evolução do *design* gráfico, existe mesmo muito antes de haver uma palavra para *design*. A crença de que a história e a crítica do *design* são novas áreas de investigação é um engano, segundo Philip Meggs: “a crítica de *design* e portanto, a investigação da sua história já existe desde o século XVI”. Meggs faz parte de uma tradição recente de historiadores que concluíram que a forma como

se compreende a história do *design* gráfico não depende da estrutura tradicional da história da arte. Contraditoriamente a essa questão, teóricos como André Villasboas (2001, p18) defendem que não é possível que aconteça ‘*objetos sem projetos*’ ou ‘*design sem designers*’. Em outros termos, defende que só é possível o *design* propriamente dito, à partir da revolução industrial.

A primeira preposição classifica como objetos de *design* peças produzidas anteriormente à formulação histórica do *design*, parecendo querer valorizá-la a partir desta classificação. Ora, *design* não é qualificativo de um juízo de valor, mas simplesmente um fenômeno historicamente determinado. Ao se classificar uma peça com sendo de *design*, não se está dizendo se ela é boa ou não, eficiente ou não, respeitável, funcional, bonita, harmoniosa, etc, mas simplesmente indicando que foi concebida a partir de determinadas circunstâncias históricas às quais o termo *design* faz necessariamente referência e das quais emerge a atividade como prática social necessária. Estas circunstâncias, em linhas gerais, se dão a partir da emergência da sociedade de massas e do processo de fetichização da mercadoria. Historicamente, o resultado deste contexto se deu no princípio do século 20, a partir de experiências das vanguardas históricas do Modernismo. Por isso, não parece apropriado imaginar um *design* sem *designers* a partir de produções que, ainda que absolutamente respeitáveis e muitas vezes de profunda importância histórico-cultural, estão circunscritas ao campo do artesanato ou dos primórdios da manufatura - e não ao campo do *design*.

A segunda aceção - de que é possível fazer *design* sem a consciência do *design* - perde sentido diante da constatação da atividade projetual como fundadora da própria noção de prática do *design*. (Villas-boas 2001, p18).

Contrariamente a Meggs, Villas-boas mostra a partir de suas impres-

sões, que não faz sentido a noção da existência do *design gráfico* sem a metodologia projetual que orienta a práxis e antes da industrialização oficialmente institucionalizada. Portanto, segundo sua opinião, nem todas as representações visuais podem ser consideradas produtos de *design*.

Dentro dessa discussão, a opinião de Villas-boas nos parece mais apropriada, considerando que o *designer* atua muito mais como um solucionador de problemas de comunicação, atividade que exige uma multiplicidade de competências e que requer uma formação multidisciplinar complexa e ampla, longe da prática empírica defendida por Meggs.

### **1.3 – Relações entre o *design* e a arte**

Meggs articula que é possível determinar uma história do *design*, de forma autônoma à história da arte. O questionamento do caráter artístico do *design* é uma das questões que tradicionalmente mais preocupam os que se deparam com os seus problemas conceituais pela primeira vez. São várias as opiniões sobre esse assunto e ainda estão longe de se chegar a um consenso. Existe o argumento de que *design* não deve ser chamado de arte, devido a uma determinada forma de se enxergar sua história relativamente e comparativamente à história da arte moderna e contemporânea.

A partir do século XIX o termo “arte” ganhou um sentido ideológico ligado a uma produção material transcendente e individual, enquanto os *designers* defendiam uma atividade funcional que atendesse aos anseios sociais. No século XIX novas necessidades sócio-econômicas levaram a uma cisão nas atividades ditas artísticas, havendo a partir daí uma diferenciação gradual, porém bastante evidente, entre *designers* e artistas plásticos.

É importante entendermos que “arte” não precisa ser um termo restritivo ligado a qualquer atividade profissional. E. H. Gombrich, historiador de arte, procurava em sua obra não produzir uma leitura relativista da arte, daí a afirmar que “nada existe realmente a que se possa dar o nome de Arte”. Qualquer coisa pode

ser chamada de arte desde que alguém a considere assim, não precisa ter sido feito por um artista plástico, ou um *designer*.

O italiano Giulio Carlo Argan, historiador da mesma geração de Gombrich, propõe uma visão mais abrangente da arte moderna, entendendo-a como momento de reavaliação de si mesma em sua crise histórica, considerando os vários campos do *design* como manifestações artísticas legítimas da modernidade.

Mas como a forma usual da palavra arte tem sido muitas vezes, ideologicamente restritiva, não há interesse por parte dos *designers* de se sujeitarem as ideologias de outras áreas. Isso se deve principalmente ao fato de que existem várias ideologias que desvalorizam o *design* e a reprodução técnica. Walter Benjamin em seu famoso artigo - *A Obra de arte na era da Reprodutibilidade Técnica*, discorre longamente sobre o assunto.

Podemos especular que o *design* não é arte na medida em que o produto do *design* invariavelmente possui um público-alvo, um cliente que esteja remunerando pelo projeto, do qual se espera um resultado eminentemente financeiro, o que muitas vezes gera amarras, não deixando margens para a expressão artística do *designer*. Podemos contra-argumentar que, dentro desses moldes rígidos, o *designer*, por consequência, consegue subverter essa lógica altamente restritiva do projeto e, de forma original, obter uma solução sofisticadamente criativa, em variáveis sentidos, entre um deles, uma sofisticação que a aproxima do status requerido para ser considerado um objeto de arte.

Em outras palavras, é possível hoje que encontremos exposições e bienais, que exibem peças gráficas como autênticos objetos de arte, o que acaba por gerar ainda um campo vasto para discussões, de tal maneira que na medida em que alguns produtos são elevados a essa categoria, são criadas novas relações.

São peças que invariavelmente traduzem os rumos e caminhos que o *design* gráfico irá percorrer, criando e estabelecendo estruturas de signos cujo repertório ainda não se encontram sob domínio de seus intérpretes ou a introdução

de um novo signo, com um certo grau de inteligibilidade face ao repertório ou sistema sógnico vigente, ainda sendo necessário sua compreensão a partir de uma fruição mais complexa e responsável, assim como a arte requer.

## **2.2 – O *Designer* frente às novas tecnologias**

O implemento da tecnologia trouxe à tona novas discussões sobre o uso dos computadores pessoais e a sua influência no *design* gráfico. Por consequência, o uso da informática e da tecnologia pode influenciar decisivamente numa mudança do ver, no modo de produzir e perceber o produto imagético da comunicação visual.

Em tese, os *designers* possuem autonomia no processo de elaboração de seus trabalhos como emissores, e conseqüentemente na influência sobre o fenômeno da recepção, produzindo diversos níveis de discursos e diferentes níveis de resposta durante a prática projetual. Seu discurso, seu posicionamento, sua articulação podem influenciar na disputa pelas relações objetivas entre as posições, indivíduos ou grupos causando interferência na audiência desses grupos.

De certa forma, todos os programas e recursos estão hoje disponíveis para os usuários, que utilizam os modelos de formatação e formalização pré-estabelecidas e repetitivas. Através desses recursos são formalizados conjuntos de procedimentos em que parte dos elementos constitutivos de determinado sistema simbólico, bem como suas regras de articulação sistematizados e simplificados, são postos à disposição de um usuário genérico. Essa disponibilidade de recursos e a própria estrutura de articulação dos programas, conduz, inevitavelmente, à produção estereotipada, ou seja, a gama de recursos disponibilizada pelos avanços tecnológicos não significa por si só uma maior qualidade dos produtos. Pelo contrário, não é incomum que ela leve à homogeneidade e à previsibilidade preemente dos resultados. A multiplicação, à nossa volta, de modelos pré-fabricados, generalizados pelos softwares comerci-

ais, conduz a uma impressionante padronização das soluções, com uma absoluta impessoalidade nos processos de criação, em que essa homogeneização da linguagem se repete, exemplificando a diluição estética e conceitual das estruturas discursivas promovidas pelo emprego desses softwares. Conforme Gruszynski (2000, p. 37):

A informática, ao ser introduzida como ferramenta de *design*, causou um momento inicial de certa padronização nos layouts, assentada na utilização desmedida dos recursos de vários softwares. A alteração técnica, disseminada rapidamente pelos computadores domésticos, fascinou pela facilidade com que uma ampla variedade de recursos gráficos tornou-se disponível ao usuário comum. Um universo técnico, que exigia formação profissional específica, abriu um campo de atuação para pessoas sem habilidade manual para desenhar, sem educação estética para compor um página equilibrada, sem paciência ou tempo para compor capas, relatórios, gêneros variados. De certo modo, essa noção mágica, fetichista, da execução fácil, criou a ilusão de que qualquer um seria capaz de desenvolver uma boa peça gráfica sem esforço e com rapidez.

Na *World Wide Web*, todos os esforços de desenho devem estar dirigidos à criação de um ambiente gráfico interativo que facilite a navegação hipermedial, que deve gerar arranjos gráficos favoráveis ao entendimento rápido e fácil da parte do usuário da web. Jim Heid (1998, p. 167) faz referência aos formatos estranhos e às abundantes incorreções gráficas que apresentam uma grande quantidade de páginas web:

Passe uma hora ou mais navegando pela *World Wide Web* e concluirá que a experiência editorial e tipográfica não é muito ampla no mundo da publicação web. (...) a razão é simples: a maioria dos pequenos sistemas de páginas web são operados por gente que não tem formação ou experiência editorial. Os padrões editoriais e tipográficos sofreram quando os programas gráficos possibilitaram que qualquer pessoa com um computador pudesse produzir materiais impressos. A democratização da publicação online na web está somente seguindo esta tendên-

cia. As características do hipertexto da web e sua orientação à leitura na tela do monitor introduzem aspectos únicos, que não aparecem no mundo da impressão tradicional.

Todas essas informações nos levam a crer que reside especialmente nessa questão o atual desafio do *designer* gráfico. O uso da tecnologia para construção de seu discurso deve ser precedido, ou estar acompanhado, de uma importante análise histórica sobre o embasamento do seu trabalho: o público-alvo. Isto quer dizer que o *designer* não pode reduzir-se a um mero operador de aparelhos, limitado a cumprir possibilidades impostas pelos programas hoje disponíveis.

Mesmo constatando que há limites de manipulação nos recursos tecnológicos hoje disponíveis, o *designer*, ao invés de se submeter simplesmente a um certo número de possibilidades impostas pelo aparato técnico, deve subverter continuamente a função da máquina que ele utiliza, manejá-lo no sentido contrário de sua produtividade programada.

Diante disso, consideramos que o ápice da tecnologia é justamente não percebê-la, não se entregando para soluções mecanizadas e pré-fabricadas. Para Nielsen (1999, p 33);

Ni siempre el medio está siendo usado para facilitar la vida del usuario y no es raro ver personas frustradas o perdidas en sitios mal hechos. Sitios mal proyectados tienen consecuencias de gran impacto que traen pérdida de dinero y de credibilidad. Sitios comerciales pierden sus clientes frustrados, antes que efectúen la compra. Lectores desnorteados en sitios noticiosos los abandonan antes de encontrar la información buscada. Alumnos en sitios educacionales mal proyectados no consiguen alcanzar sus objetivos de aprendizaje... y personas frustradas migran con facilidad a sitios de competidores, que están apenas a un click del mouse.

A nosso ver, é recomendável ao *designer* refletir sobre a lógica dos

instrumentos de trabalho colocados a sua disposição, e não apenas cumprir o projeto industrial das máquinas semióticas. O *designer* precisa reinventar as funções e finalidades dessas máquinas. Com isso, ele evita deixar-se escravizar por uma norma ou por um modo limitante de comunicar-se. Esta posição significa que as possibilidades da tecnologia não podem ser vistas como estáticas ou pré-determinadas. Ao contrário, elas passam a ser encaradas como o que está em permanente mutação, em contínuo redirecionamento, e crescem na mesma proporção que o repertório de obras criativas que elas possibilitam – por parte do *designer*, mas não apenas ele.

McLuhan aponta para a capacidade do artista em entender as mudanças perceptivas, advindas dos efeitos das tecnologias sobre os indivíduos. O autor deposita no artista a sua esperança em ver resolvidos os problemas de desequilíbrios provocados pelo aparecimento de um novo meio: *“O artista pode corrigir as relações entre os sentidos antes que o golpe da nova tecnologia adormeça os procedimentos conscientes”*. (McLuhan. 1964. p.86)

McLuhan, para enfatizar seu argumento cita Wyndhan Lewis: *“O artista está sempre empenhado em escrever a minuciosa história do futuro, porque ele é a única pessoa consciente da natureza presente!”* (Lewis apud McLuhan. 1964. p85).

Conforme o ponto de vista que estamos expondo, é tarefa do *designer* manipular os programas fazendo prevalecer o seu discurso criativo, evitando que a tecnologia, na versão dos *softwares* disponíveis para as atividades do *designer*, seja vista como um aspecto depreciativo do *design* e do processo criador. A implementação do seu discurso visual deve ampliar e subverter as possibilidades impostas pelo meio, as potencialidades inseridas nessas máquinas e programas que se propõem não apenas como auxiliares e facilitadores do trabalho do *designer*, mas a intervir no imaginário enfatizando a idéia de que o aspecto conceitual e discursivo deve prevalecer.

O questionamento do trabalho poético nas novas mídias surge no período atual exatamente pelas dúvidas surgidas em relação a posição do



*designer* frente às novas tecnologias digitais. Assim, pode-se encontrar os defensores das novas técnicas de criação e aqueles que são contrários a essas inovações. Se por um lado, se vê aqueles que estão preocupados em mostrar as potencialidades dos novos meios digitais, observa-se, também que, quando essa postura é levada a um grau extremo, há um distanciamento das questões poéticas e sensíveis ligadas ao ser humano.

Por outro lado, se vê aqueles que renegam todas as criações oriundas das novas tecnológicas, pois vêem essas criações como se fossem exageradamente mecânicas, técnicas e desprovidas de sensibilidade. Em virtude desses posicionamentos antagônicos é que surge o desejo desta pesquisa que está voltada para a convergência dos meios e para a possibilidade da complementação entre o tecnológico e o artístico. Não se pode concordar com atitudes extremas e com posicionamentos de exclusão. A arte digital é uma evolução das diversas tecnologias humanas, tendo portanto, sua função ligada à complementação e não a exclusão. Além disso, McLuhan mostra que os meios de comunicação estão se misturando, quebrando suas fronteiras rígidas. Assim, utiliza a definição de meios híbridos para aqueles que convergem dois ou mais meios:

O híbrido, ou encontro de dois meios, constitui um momento de verdade e revelação, do qual nasce a forma nova. Isto porque o paralelo de dois meios nos mantém entre formas que nos despertam da narcose narcísica. O momento do encontro dos meios é um momento de liberdade e libertação do entorpecimento e do transe que eles impõem aos nossos sentidos.  
(McLuhan.1964. p75).

### **2.3 – Repercussão dos meios digitais**

Além de McLuhan, Arlindo Machado reflete sobre a repercussão dos meios digitais. Em *Repensado Flusser e as imagens técnicas*, Machado analisa as obras de arte a partir das idéias de Vilém Flusser, demonstrando assim que

existe uma divisão importante na eficiência do computador. A primeira é regida pelo *hardware* e a segunda pelo *software*, lembrando que Flusser dá o nome de funcionário ao usuário que lida com essas máquinas, uma vez que o usuário conhece o programa, o software, e no entanto, não conhece o mecanismo capaz de gerar as imagens, assim como o processo codificador interno. Ao funcionário cabe a escolha das categorias que estão inseridas no sistema. Assim, sempre que há uma escolha, ela é programada em virtude da limitação de suas possibilidades pelo programa (software). Apesar de trabalhar com um programa, o funcionário como tem o direito de escolha, acredita que esteja criando mas na verdade ele está simplesmente repetindo uma operação que já havia sido planejada.

O artista precisa atuar diretamente na máquina e criar seus próprios programas. Agindo assim, o produto artístico terá características diferenciadas. Roger Black, *designer* de profunda repercussão, nos dá sua opinião a respeito da tecnologia e a sua interferência no campo do *design*, justificando uma posição menos fatalista. Segundo ele, o computador é apenas um facilitador, e nas mãos corretas, se produz um bom trabalho, da qual independe a interferência do computador, justificando que está ainda no ser humano a capacidade de criar e não na plataforma facilitadora.

O computador não trouxe grandes mudanças no *design*, apenas o tornou mais rápido e mais fácil. Pôs algum poder de layout em pessoas que antes não o tinham. Mas é como na música. Quando se tem um músico moderno realmente bom a trabalhar com meios eletrônicos, produz-se boa música. Se for um mau músico, produz-se barulho. (Black. 1998, p. 23).

Portanto, é de responsabilidade do *designer* explorar as linguagens, reinventar formas e procedimentos, experimentar novas possibilidades e como que testar os limites e finalidades dessas novas mídias. Isso quer dizer que as finalidades da máquina semiótica e sua utilização programada estão sempre em movimento, no sentido de que o “pré-concebido” está sempre em questão. É dessa

relação entre a técnica e imaginário que a comunicação visual e a arte digital, num sentido ampliado do conceito de arte, do qual faz parte o *design*, estão sendo construídas, questionando padrões, a utilização rotineira, estruturas rígidas e suas finalidades, permanentemente colocadas sob suspeita.

## CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA E ANÁLISE

### 2.1 – Metodologia

Tendo como referencial, *sites* que possuem o intuito de divulgar pesquisas científicas e sobre a pré-história, nossa metodologia se apóia em uma análise de *sites* similares. Nesse instante o papel do *designer* é de pesquisar conteúdos semelhantes ao *site* proposto e elaborar uma interface de acordo com o conteúdo em referência, observando de que maneira a utilização de determinados tipos de significantes, tecnologias e opções influenciam no produto final, tornando-o mais aceitável por parte de seu público-alvo, e mais relevante do ponto de vista da inserção da tecnologia nos diálogos através da Internet.

Se num dado momento não podemos afirmar diante das artes visuais o que é lícito ou não fazer em uma representação visual num *website*, ou seja, não nos é possível dizer o que é certo ou errado nesse campo específico, o que se deve ou não fazer diante das inúmeras variáveis intrínsecas ao projeto, podemos de forma paradoxal e contrária a esse raciocínio afirmar que é facilmente reconhecível um produto visual de aspecto nitidamente inferior, identificável, tendo em vista os despropósitos com os quais o autor lança mão de seus recursos.

Queremos crer com isso que nossa análise dos *sites* que se propõem a divulgar atividades arqueológicas e sobre pré-história, percorra um caminho não apenas técnico, mas que possam abordar maiores reflexões.

### 2.2 – Parâmetros utilizados para análise dos produtos midiáticos

Existem numerosas estratégias que possuem como finalidade avaliar os aspectos que envolvam a construção e a eficácia de *websites* como objetos midiáticos. Nossa proposta analítica desses objetos, não pretende com isso, pressupor que seja o único caminho a ser seguido, ou que com isso, tenhamos enfrentado ou dirimido todas as questões que envolvam essa complexa atividade comunicacional.

No intuito de fazermos uma análise mais coerente dos *sites* em questão, procuramos considerar também as dimensões semióticas do produto. Saliendo que os aspectos que envolvem a teoria semiótica no *design*, são elementos introdutórios, a partir dos quais é preciso que se desenvolva ainda uma metodologia mais consistente. Dessa forma, é preciso desenvolver procedimentos de forma a objetivar que o *designer* possa compreender os meios pelos quais os produtos ganham significação, considerando os modos sutis pelos quais os indivíduos interpretam um produto.

Criada por Charles Sanders Peirce, a Teoria Geral do signos, ou semiótica, desempenha um papel importantíssimo em estudos do campo comunicacional. Sua reflexão sobre a linguagem, o signo e significação pontua os momentos mais importantes da história do pensamento ocidental. Peirce rompeu com a dicotomia significante/significado, esclarecendo o processo de significação, com sua noção de interpretante. A semiótica se volta à investigação de signos e/ou significação. O que diferencia um tipo de semiótica de outro é a concepção e a delimitação de seu campo de estudo. Assim, essa variedade foi construída à medida que os estudos divergiam em seus pressupostos.

O nome semiótica vem da raiz grega *semeion*, que quer dizer *signo*." Semiótica, portanto, é a ciência dos signos, é a ciência de toda e qualquer linguagem." (p. 7) "A Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno de produção de significação e de sentido. (Santaella 1983,p13) .

Peirce elaborou uma ciência geral dos signos que pudesse dar conta do mundo, da experiência humana e garantir a sua comunicabilidade. Não obstante, nunca chegou a dar como rigorosamente acabada a sua divisão e classificação dos diferentes tipos de signos.

Para Décio Pignatari um dos pioneiros do estudo da semiótica no Brasil,

entre as principais finalidades da Semiótica ou Teoria Geral dos Signos, está a indagação sobre a natureza dos signos e suas relações.

Mas, afinal, para que serve a Semiótica? Serve para estabelecer as ligações entre um código e outro código, entre uma linguagem e outra linguagem. Serve para ler o mundo não-verbal: “ler” um quadro, “ler” uma dança, “ler” um filme – e para ensinar a ler o mundo verbal em ligação com o mundo icônico ou não-verbal. A arte é o oriente dos signos; quem não compreende o mundo icônico e indicial não compreende o Oriente, não compreende mais claramente por que a arte pode, eventualmente, ser um discurso do poder, mas nunca um discurso para o poder. (...) A Semiótica acaba de uma vez por todas com a idéia de que as coisas só adquirem significado quando traduzidas sob a forma de palavras. *(Pignatari 2004, p. 20).*

Segundo Bense (1971:78-82) as funções de um produto (objeto comunicacional), não podem ser explicadas considerando somente suas propriedades técnicas. Para se compreender a pragmática de um produto, todas as outras dimensões devem ser consideradas dentro da perspectiva pierciana. Sendo elas nos seguintes níveis: Dimensão Sintática, Dimensão Material, Dimensão Semântica e Dimensão Pragmática.

### **2.2.1 – Dimensão Material**

No nosso caso específico, as dimensões materiais serão consideradas somente quando articuladas com outras dimensões, uma vez que a composição do produto em termos materiais, são as mesmas, no nosso caso, o suporte web. Nesse caso, o aspecto material não influencia na análise das outras dimensões.

### **2.2.2 – Dimensão Sintática**

A dimensão sintática abrange a estrutura interna do produto e o seu funcionamento técnico, a estrutura diz respeito às partes e de que modo estão

interconectadas. A sintaxe de um produto pode ser ilustrada por desenhos técnicos e modelos, considerando detalhes como textura, desenhos, cores, ou seja, detalhes de sua composição formal. Simetria, equilíbrio, dinamismo e ritmo. Um detalhe não pode influir somente em um outro componente formal. Sua ação também se exerce sobre a forma total. Dessa forma, uma cor afeta não somente a impressão que temos de tamanho e dimensões, como afetam outros aspectos que se relacionam com essa cor, como um todo.

### **2.2.3 – Dimensão Pragmática**

A dimensão pragmática diz respeito, por exemplo, ao ponto de vista ergonômico ou sociológico (quem usa o produto e em que situação é utilizado), considerando o uso como a utilização prática de um produto. A dimensão pragmática de um produto, pressupõe o conhecimento prévio sobre os seus usuários. Um produto pode ter muitas funções e propósitos. Essa multiplicidade não impede que alguém defina qual a função principal para qual um objeto foi projetado.

Um caso clássico dessa dimensão seria, por exemplo, os produtos desenvolvidos pelos projetistas da Bauhaus. Seus objetos e mobiliários por exemplo, só se justificariam dentro de um contexto social e urbanístico profundamente transformado. Muitos de seus objetos poderiam fora desse contexto, ser considerados somente como puros instrumentos de consumo, e isolados de seu contexto ideal adquirem um significado bem pobre, uma vez que a dimensão pragmática de seus instrumentos, visavam forma de uso comum, que deveriam atingir todas as classes sociais, só adquirindo sentido nas intenções de seus projetistas.

Curiosamente, hoje um objeto proveniente desse período adquire uma nova dimensão, contrariando ainda mais a intenção de seus projetistas, adquirindo status de peça única, para o consumo de classes mais privilegiadas. Como se pode perceber, um produto pode ter muitas dimensões e propósitos, e ao

estabelecer a relação de um produto com a função primordial para qual foi projetada, uma pessoa não está impedida de apontar outros usos para um mesmo produtos.

Dessa forma concluímos que a dimensão pragmática de um produto não será suficiente para a descrição e explicação de um produto, sem levarmos em conta suas dimensões sintáticas e materiais.

#### **2.2.4 - Dimensão Semântica**

As qualidades expressivas e representacionais do objeto são os aspectos centrais da dimensão semântica. A grosso modo, a semântica refere-se ao estudo do significado, em todos os sentidos do termo. A semântica opõe-se com frequência à sintaxe, caso em que a primeira se ocupa do que algo *significa*, enquanto a segunda se debruça sobre as estruturas ou padrões formais do modo como esse algo é *expresso* (por exemplo, escritos ou falados).

### **2.3 - Justificando escolhas**

Para a proposta de nosso trabalho, foram escolhidos sites renomados e respeitados pela comunidade científica, que orientam seu conteúdo para a divulgação científica e para a pesquisa arqueológica e sobretudo a pré-história. Nesse sentido, nossa escolha recaiu sobre os seguintes sites: archeology info, The leakey foundation e Talk Origins. Tendo em vista dar legitimidade a nossa pesquisa, os parâmetros utilizados recaíram em sites que possuem notoriedade e relevância acadêmico-científica. Essas fundações, possuem uma rica trajetória no tratamento da informação que trata da origem humana, da pré-história e da arqueologia.

Por entendermos que se trata de um assunto pouco explorados em sites brasileiros que possuem essa natureza, ou seja, a finalidade de disponibilizar e socializar dados científicos sobre o assunto abordado, não indicamos nenhum website brasileiro.



### 2.3.1 – Site 1: Archaeology info - [www.archaeologyinfo.com](http://www.archaeologyinfo.com)

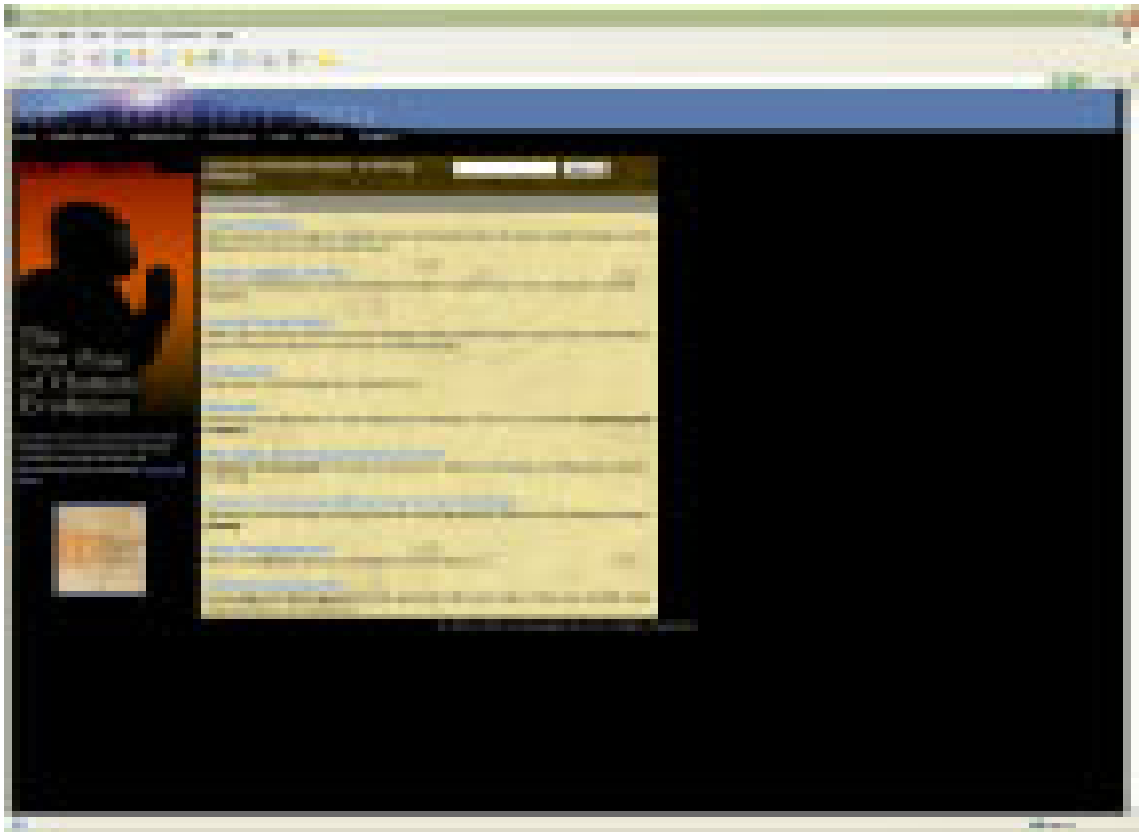


Figura 1: <http://www.archaeologyinfo.com/>

#### **Dimensão Sintática**

O site é disposto de maneira que sua configuração utilize o espaço útil do monitor quase que por inteiro, ainda que o espaço disponível não seja necessariamente aproveitado de maneira tão eficiente. Sua construção não se apóia num grid único que possa se repetir nas demais páginas, fazendo com que cada página possua uma configuração diferente na diagramação de seus elementos.

Tendo em comum, somente a imagem no topo do site, essa inconsistência entre as páginas pressupõe uma certa ausência de projeto, como se as páginas tivessem sido confeccionadas uma a uma, sem levar em conta o aspecto geral do site e como as informações se comportariam, não-objetivando uma maior integração entre os elementos que compõe e classificam e organizam as informações.

Para uma maior eficácia de um site como produto funcional, devemos levar em consideração uma organização mais coerente, definindo melhor a diagramação dos elementos visuais e utilizando-se recursos como: proximidade,

alinhamento, equilíbrio, proporção, simetria, cor, contraste, ordem, consistência, repetição, simplificação e integração, elementos estes que se referem à sintaxe da linguagem visual.

Os alinhamentos dos elementos geométricos e das imagens, nesse caso específico, colaborariam para uma maior sensação de integração entre as páginas do *website*. Nesse caso, a cor preta de fundo predomina, o que determina que o elemento cor, dê a consistência e a integração entre as páginas que o website requer. A utilização da cor preta de fundo, também ocasiona um bom contraste com as demais cores presentes no site, com as imagens, quadros, diagramas e gráficos. O desalinhamento dos textos, também nos leva a impressão de que as informações foram colocadas ao acaso, ou à medida em que fossem categorizadas e incluídas. Não há uma padronização utilizada no alinhamento dos textos, dos links ou das imagens, gerando alinhamentos ora centralizados, ora alinhados à esquerda ou à direita, interferindo substancialmente na configuração visual do website.

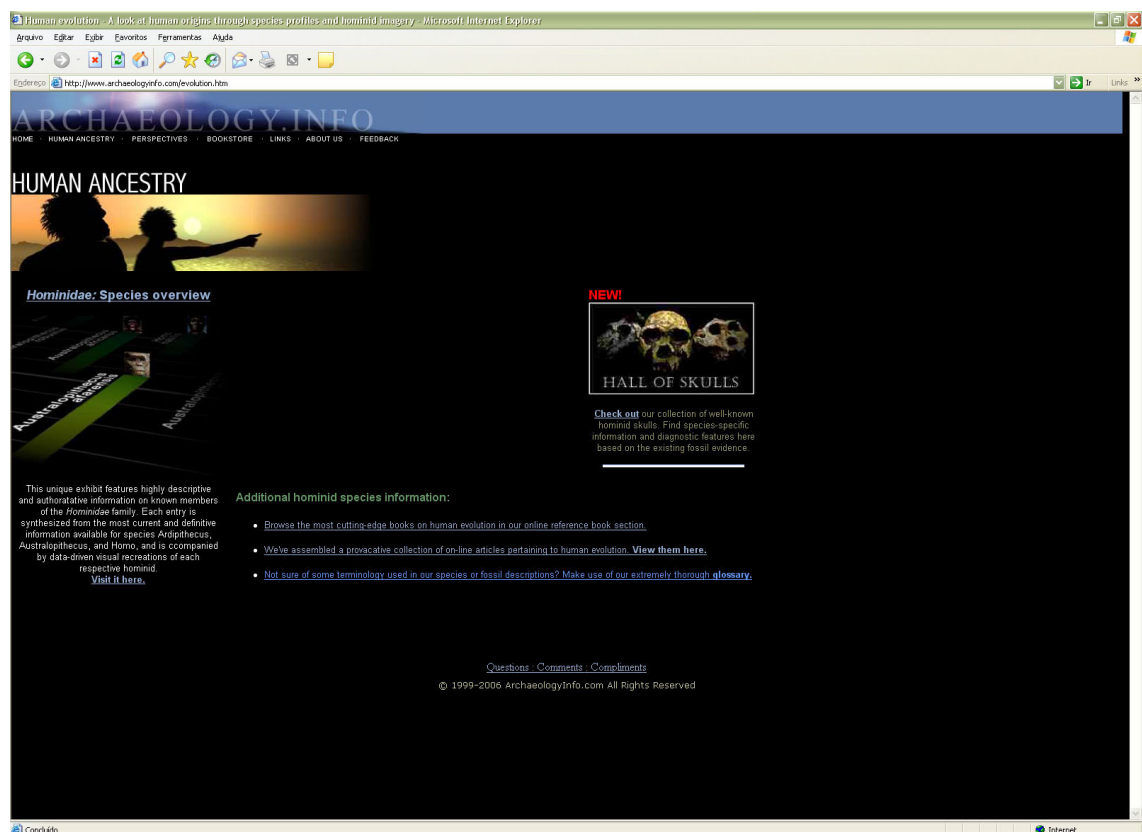


Figura 2: <http://www.archaeologyinfo.com/evolution.htm>

## Dimensão pragmática

Podemos considerar que as dimensões sintáticas interferem substancialmente na dimensão pragmática, uma vez que as cores, as imagens, sua diagramação, enfim, sua configuração geométrica na ocupação do espaço disponível e suas cores, são elementos que organizam e categorizam de forma hierárquica as informações, o que influi na forma como o site se comporta pragmaticamente. Portanto, uma subutilização dos aspectos sintáticos, acaba por diluir a praticidade da utilização do site em questão.

Em termos práticos é possível consultar seus dados, que a princípio são amparados por vasta bibliografia, função principal para qual o objeto foi projetado, que é a de divulgação científica. Existe inclusive, a possibilidade de se checar não apenas textos, mas também imagens, que não apenas ilustram, mas contextualizam o assunto tratado no *website*. São estes pontos a favor do *website* enquanto elemento de disseminação de conteúdo de arqueologia.

Há no entanto, como ora citado, uma pálida utilização das potencialidades do veículo. As informações encontram-se dispostas em caminhos demasiadamente rígidos e estáticos, diminuindo a possibilidade de criação de uma rede de informação que se constrói através da agregação de *hyperlinks* que gravitam sobre determinado assunto de forma mais dinâmica, que possam trazer informações complementares.

Essa é, sem dúvida, o maior diferencial da *web* em relação aos outros veículos, pois o conceito de *hipertexto* cria uma atitude completamente nova entre usuário e objeto. Esta nova atitude é desejável, pois disponibiliza uma quantidade de informações compatíveis com a disponibilidade de tempo que o usuário pretende dispensar para a navegação e o coloca numa posição de escolha, pressupondo mais liberdade e contribuindo para uma participação mais ativa por parte do usuário.

No caso do *site* analisado, são disponibilizados artigos que se configuram com linhas muito longas, tornando desconfortável a leitura dos textos disponibilizados. Além de tornar-se excessivamente textual, sem oferecer uma

experiência estética-imersiva, com a exploração de recursos multimídia presentes e disponíveis para utilização no ambiente virtual. Apesar de sua satisfatória praticidade, uma vez que o responsável pelo projeto pressupõe que o usuário possui competência prévia para o diálogo com o *site*, nossa avaliação não se atém e nem pretende julgar a qualidade das informações, mas sim sob os aspectos constitutivos do design.

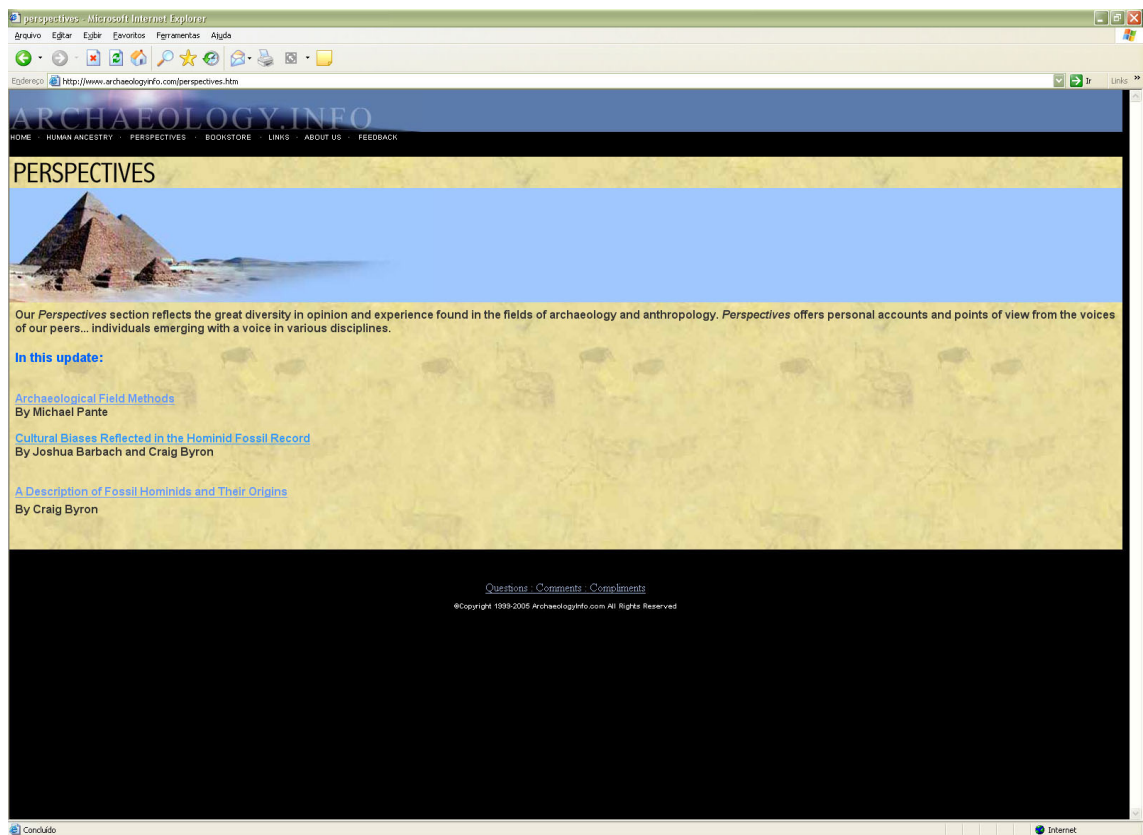


Figura 3: <http://www.archaeologyinfo.com/perspectives.htm>

## Dimensão semântica

Em termos de qualidades representativas, há vários pontos positivos no *website*. A presença de imagens com forte conexão para com o tema permitem que a temática do conteúdo esteja explícita, bem como o conteúdo presente.

Semanticamente, a solução dada projetualmente ao *website* obtém resultados satisfatórios, pois a absorção do conteúdo em termos de significação através das imagens presentes no projeto é bastante interessante. Há grande valor

agregado pelas imagens que contextualizam os dados e os textos disponibilizados pelo *site*.

Uma análise do produto, mesmo considerando suas diferentes dimensões, sempre irá recair sobre a ótica do interpretante. Diante disso consideramos que o projetista foi contido em suas interferências, podendo ter influenciado mais decisivamente no aspecto geral do site.

### 2.3.2 – Site 2: Leakey Foundation - [www.leakeyfoundation.org](http://www.leakeyfoundation.org)

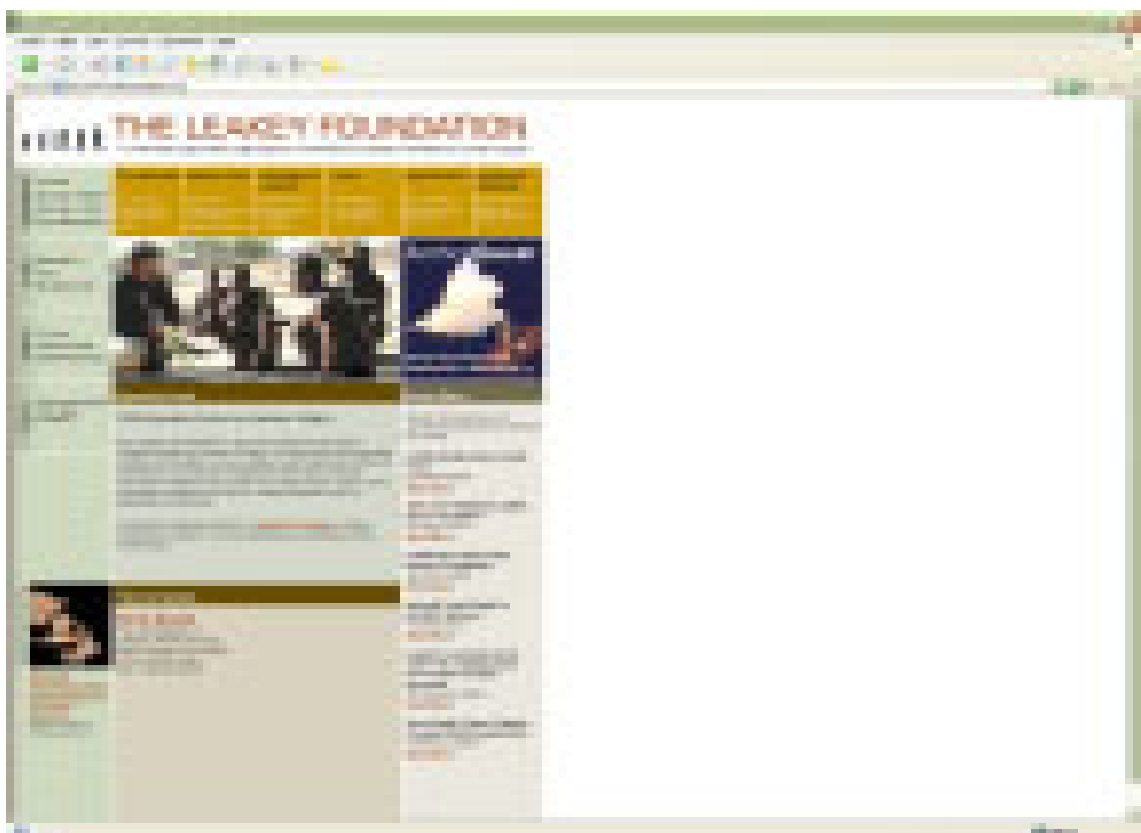


Figura 4: <http://www.leakeyfoundation.org/>

#### **Dimensão Sintática**

O *website* da fundação Leakey, notória por seus estudos sobre a origem humana, apresenta uma disposição bastante interessante do ponto de vista sintático. Ao nosso ver, faz uso de cores coerentes em tons pastéis e sóbrios, e que de certa forma nos ambientam no universo da arqueologia e da pré-história, com figuras geométricas nas cores que lembram elementos da natureza.

As informações são tratadas numa disposição já convencionalizada pela web, disposta num diagrama em colunas, onde a informação principal se encontra centralizada e com menu de navegação localizado na parte superior do site, se assemelhando a fichas de arquivo. Metáfora interessante considerando a quantidade de informações que o site pretende abrigar, e a forma de colocar o usuário em uma zona de conforto.

As cores inclusive são utilizadas como forma de hierarquizar a informação, fazendo com que se tornem também elementos indiciais. Dessa forma, as cores não só indicam em qual categoria se encontra a informação, como são utilizadas de forma funcional pelo projetista.

Reside também nesse projeto, um bom uso das imagens que são ora estáticas, ora em movimento, dando uma dinâmica própria para o tratamento da informação e na alternância entre suas imagens.

Especificamente nessa análise, encontramos rico material multimídia, como arquivos de áudio onde é possível acompanhar entrevistas e informações sobre diversas pesquisas relacionadas a pré-história. Este tipo de inserção adiciona uma experiência multimidiática, que modifica a relação do usuário, que encontra não apenas material textual, mas uma experiência mais rica e didática, dando maior notoriedade ao site, que se preocupa em disponibilizar informações mais ricas e produtivas.

Esta utilização de multimeios é um exemplo de uma utilização eficaz da web como ambiente de comunicação entre pessoas interessadas por determinado assunto numa relação dialética mais eficaz do que a mera apresentação de material textual. Tais recursos, ajudam a despertar maior interesse por parte do público. Para uma utilização mais eficaz da internet, sempre há de se considerar uma maior exploração de seus recursos, incluindo a utilização na qual possam convergir sons, imagens, elementos textuais, e conseqüentemente maior interatividade e participação do usuário.



Figura 5: <http://www.leakeyfoundation.org/foundation>

## Dimensão Pragmática

A análise pragmática deste *website* revela uma estrutura bastante interessante em termos de usabilidade, bem como um instrumento de divulgação científica projetado para maximizar a experiência do usuário em busca de material arqueológico. Percebemos que a quantidade de informações é bastante significativa, e distribuída de maneira eficiente e pragmática. Há uma subdivisão em seções, naturalmente, mas cada uma delas permite que se encontre material diferente e conectado ao seu próprio tema, mesmo que esteja em outra seção do *site*.

Esta possibilidade de saltar entre os textos de maneira não-linear é o que se entende por *hypertextos*, o que torna a utilização do *website* não apenas mais dinâmica, mas também mais eficiente, e que propõe uma experiência totalmente diferente das outras mídias (como a TV, o cinema, a mídia impressa), uma vez que o volume de informações com os quais se tem contato aumenta exponencialmente, bem como a relevância destes temas para uma dada busca,

através justamente, desta estrutura que permite que se transite entre textos correlatos através de seus *hipertextos*.

Além de uma utilização bastante eficiente das potencialidades do *hipertexto*, há ainda um eficiente uso de outros recursos. O conteúdo não é transmitido apenas sob a forma de textos, mas também são apresentados em apresentações animadas, arquivos de som ou mesmo filmes completos.

Como fundação voltada à pesquisa, a Leakey Foundation deixa claro que existe um trabalho sério e comprometido com a informação.

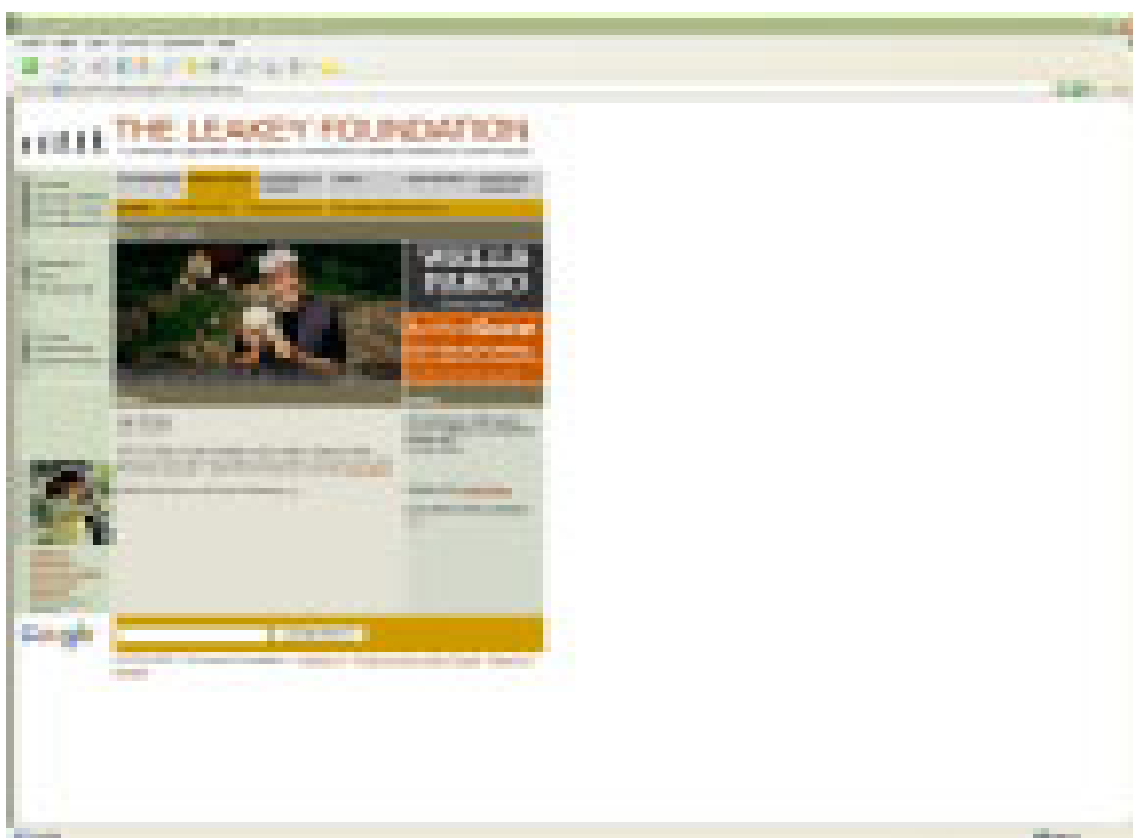


Figura 5: <http://www.leakeyfoundation.org/newsandevent>

### **Dimensão Semântica**

Em nossa análise, consideramos que a proposta apresentada apóia-se claramente em sua dimensão pragmática. Analiticamente, o que poderia significar ou maximizar as potencialidades expressivas e representacionais do *website* foi traduzido em informação formalmente distribuída. Isso se deve em grande parte, a grande quantidade de informação que o site abriga.



Dessa forma, o projetista invariavelmente, opta por não interferir substancialmente na construção de conceitos e na utilização de recursos que possam produzir algum tipo de significado mais amplo. Sua interferência ocorre mais como um organizador das informações numa preocupação acentuada em reação à navegabilidade através de escolhas formais e diretas, relegando ao segundo plano o aspecto criativo e a dimensão semântica.

### 2.3.3 - Site 3: Talk Origins - [www.talkorigins.org](http://www.talkorigins.org)



Figura 6: <http://www.talkorigins.org/>

#### **Dimensão Sintática**

O *website* Talk Origins apresenta uma organização sintática bastante eficiente, ainda que talvez demasiado convencional. Seu ambiente de navegação, situado ao lado esquerdo da página, funciona como a um sumário com o qual interagimos no sentido de saltar para o destino escolhido.

A escolha das cores, bem como as imagens visualizadas num primeiro

momento, remetem a um ambiente eminentemente espacial, fazendo referências a ambientes que lembram a ficção científica e, conseqüentemente, a origem humana.

A construção do *website* como um todo mantém-se através de estruturas de fácil reconhecimento, ainda que não sejam estruturas que necessariamente utilizem todo o potencial disponível para documentos na web. A coerência, inclusive, mantém-se através da repetição da imagem do planeta em todo o *website*, bem como da utilização da mesma tipografia em toda a navegação.



Figura 7: <http://www.talkorigins.org/origins/other-links.html>

## Dimensão Pragmática

Do ponto de vista pragmático, o *website* mostra-se bastante eficiente. Sua utilização através de índices e sumários, bem como a vasta utilização de ferramentas de busca internas e externas, denotam uma preocupação por parte dos responsáveis por sua concepção em tornar o conteúdo dinamicamente acessível e sua utilização mais eficaz, fator determinante para a busca de conteúdo na web.

A conexão com outros *websites* também é feita de maneira bastante prática, tornando o conteúdo presente em seus documentos facilmente comunicável com conteúdo externo ao *website*.

Fator inegavelmente positivo, é a vasta quantidade de material disponível. Um acesso ao índice revela que o volume de textos é bastante significativo, característica imprescindível a um *website* de divulgação científica. Cria-se aqui, como no exemplo anterior, uma teia de informação que satisfatoriamente abrange não apenas o assunto ao qual dirige-se o *website*, mas também assuntos adjacentes, estejam eles presentes no conteúdo interno do *website* ou em outros ambientes. Este tipo de relação é o ideal para um *website*, que torna a consulta de material textual dinâmica e à distância de um clique apenas. No caso do Talk Origins há ainda ferramentas referentes à usabilidade das informações que merecem reconhecimento, justamente por sua eficácia na propagação de seu conteúdo, bem como em sua atualização, tornando-o um importante espaço para discussões acadêmicas.



Figura 7: <http://www.talkorigins.org/origins/welcome.html>

## Dimensão Semântica

Com um fundo tecnológico eficiente, novamente a proposta do *site* baseia-se quase que totalmente na disseminação de conteúdo, sendo a proposta de inovação em termos de visualidade, de utilização da capacidade de comunicar com imagens relegadas a um segundo plano. O tratamento visual mereceria mais atenção por parte de seus projetistas.

O aspecto visual, não só permite emprestar uma maior notoriedade ao *site*, como torná-lo mais atrativo, esteticamente agradável, confiável e mais preciso. Principalmente por considerar que o *design*, não se propõe somente ao embelezamento estético, mas atua em todas as instâncias e interfere substancialmente no produto como um todo, prevendo não somente experiências mais dinâmicas e imersivas, mas desejando que com isso sua função de comunicar seja potencializada.

### 2.4 - Impressões a respeito dos sites analisados

O *design* gráfico e conseqüentemente o *webdesign* têm como atividade principal, a busca de soluções para problemas de comunicação, buscando rearticular signos visuais de maneira a otimizar aspectos estéticos, informativos e persuasivos, de forma simplificada, genérica e estritamente simbólica. Essa criação tem de modo geral, duas finalidades específicas: a necessidade de inovar, transformar e recriar representações semióticas e ao mesmo tempo, o compromisso de articular, reproduzir e transmitir essa informação em signos convencionados de modo a tornar-se compreendido pela audiência. Portanto, deve atuar como um tradutor, um mediador entre autor e público.

Os *sites* ora analisados possuem como objetivo principal a disponibilização de dados científicos, principalmente pesquisas que têm como objeto a origem humana. É desejável que diante disso, o *sites* se apresentem de forma bastante linear, dando ênfase a coerência formal e principalmente facilidade na consulta dos dados disponibilizados.

Em nossa análise percebemos que invariavelmente as dimensões de

um produto não possuem limites tão claramente definidos. Nossas observações e análises aos *websites*, tem como objetivo principal, não apenas repensar certos aspectos que ainda não estão bem sendimentados na internet ou utilizados adequadamente para a criação de *websites*, mas principalmente levantar aspectos que ainda não foram devidamente confrontados, buscando assim novas soluções para problemas que ainda não estavam postos.

De modo geral os *sites* apresentam vários aspectos positivos. Podemos portanto, considerar que ainda não existe uma fórmula adequada e definitiva para a criação de *websites* e nem é desejável que haja. Nossa proposta se resume a analisar *sites* de arqueologia, para que possamos confrontar diferentes caminhos e com isso, criar um website mais eficiente e conseqüentemente disponibilizar as informações que temos sobre as pesquisas realizadas em Serranópolis - GO. Propondo uma alternativa que possa inaugurar novos caminhos e novas perspectivas, dentro de uma leitura estética-científica desse patrimônio cultural.

## CAPÍTULO 3 - PROPOSTA PROJETUAL PARA O SITE

### 3.1 – Divulgação científica e experiência multimídia - fundamentações

A partir de então, utilizando subsídios obtidos a partir de nossas observações, nosso desafio se volta para a construção do *website* sobre a Arqueologia em Serranópolis. Para se ter uma idéia das possibilidades de nosso produto digital, Rafael Fernandes, observa de forma ilustrativa essa questão:

Para imaginar suas possibilidades, imagine uma revista diferente. Para começar na forma: ela é um cubo. Em cada uma das suas seis faces existe uma capa diferente dizendo respeito a um conteúdo diferente. Ao abrir a revista, mais surpresas, as páginas não têm numeração, nem ordem fixa. Podem ser lidas em qualquer sequência, como fichas soltas. A medida que as páginas são lidas, sua ordem se altera. As matérias não tem fim, vão se misturando, é que todo o conteúdo é um só artigo, emaranhado e complexo. Este conteúdo pode ser lido rapidamente, como um resumo. (Fernandes: 2004, n.84. p.50).

Desta maneira, o objeto comunicacional que objetivamos, permite ao intérprete, optar por aprofundar-se no conteúdo e no tema apresentado, ou apenas ter uma noção rápida e/ou superficial, recurso disponível não só pelo *hipertexto*, mas pela capacidade que as imagens (estáticas ou em movimento) presentes no *site*, tem de comunicar. Quanto mais aberta for a narrativa, com mais opções disponibilizadas, maior será a participação do usuário, tornando mais complexa a identificação da totalidade de seu conteúdo. Apesar de finito em sua concepção e em sua base de dados, os caminhos e combinações possíveis se tornam exponencialmente infinitas na World Wide Web

A postura conceitual e estética foi construída de maneira a buscar um tipo de identificação social com o seu público, formado não essencialmente pela comunidade científica, mas para o público em geral interessado nesse tipo de

informação. Atentando sempre e essencialmente às oportunidades de propagar informações que não possuam por objetivo somente o resultado científico do seu produto, mas a relevância da comunicação como agente facilitador e transformador da sociedade.

Sua construção baseou-se em um jogo de mediações, recorrências e referenciais estéticos. Dessa maneira, procurou-se transmitir não só a um panorama da pesquisa realizada, mas a aspectos multimidiáticos para uma maior imersão, na busca de uma experiência maior em torno da pesquisa, de forma que isso possa se configurar num incremento no interesse da audiência.

### **3.2 – A construção do website sobre a pesquisa arqueológica em Serranópolis - [www.utopix.com.br/serranópolis](http://www.utopix.com.br/serranópolis)**

A construção de um *website*, seja ele acadêmico ou comercial, possui um projeto estruturado de maneira semelhante em quase todos os casos. Neste processo é natural que a primeira fase seja justamente a conceituação. Perguntas referentes ao público-alvo, ao endereçamento das imagens, à utilização de possibilidades semânticas e relações semióticas entre os elementos representativos e o espectador são comuns a todo e qualquer projeto que baseie-se numa metodologia funcional. Com o *website* que construímos visando divulgar a pesquisa em Arqueologia em Serranópolis não foi diferente. Nesta primeira instância as decisões voltaram-se quase que em sua totalidade ao público acadêmico-científico.

A abordagem do aspecto visual utiliza elementos da própria pesquisa em Serranópolis. Vários elementos imagéticos e sígnicos colaboram para a experiência imersiva à qual se propõe o nosso projeto. Visa portanto impregnar o espectador e ambientá-lo dentro do contexto maior da pesquisa numa análise mais comprometida com o componente artístico que envolve todo o processo de criação.

Na abertura do *website*, uma introdução animada que explícita sua proposta bem como o objeto que subsidia sua existência, foi construída a partir de uma proposta de aproximação, enfoque e análise. A imagem do globo terrestre, utilizada em *sites*

analisados como imagem principal, aqui ilustra o olhar científico que se aproxima, buscando dados e informações, até chegar ao local onde se fundamenta nossa pesquisa, a região arqueológica de Serranópolis, representado por imagens realizadas no local.

Com esta aproximação literal do objeto pretendemos galgar uma posição de destaque a ele, conferindo-lhe certa independência, mesmo em termos de existência e relevância enquanto patrimônio cultural, em relação ao *site* e à internet como meio de comunicação, deixando clara sua capacidade de indagar por si só, Uma proposta que descreve por imagens e situa o intérprete numa proposta científica que concilia os aspectos multimídias presentes na internet e que portanto, são por nós utilizados, numa ampliação da experiência estética.

Após a experiência imersiva presente na introdução, e que situa o espectador dentro do contexto da pesquisa, são disponibilizados vários recursos, como por exemplo, uma linha do tempo ilustrada, na qual é possível acompanhar o desenvolvimento e a evolução da espécie humana, tornando o *website* uma fonte

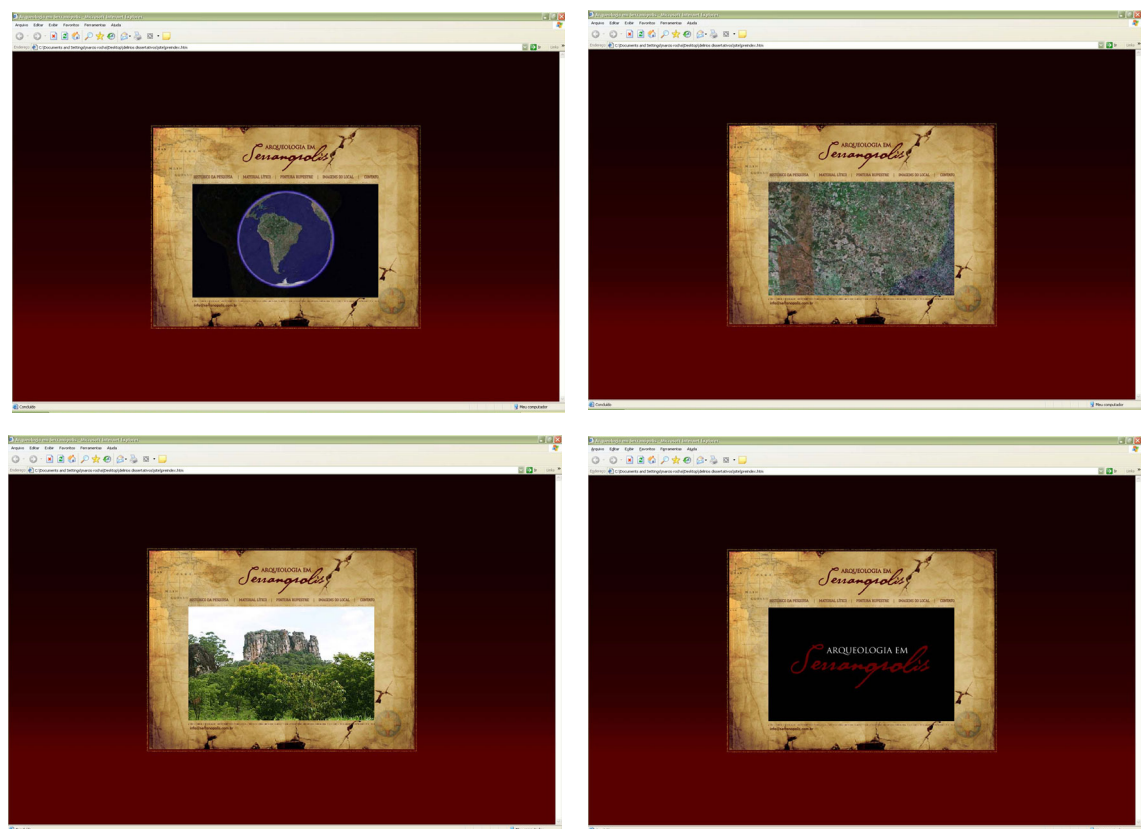


Figura 8 : <http://www.utopix.com.br/serranopolis/> (sequência de animação introdutória)



completa de referências relativas a Serranópolis e oferecendo informações ao público leigo para que possa se introduzir em algumas questões, e paralelamente ao público especializado, com informações mais detalhadas que serão disponibilizadas no *site* a medida que as pesquisas avancem.

O mapa ilustrado da ocupação humana, utilizado de forma mais ilustrativa e portanto mais didática, nos leva até a região focada por nossa pesquisa e insere o usuário onde nossas informações se fundamentam, disponibilizado com vasto material referencial, além de contextualizar e despertar o interesse inicial do público não-especializado, que possui o poder decisório de aprofundar-se na pesquisa que ora se apresenta.

São ainda apresentados à medida em que navegamos no site, gráficos complementares, imagens panorâmicas, animações, estratigrafia dos sítios, entre outros recursos que vão sendo incluídos à medida que vão sendo inseridas novas informações, provenientes de novos estudos e pesquisas, tudo isso linkado ao hipertexto, formando uma rede interativa de informações.

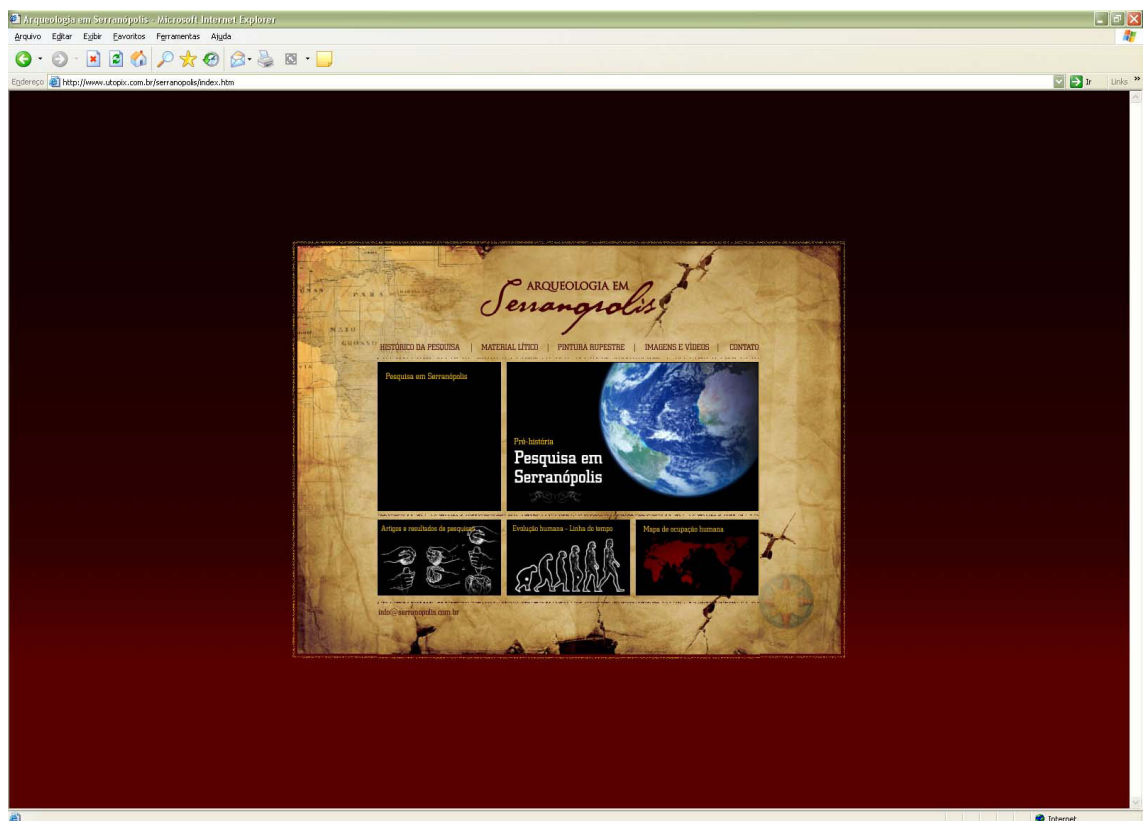


Figura 9 : <http://www.utopix.com.br/serranopolis/index.html>



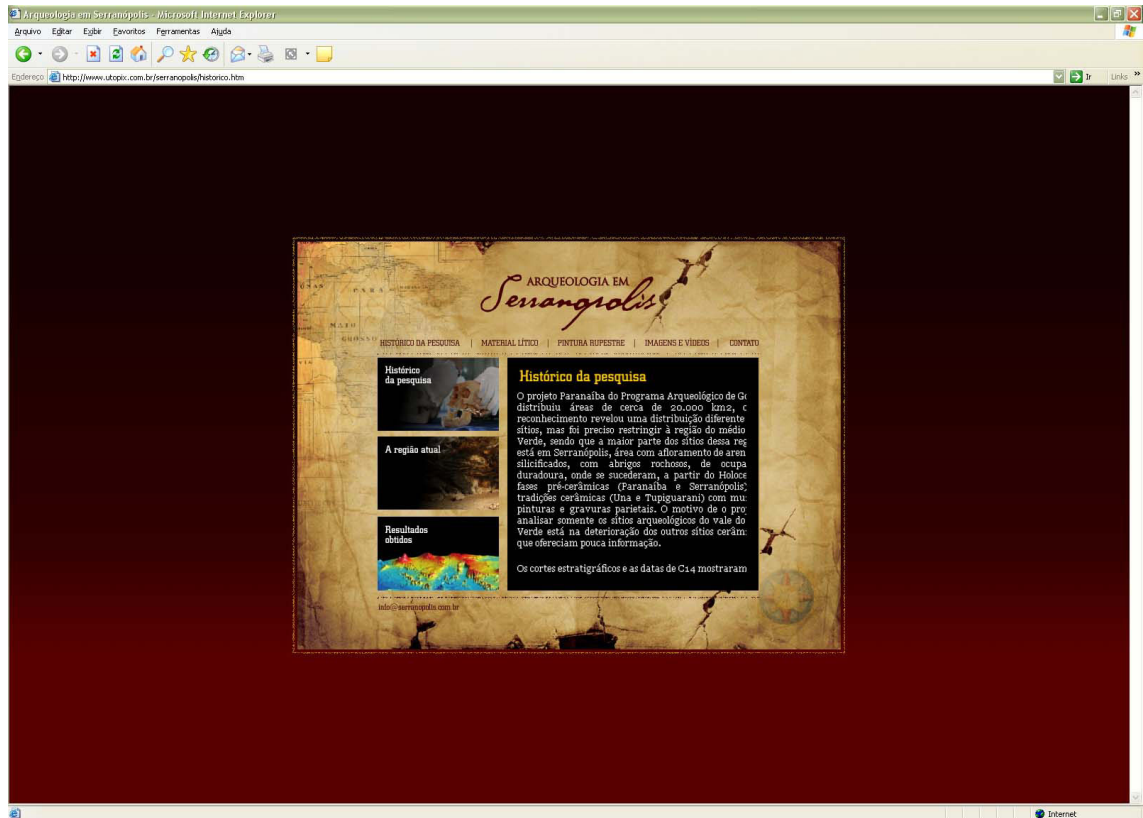


Figura 13 : <http://www.utopix.com.br/serranopolis/historico.htm>

Em seguida é apresentado, sob a forma de imagens complementadas por texto, aspectos gerais sobre o material lítico pesquisado. Este tipo de material, de grande importância para o estudo arqueológico, merece grande destaque, e por isso possui uma vasta seção explicativa, bem como sub-sessões também voltadas ao assunto.

As pinturas rupestres são também apresentadas em outra uma seção dedicada exclusivamente a elas. Essas pinturas encontradas na região são representadas por mais de 400 imagens fotográficas, acompanhadas de textos que teorizam e contextualizam a pesquisa e o estudo dessas pinturas. As imagens do local, divididas em seções que referem-se aos locais onde foram capturadas, bem como ao tema aos quais se voltam, agregam valor ao *website* enquanto elementos que ilustram o assunto e dão suporte à pesquisa. Esta relação de tema com imagens é especialmente interessante do ponto de vista de pesquisadores ou interessados que se encontrem incapacitados de visitar o local. Sua utilização agrega valor ao *website* e ao próprio sítio e colabora para ampliar o interesse na pesquisa.

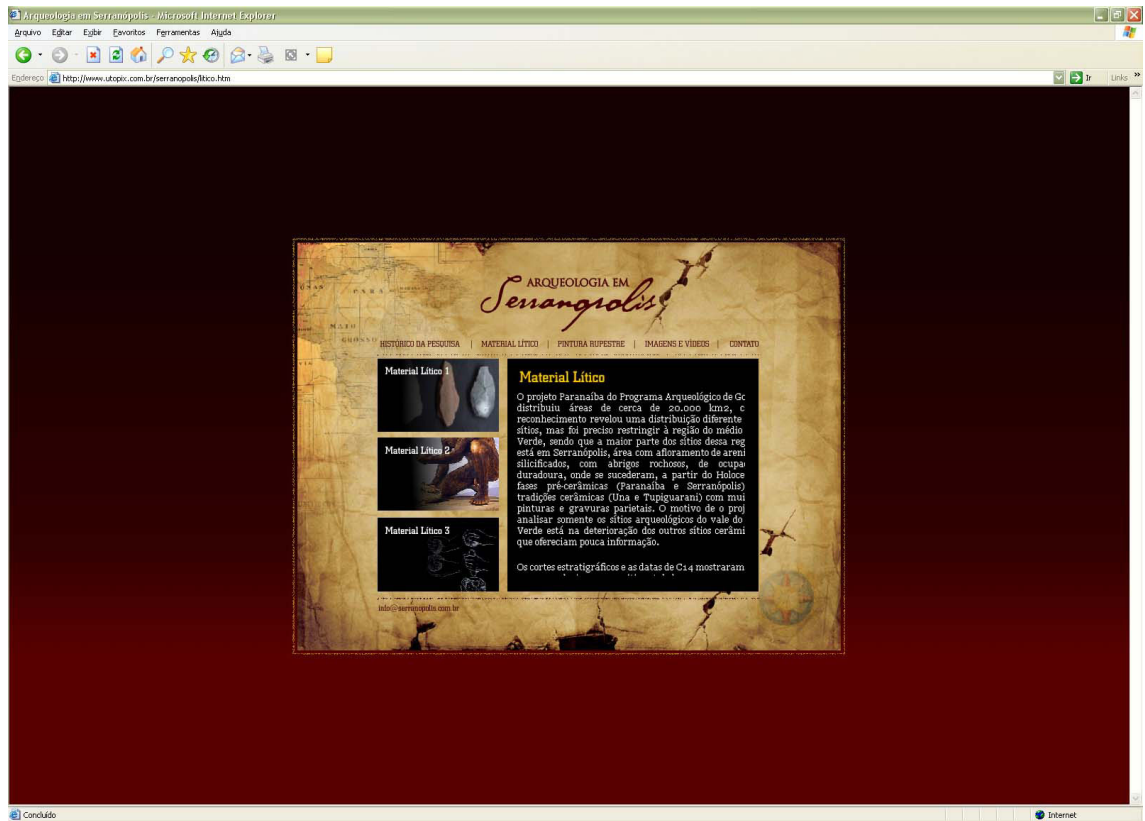


Figura 14 : <http://www.utopix.com.br/serranopolis/litico.htm>

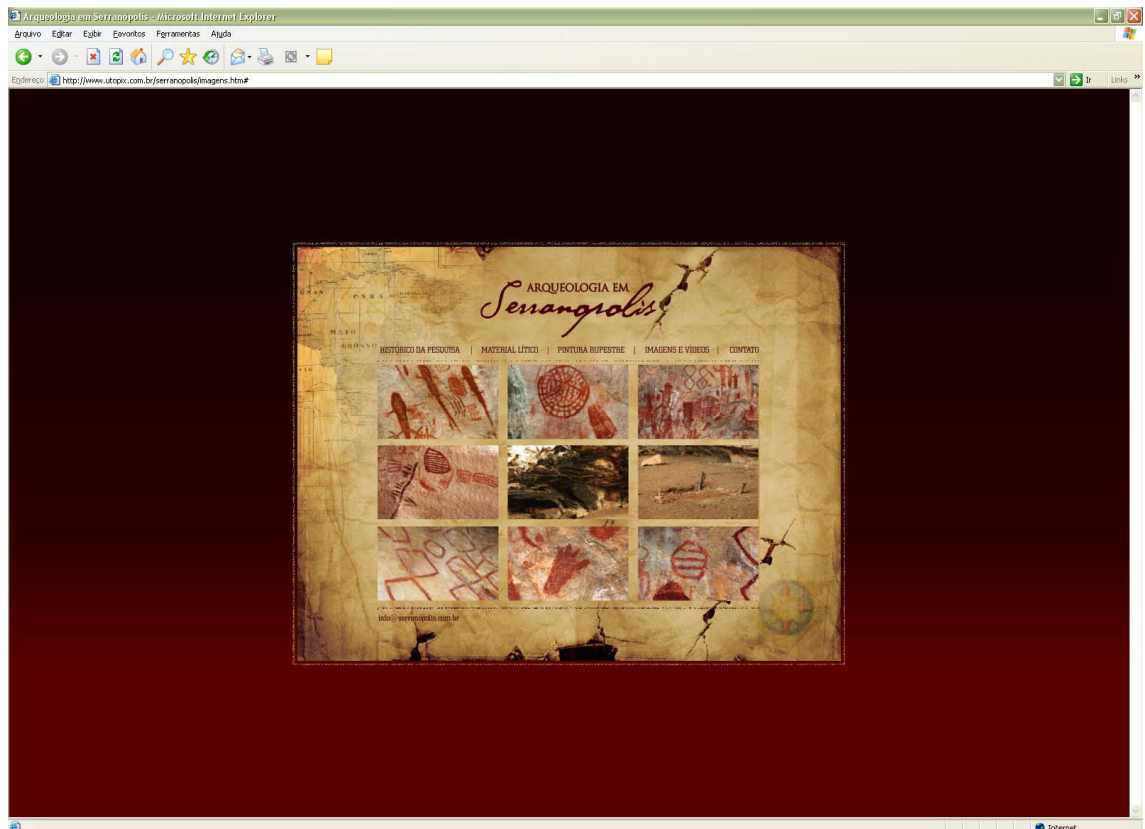


Figura 15 : <http://www.utopix.com.br/serranopolis/imagens.htm>

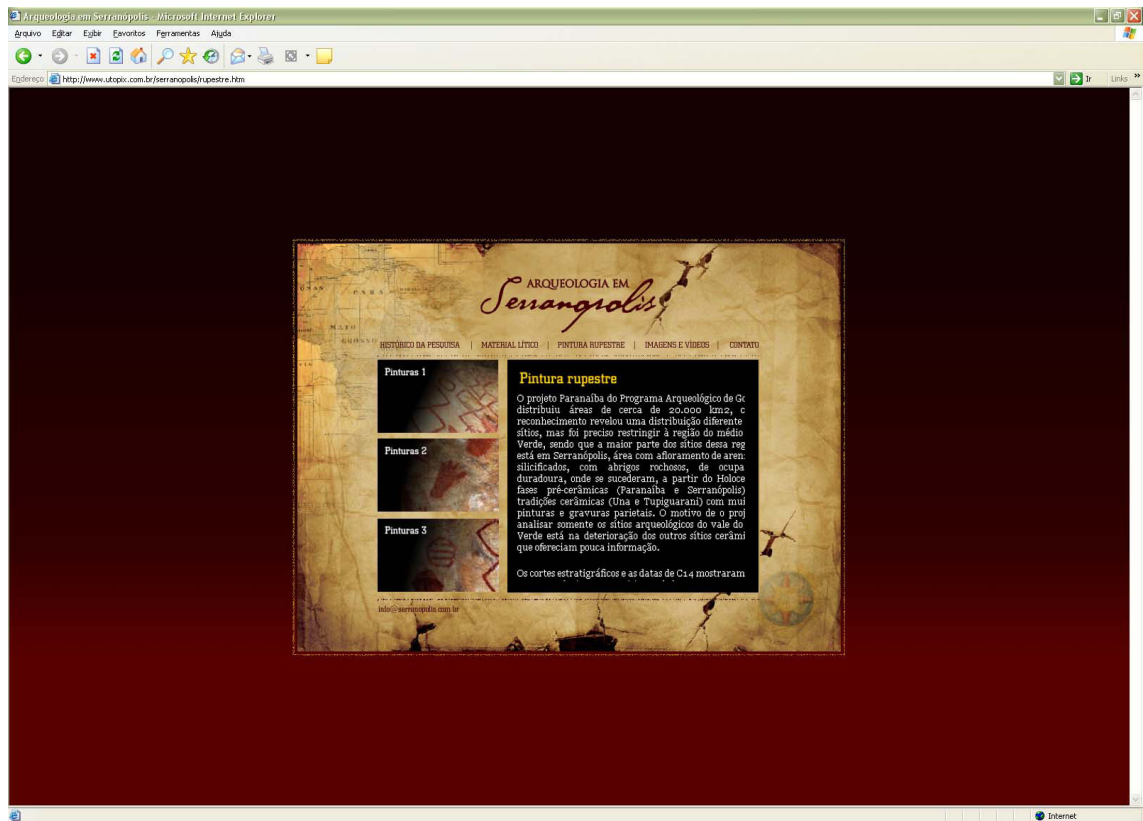


Figura 16 : <http://www.utopix.com.br/serranopolis/imagens.htm>

Interessante ressaltar que as observações feitas nos *websites* de produção arqueológica contribuíram na concepção e na execução deste. Através da análise das estruturas lá presentes, pudemos repensar a comunicação do expectador com o objeto, bem como na relação que faz-se no meio. A proposta foi enriquecida com ligações internas que facilitam o trânsito entre as informações, que ao invés de paralelas tornam-se cruzadas e subsidiadas umas pelas outras, motivadas pela utilização da hipermídia.

A hipermídia une conceitos de hipertexto e multimídia, ou seja, um documento hipermídia contém imagens, sons, textos e vídeos. Mas a principal característica da hipermídia é possibilitar a leitura não linear de determinado conteúdo, e se adaptar conforme as necessidades do usuário, que possui uma participação mais ativa dentro de uma experiência imersiva, impregnada de maior autonomia e mobilidade.

Na proposta para a construção do *site* sobre Arqueologia em Serranópolis, nós optamos por fazer a análise das dimensões do produto proposta por Pierce, visando com isso legitimar o processo metodológico proposto. Procurando subsídios que possam colocar o *site* em constante aperfeiçoamento, considerando suas dimensões.

### **Dimensão Sintática**

Em termos sintáticos, o *site* possui um layout equilibrado e centralizado, permitindo uma diagramação que aproveita o espaço central que se adapta a diferentes resoluções utilizadas pelos internautas e portanto pelo público. Os botões clicáveis, além de possuírem um conteúdo textual que explica do que se trata o assunto, possuem imagens que ajudam a contextualizar o assunto tratado. As cores lembram coisas antigas, não pelo fato de considerar que a arqueologia é uma ciência que estuda somente coisas antigas, mas tentando orientar a experiência do usuário através de códigos que de certa forma povoam o imaginário da arqueologia, como ciência intimamente ligada a história e à pré-história. Em nosso caso específico, a pesquisa no local está orientada para a fase pré-histórica.

A construção sintática de nosso projeto, Arqueologia em Serranópolis foi projetada tomando-se por base os *sites* analisados anteriormente. As imagens utilizadas referem-se basicamente a dois temas comuns e que por sua vez buscam referências na própria arqueologia: a inserção do ser humano no universo, e a inserção do arqueólogo num ambiente de pesquisa da arqueologia.

Em nosso projeto, os elementos formais adquiriram um valorização maior, recebendo cuidados para que pudessem indicar caminhos em termos de sintaxe, mas que também fossem representativos semanticamente.

A utilização de representações imagéticas de elementos de contextualização também é uma proposta nova, em relação ao viés do *website*, essencialmente acadêmico, que visa imprimir características que fundamentam-se não apenas na estética, mas em preceitos de coerência, coesão e unidade, essenciais para um bom projeto para a internet.

### **Dimensão Pragmática**

Em termos de utilização, o *website* Arqueologia em Serranópolis dá ênfase à experiência de utilização da *web* como meio veloz de propagação de informações, não apenas pelo público que atinge, mas pelo volume de informações às quais se tem acesso simultaneamente, através da utilização da estrutura de links e hipertexto.

Os assuntos ilustrados com fotografias, além de possuírem sua importância sintática e semântica, colaboram de forma pragmática para a navegação pois indicam os caminhos e classificam os assuntos, para uma rápida compreensão. A centralização e a organização do layout, também potencializa a facilidade de navegação, classificando os assuntos e sistematizando-os de forma que o expectador saiba sempre onde ele se encontra dentro do site. As informações encontram-se agrupadas de forma que é possível navegar de forma linear, mas sem contudo, se limitar a esse tipo de navegação, uma vez que os textos disponíveis podem ter *hypertextos* que remetam a informações correlatas e crescem na medida em que as informações são incluídas e atualizadas.

### **Dimensão Semântica**

Em termos de significação, propomos a utilização de signos referentes não apenas a região, ainda que existam imagens capturadas no local, mas também a utilização de outros elementos imagéticos que tragam ao usuário experiência mais consistente, uma vez que a região de Serranópolis passa a ser não apenas um ponto isolado, mas parte integrante do roteiro de pesquisas na área em âmbito mundial.

É possível identificar sua proposta justamente através da articulação de elementos sígnicos que remetam a realidade encontrada nos sítios. É inegável o valor e o cuidado que foram tomados com o tratamento das imagens. O site se apóia em uma experiência análoga a visitar um sítio arqueológico. Nessa metáfora visual, agregam-se à sua dimensão semântica imagens de mapas e de elementos,

como uma rosa-dos-ventos, e papéis desgastados pelo tempo, que intervêm no imaginário das pessoas que navegam pelo site. A imagem do mapa presente ao fundo do *website* - um mapa da região central do Brasil, onde situa-se Serranópolis -GO, pretende com isso, criar uma metáfora visual, onde o expectador se sente desbravando um local intrigante na procura de vestígios.

Dentro da semiótica, o uso da retórica passou a ser importante ao processo criativo de mensagens, chegando até às metodologias de desenvolvimento de interfaces para passar a mensagem chave do *site*.

Funcionando como ferramenta de persuasão a partir do uso de figuras de linguagem, a retórica clássica define estilos e normas de construção e de apresentação de argumentos persuasivos. A retórica visual passa a tomar parte importante no discurso comunicativo gerado pelas interfaces.

Os *sítes* têm utilizado na forma de conceito visual, a metáfora que, em sua definição, permite apresentar uma comparação implícita (subentendida) entre o sentido próprio e o figurado do objeto. Isso possibilita à interface gerar visualmente uma mensagem, permitindo ao usuário identificar melhor do que trata o *site* em questão.



## CONCLUSÃO

O Patrimônio é constituído de bens materiais e imateriais, e nossa proposta se encarrega não somente de divulgar os dados resultantes da pesquisa obtida, mas se propõe a fazer uma leitura estético-científica, que não só pretende disponibilizar os dados científicos, mas que almeja ir um pouco além, na busca de uma linguagem adequada aos anseios da sociedade tecnológica.

Os bens culturais, permitem ao seu humano conhecer mais de si mesmo e, sobretudo, sobre o mundo no qual ele se insere, numa ampla proposta patrimonial.

Num contexto mais amplo e emancipatório, podemos classificar nossa intencionalidade, – a de pesquisar e ofertar através de um *website* dentro de nossa proposta, que possui como intuito a divulgação da pesquisa arqueológica da região de Serranópolis – uma proposta de construção do imaginário social, fazendo uso das novas mídias ora disponíveis, explorando formas de interação, linguagens e novos usos dos dispositivos comunicacionais disponíveis além de uma exploração mais adequada do *design* multimídia. Nossa tarefa persiste, na medida que acreditamos que o homem é um ser capaz de observar e operar novas possibilidades. Dentre elas, observar também novas formas de documentar a história de uma determinada sociedade.

Ora, por vezes o discurso patrimonialista, assume uma postura e um olhar radicalmente estático e acomodado em moldes canônicos rigidamente estabelecidos, regendo o que considera a visão mais adequada e correta da questão sem contudo, assegurar através de seu discurso a visão mais coerente e elucidativa da questão, assumindo por vezes uma postura um tanto aristocrática.

É importante que haja portanto, novas formas de reflexão sobre o patrimônio, seja através de *websites*, do uso de novas tecnologias, na implementação de novas idéias, novas linguagens ou de outras modalidades que se tornem disponíveis. Mecanismos que nos convidem à ruptura das convenções reificantes estabelecidas, questionando o código que ora se estabelece. Daí a nossa opção

pela utilização da internet.

A relação entre as pessoas e os computadores está mediada por dispositivos de registro e exibição de informação que funcionam como verdadeiros extensores do corpo e da mente. O hipertexto sempre nos convida a exercer esse poder em relação aos textos, onde o nosso interesse descreve a convergência para o exercício da nossa autonomia de tal maneira que a relação entre significante e significado não é mais arbitrária, mas motivada, lançando novos questionamentos.

Paralela à discussão da função social que a divulgação multimidiática opera, percebemos através dela, a ampliação da noção de patrimônio cultural, que pretender abarcar a totalidade da realidade humana na arca patrimonial, que cria uma nova diretriz, um novo paradigma.

O patrimônio cultural torna-se um domínio indefinido, fluído e incerto, que se refere não mais ao legado do passado e da nação, mas a um bem capaz de restituir a identidade de determinados grupos, originando um mosaico de memórias sociais segmentadas.

No mundo globalizado a sociedade se torna cada vez mais complexa e fragmentada, as referências de identidade se multiplicam e em lugar da idéia de uma memória única, imutável e homogênea que se quer como passado comum da nação, tem-se a pluralidade de memória, assim como o patrimônio torna-se cultural e socialmente diversificado e extenso. O que se pretende dizer aqui é que, com a divulgação desse material na Internet, o patrimônio cultural estará mais perceptível num universal que facilita e possibilita o acesso e o reconhecimento. Portanto, possibilitando a preservação de memórias não mais isoladas, mas extendidas num infinito espaço virtual onde todos se interagem.

Na proteção desse patrimônio – seja ele histórico, cultural ou natural, a internet e conseqüentemente os *websites*, se projetam como um sistema de comunicação indispensável para divulgar informações dos seus acervos para sistemas culturais, educacionais e científicos, visando dessa forma, não substituir a noção presente dos objetos patrimoniais e nem pressupor que isso seja possível,

principalmente considerando que nada atualmente pode substituir a experiência presencial que podemos ter na visitação de um sítio arqueológico, mas sim sua exposição e divulgação, visando disponibilizar as informações para pesquisas e com isso, aumentar o interesse na arqueologia e na atividade científica.

Contudo, não se pode perder de vista a realidade das novas tecnologias da comunicação. Trata-se de saber como colocar os meios de comunicação a serviço da educação, da pesquisa, do público em geral e do público especialista, sem perder a qualidade do conteúdo a ser apresentado. E nesse processo de adequação à realidade do mundo contemporâneo é necessário que as fundações e instituições que utilizam a Internet, repensem o tratamento da informação, para uma melhor adequação à pesquisa e à educação, repensando os projetos de suas páginas, tornando-a não somente funcional e rígida, mas trazendo uma experiência sobre as ferramentas que o *design* multimídia oferece, que ainda não foram potencialmente exploradas, deixando cada vez mais em aberto a possibilidade de interpretação do público em relação ao que está exposto, criando assim um espaço para o pensamento crítico e criativo capaz de motivar os visitantes e pesquisadores.

Com efeito, a proposta de um *website* para a pesquisa realizada em Serranópolis, se torna relevante na medida que constitui um elemento importante para análise da cultura, como fonte para o estudo e o conhecimento, ampliando nossa noção sobre os objetos, sobre as formas de expressão e representação, além dos hábitos da sociedade, sua alimentação, vestuário, habitação, e suas interações sociais.

Um sítio arqueológico, é um registro testemunhal, da presença humana, oferecendo dados e vestígios que possuem uma eloquência própria sobre sua cultura e o seu cotidiano social. A construção do *website*, possui um componente inaugural que se propõe a uma nova forma de assegurar a preservação e a disseminação dessas informações, que por consequência, podem mudar nossa maneira de agir e pensar sobre o patrimônio, conciliando o moderno, o presente, e empregando as

novas tecnologias disponíveis para a preservação do passado.

Não obstante, nossa tarefa foi nos debruçar, e fazer questionamentos sobre a impessoalidade contaminante que tem cercado os projetos de *design* que disponibilizam dados científicos, questionando dessa forma a subordinação que a prática projetual e, conseqüentemente o *design*, adquirem na elaboração de *sites* dessa natureza. Nos *sites* que analisamos sobre pré-história e arqueologia, é inegável que existam qualidades, mas queremos com essa discussão, ver além da obviedade presente no horizonte de nossas mentes, fazendo questionamentos de ordem estéticas, que por fim determinam e influenciam a forma humana de se comunicar, proporcionando ao homem o conhecimento e a consciência de si mesmo, da sua existência e do ambiente sógnico que o cerca.

As circunstâncias de se produzir um *site* em um momento em que esses valores podem ser afetados pela presença dos computadores e da tecnologia disponível, muitas vezes se contrapõem à sua necessidade de se afirmar artisticamente na construção de seu discurso, e na utilização de seu pensamento criativo.

Novos recursos impõem novos problemas, novas responsabilidades, e em conseqüência disso, novas formas de criar, interagir e gerar soluções. Dessa forma, o diferencial do *designer* sempre será amparado na forma em que ele convive com esse problema e desafia-o de forma a submeter o instrumental disponível a sua capacidade de dosar e mediar essas variáveis de forma que seu discurso prevaleça em detrimento de qualquer interferência dessa ordem, ainda que com a ampla evolução da tecnologia, os problemas decorrentes dela tendem obviamente a desaparecer, dando lugar a maiores e mais novos desafios.

O usuário, razão única e essencial da existência desse produto, assume seu papel principal dentro desse contexto, porque possui um papel de selecionar ativamente o conteúdo ao qual se expõe, determinando o resultado da informação a partir de suas próprias escolhas. Dentro desse panorama, cabe ao *designer*, no sentido de promover o que lhe foi oferecido como informação, mediar corretamente

os redirecionamentos, de forma a adentrar nessa disputa por percepções, tendo em vista o usuário que se pretende atingir.

Para desenvolver um *website* cuja função seja a promoção de dados científicos, o *designer* precisa dosar de maneira equilibrada todas as variáveis envolvidas na construção. Não se pode mais pensar em um *website* como algo que não se articule segundo as imprescindíveis e incorruptas necessidades que não estejam de alguma forma condicionada pela existência de um público e suas possibilidades interpretativas.

Diante disso, nossa opção por esse intrincado caminho de análise, comparação e levantamento dos *sites* se deu pela busca de um parâmetro consistente que pudesse nortear esse tipo de projeto, levantando a interferência da máquina nesse processo, a necessidade de superação por parte do *designer* com relação a esse aspecto e sugerindo de certa forma, uma referência da teoria aplicada à prática para a objetivação do ato projetual na criação de um *website* para divulgação científica que aliasse não somente dados crús sobre a pesquisa ora realizada, mas que descrevesse uma nova experiência estética, paralelamente ao discurso científico, na tentativa de impor novas formas de interação.

Ao fazer uma análise na busca de dados, constatamos que o *designer* deve fazer escolhas, de forma a criar uma identificação com o público e criar uma imagem que além de levantar essa identificação, tenha de certa forma um contexto que possa diferenciar-lhe e nortear seu caminho na busca de uma visibilidade que não caia no lugar comum e que produza uma visualidade que estará sempre em julgado, e portanto deve ser bem construída.

A escolha pela construção do *site*, levantou questões importantes, nos deu vários caminhos a escolher, mas permitiu que pudéssemos ao nosso ver, fazer escolhas sobre conceito, estética, navegabilidade, coerência, construção do imaginário e conseqüentemente nortear parâmetros e encaminhamentos que nos permitiram desenvolver uma visão global do projeto e um estilo de personalização da prática do ato projetual para a propagação do discurso científico e da

disponibilização para o usuário de informações. Para que haja um maior interesse na prática arqueológica na região de Serranópolis e conseqüentemente no Patrimônio Cultural, assim como na história humana como um todo.

## BIBLIOGRAFIA

ADORNO, Theodor Wiesegrund e HORKHEIMER, Max. *A Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro. Zahar, 1985.

ARGAN, Giulio Carlo e FAGIOLO, Mauricio. *Guia de História da Arte*. Lisboa: Estampa, 1992.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

BENSE, Max. *Pequena Estética*. Editora Perspectiva. 3ª edição. 2003.

BLACK, Roger. *Web sites que funcionam*. São Paulo: Quark, 1998.

FERNANDES, Rafael. *Design Gráfico. Design Digital. Design Gráfico*. Ano 9. n.84, p.50. São Paulo: MarketPress, 2004.

GALLAY, A. *A arqueologia amanhã*. Tradução: E. Fogaça, 2002.

GOMBRICH, Ernest. *“Verdade e Estereótipo” in Arte e Ilusão*. São Paulo: Martin Fontes, 1986.

GRUSZYNKI, A Cláudia. *Tecnologia e Design Gráfico* - Universidade Federal de Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2000

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. *Design gráfico: do invisível ao ilegível*. Rio de Janeiro: 2AB. 2000

HEID, Jim, *Los secretos de HTML y creación de páginas Web*. Madrid: Ediciones Anaya Multimedia S.A., 1998.

MACHADO, Arlindo. *Máquina e Imaginário. O desafio das Poéticas Tecnológicas*. São Paulo: EDUSP, 1997.

MACHADO, Arlindo. *Repensando Flusser e as imagens técnicas*. São Paulo: EDUSP, 1993.

MACLUHAN, Marshall. *Os Meios de comunicação como extensões do homem*.

São Paulo: Cultrix , 1964.

MEGGS, Philip. *A History of Graphic Design*. Ed. Allen Lane, 1983. (1º edição)

NIELSEN, Jacob. *Designing Web Usability: The Practice of Simplicity*. 2000.

NIEMEYER, Lucy. *Elementos da semiótica aplicados ao Design*; Rio de Janeiro. Editora 2AB, 2003

OLIVEIRA, José Cláudio Alves. “*Museus digitais e cibermuseus: sistema, objeto e informação dos bancos de dados iconográficos. Problemas e perspectivas da pesquisa científica no ciberespaço*” Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia em 2004.

PIGNATARI, Décio. *Semiótica & literatura*. 6 ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.

PIGNATARI, Décio. *Informação, linguagem e comunicação*. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002.

REDIG, Joaquim. *Sobre o Desenho Industrial (ou Design) e Desenho Industrial no Brasil: Desenho de Produto e Comunicação Visual – Conceituação e perspectivas da Profissão*. Rio de Janeiro. ESDI – Brasil. 1977.

SANTAELLA, Lúcia. *O que é Semiótica*. São Paulo: Brasiliense. 1997

VIENNE, Véronique. *Soup of the day*. In: *Looking closer 2: critical writings in graphic design*, ed. por Michael Beirut et al., New York: Allworth Press and American Institute of Graphic Arts: 1997( pp.9-15).

VILLAS-BOAS, André. *O que é e o que nunca foi design gráfico*. Rio de Janeiro. Editora 2AB, 2001.

WARNIER, J.-P. *Construir a cultura material*. Tradução: E. Fogaça, 2003.

## **WEBSITES ACESSADOS**

Archeologyinfo.org

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

(*acessado em 29 de Maio de 2006*).



Centros de estudos piercianos da USP

<<http://www.pucsp.br/pos/cos/cepe/semiotica/semiotica.htm#1>>

(acessado em 20 de maio de 2006).

Eduardo Barroso Neto

<<http://www.eduardobarroso.com.br/artigos.htm>>

(acessado em 30 de abril de 2006).

International Concil of Graphic Design Associations

<<http://www.icograda.com>> (acessado em 20 de Maio de 2006).

LYNCH, Patrick y Sarah Horton, *Interface Design for the WWW*, 2001.

<<http://info.med.yale.edu/caim/manual/interface/interface.html>>

(acessado em 20 de Maio de 2006).

Talk Origins

<<http://www.talkorigins.org>> (acessado em 29 de Maio de 2006).

The Leakey Foundation

<<http://www.leakeyfoundation.org>> (acessado em 29 de Maio de 2006).

Wikipédia

<<http://pt.wikipedia.org>> (acessado em 10 de maio de 2006).