



O PROCESSO CRIATIVO NA CONSTRUÇÃO DE WEBSITES¹

Amanda GARCIA²

Missila Loures CARDOZO³

USCS - Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, SP

FAINC – Faculdade Integradas Coração de Jesus, Santo André, SP

João Vicente Cegato, BERTORMEU⁴

Universidade São Judas Tadeu, São Paulo, SP

RESUMO

O Processo Criativo na Construção de *Websites* apresenta, inicialmente, uma breve explicação sobre o desenvolvimento da rede de computadores e, também, algumas das especificidades e delimitações que compõem o projeto de construção e desenvolvimento de um *site* e os profissionais nele envolvidos. Em seguida, uma sucinta explicação sobre criatividade e crítica genética que, apoiada na análise de documentos, busca-se a compreensão do processo de criação da interface gráfica do *website* estudado.

PALAVRAS-CHAVE: Processos criativos; *sites*; internet.

Introdução

O Processo Criativo na Construção de *Websites* faz parte de um projeto mais amplo (está em andamento) que busca estudar como se apresentam as etapas do desenvolvimento de *sites*, o processo de criação e os profissionais envolvidos. Quais especificidades são utilizadas e os caminhos percorridos para se obter o resultado desejado.

Inicialmente, apresentamos um breve estudo sobre o surgimento da internet. Em seguida, a abordagem das especificidades e necessidades de uma linguagem adequada, pois com a evolução das interfaces gráficas, passaram a unir, de forma harmônica,

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS no ano de 2007, cursando Pós-Graduação *Lato Sensu* em Criação Visual e Multimídia pela Universidade São Judas Tadeu – USJT (término previsto para junho/09). E-mail: amandaroxgirl@hotmail.com

³ Mestre em Comunicação Social, Especialista em Propaganda Digital e Bacharel em Publicidade e Propaganda pela UMEP (Universidade Metodista de São Paulo). Coordenadora do Núcleo de Comunicação Digital, Coordenadora da AG! – Agência Experimental de Publicidade da USCS e responsável pela AG! Digital (braço digital da AG!), docente do curso de Comunicação da USCS - Universidade Municipal de São Caetano do Sul. Coordenadora e docente do curso de Comunicação Social da FAINC (Faculdades Integradas Coração de Jesus). Consultora em comunicação e diretora de arte freelancer. e-mail: milacardozo@yahoo.com.br

⁴ Graduado em Comunicação Social Publicidade e Propaganda pela UMEP (1986) e mestre e doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2001 e 2008). Atualmente é professor titular do MBA Executivo na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Diretor de Comunicação Social da Faculdade Editora Nacional em São Caetano do Sul, é coordenador de três cursos de comunicação *Lato Sensu* da Universidade São Judas Tadeu (USJT).



conteúdo e *design* no desenvolvimento de *sites* pois, dessa forma, gera-se uma melhor compreensão da mensagem e do visual por parte do usuário, mas exige um empenho ainda maior de todos os profissionais envolvidos e conhecimento em diversas áreas.

Em um terceiro momento, apresentamos as etapas que compreendem o processo criativo e a definição do que é criação e crítica genética. Com embasamento nesta crítica, estudar o processo criativo e compreendê-lo passo a passo. Através dos documentos analisados, demonstrar como se estrutura o ato de ir e vir de quem cria, por meio dos rastros deixados pelo caminho, que revelam como se estrutura o processo de criação da interface gráfica do *website* estudado.

Breve História da Internet

A internet nasceu em 1969, nos Estados Unidos. Seu nome original era ARPA (Advanced Research Projects Agency). Criada na Guerra Fria, a ARPA era uma rede de defesa do departamento norte-americano que tinha por função interligar centros de pesquisas.⁵

A Web se originou no CERN (Conseil Européen pour La Recherche Nucléaire – Laboratório Europeu de Física de Partículas), em Genebra, Suíça. (...) Em Março de 1989, Tim Bernes-Lee, um especialista de Oxford em processamento de documentos, propôs um conjunto de protocolos baseado no TCP/IP para um novo sistema de informação da Internet: a *Web*.⁶

Com o desenvolvimento das redes de computadores, em 1991 surgiu a WWW (*World Wide Web*). Aos poucos, alcançou a grande massa da população, que atualmente troca mensagens, compra, vende, busca, lê etc. Tudo isso só é possível porque as informações na rede se atualizam constantemente e estabelecem elos em diversos pontos, que possibilitam alcançar outros. Assim, os usuários navegam pelos *sites* de forma aleatória, acessam e recebem tipos variados de informações. Clientes e servidores compõem essa rede de computadores por meio de uma linguagem universal denominada HTML.

HTML (*HyperText Markup Language*) é a linguagem-padrão adotada pela *web* desde 1990 para criar e reconhecer documentos. Todos os documentos hipertexto de *Web* são escritos nessa linguagem.

⁵LEÃO, Lúcia. O Labirinto da Hipermídia – Arquitetura e Navegação no Ciberespaço. São Paulo: Iluminuras, 1999. p. 22.

⁶ALCÂNTARA, Andréia Almeida. Home Page: Recursos e Técnicas para Criação de Páginas na WWW. Rio de Janeiro: Campus, 1997. p. 17.



Esses documentos frequentemente são chamados páginas HTML, ou páginas *Web*, ou ainda *home pages*.⁷

Cada vez mais dinâmica e com um crescente número de acessos, a *Web* tem, ao longo do tempo, apresentado características inovadoras, buscando sempre a convergência de diversas mídias e, assim, permitir maior participação por parte do usuário e a interação dele com este meio, que se expande cada vez mais e, assim, torna-se mais participativo no dia a dia dos internautas.

Processo de Construção e Desenvolvimento de Sites

O processo de construção de um *website* envolve profissionais de diversas áreas como: analistas de sistemas para gerenciar as informações; diretores de arte e *web designers*, que cuidam do projeto gráfico; programadores; profissionais especializados em software 3D; assistentes para auxiliarem os analistas de sistemas, os diretores de arte, os *web designers* e, também, os ilustradores etc.

Os profissionais, além de se preocuparem com todos os aspectos de construção de um *site* – desde o público-alvo, a estruturação de navegação, disponibilização das informações até o projeto gráfico –, precisam ainda cuidar de questões técnicas para uma melhor estruturação do projeto.

(...) O projeto bem sucedido depende intimamente do *design* de interface – como a informação é apresentada no documento e como o usuário pode acessá-la. (...) Um bom projeto gráfico sempre busca o equilíbrio entre a sensação visual e gráfica e a informação textual. Sem o impacto visual de forma, cor e contraste e sem uma boa estruturação, as páginas podem se tornar extremamente chatas e desmotivar o usuário na navegação!⁸

A união entre aspecto estético e conteúdo faz-se necessária, pois as informações precisam estar dispostas de forma clara e possuir uma hierarquia, de acordo com a importância, sem que percam a coerência, ou seja, relacionem-se entre si e tragam informações úteis para quem navega pelo *site*.

Para que a estrutura seja bem definida, o processo de desenvolvimento do *site* é composto por algumas etapas: definição do conteúdo, *layout*, programação, usabilidade

⁷ ALCÂNTARA, Andréia Almeida. Home Page: Recursos e Técnicas para Criação de Páginas na WWW. Rio de Janeiro: Campus, 1997. p. 17.

⁸ ALCÂNTARA, Andréia Almeida. Home Page: Recursos e Técnicas para Criação de Páginas na WWW. Rio de Janeiro: Campus, 1997. p. 33.



e interatividade. Cada uma dessas etapas requer obrigatoriedades e limitações, que se transformam em desafios para todos os envolvidos no processo de criação.

A partir do conteúdo definido com o cliente, os profissionais organizam, da melhor maneira possível, as informações no *layout* através de elementos fundamentais do *design* (diagramação, cores, tipografia, redação na *web*, ícones, imagens e ilustrações, sons etc.) que os orientam para deixarem o conteúdo da página na melhor disposição possível. Após o conhecimento dos elementos básicos de diagramação, um dos grandes desafios é conhecer e saber aplicar adequadamente todas essas regras de modo que o conhecimento chegue corretamente ao usuário, de forma harmônica e convidativa, sem se tornar confusa.

Envolvendo a área de programação, temos a navegação, que está voltada à usabilidade, à funcionalidade, à arquitetura da informação e ao modo como os usuários perceberão e acessarão o conteúdo do *site*. A navegação precisa permitir ao usuário o fácil acesso às respostas que procura, caso contrário, ele acaba desistindo.

Não há um padrão a se seguir para a construção da navegação de um *site*, pois a organização da informação tem sempre variações, de acordo com a proposta a ser desenvolvida para uma interface gráfica. Por isso, cada vez mais, tem-se discutido e pesquisado a respeito da usabilidade: qual a melhor forma de facilitar o acesso ao usuário durante suas buscas, com a união, aperfeiçoamento e simplificação da forma e conteúdo (tanto verbal como não verbal).

A interatividade é outro aspecto importante, pois proporciona uma ação mútua entre pessoas e pessoas, pessoas e máquinas e entre máquinas e máquinas. Com ela, abriram-se novos caminhos que possibilitaram ao usuário compartilhar informações, ideias e pensamentos com as demais pessoas da rede. Diante dessa evolução, os *sites* admitem maior participação do internauta através de recursos como linguagem, cores, sons, imagens, vídeos etc. Todos esses elementos são usados para construir um ambiente que supra a falta do presencial e que se aproxime cada vez mais do real com o objetivo de estimular a navegação, o interesse e participação do usuário enquanto explora o *site*.

Por outro lado, a interatividade pode causar desinteresse no usuário, pois, se há excesso de informações que saltam aos olhos, o exagero acaba cansando e, ao invés de facilitar, dificulta a navegação; às vezes o usuário não tem tanto domínio sobre as ferramentas que o *site* possui, assim como afirma Luli Radfaher:



Ninguém quer interatividade o tempo todo – várias vezes é muito mais confortável sentar na frente do computador, relaxar e deixar o *website* rolar, seja com sons, animações ou música, do que ser obrigado a ter um monte de opções para sair por aí fazendo calo no dedo indicador da mão direita de tanto *click*.⁹

O usuário quer interação, quer se sentir parte do *site*, como se este estivesse falando somente com ele, mas, por outro lado, não quer perder tempo buscando algo. A interatividade tem de ser usada com cautela para que não se torne entediante ao internauta, mas também não pode ser muito escassa, fazendo com que a pessoa se sinta “só” enquanto navega pelo *site*. Novamente, percebe-se a necessidade da união entre forma e conteúdo de uma maneira clara e funcional para o público-alvo do *site*.

O Processo de Criação

Para entender o processo de criação, primeiramente apresentaremos o que é criatividade e todas as questões envolvidas, para depois, com apoio em crítica genética, analisar e compreender o percurso criativo.

Criatividade

O termo criatividade possui várias definições, que são propostas por inúmeras pessoas interessadas em entender como se origina o ato de criar.

Já no final da década de 1950, quando o interesse mais sistemático pelo estudo da criatividade estava ainda nos seus primórdios, um pesquisador norte-americano chegou a catalogar mais de cem definições diversas de criatividade disponíveis na Literatura. (...) Se formos ao dicionário, constatamos que se define criar como “dar origem a”, “produzir”, “inventar”. Para os nossos propósitos, poderíamos considerar a criatividade como o processo que resulta na emergência de um novo produto (bem ou serviço), aceito como útil, satisfatório e/ou de valor por um número significativo de pessoas em algum ponto no tempo.¹⁰

Criatividade está relacionada à originalidade em solucionar um problema e pode partir: da inovação (algo é inventado), da descoberta (dar uma nova finalidade a algo já existente), da imaginação (o texto é o ponto de partida para a formação das imagens e ideias) e da fantasia (resultante da associação de ideias que fogem da realidade por buscar algo ainda não existente). Entretanto, a criatividade sempre foi vista e adjunta

⁹ RADFAHER, Luli. Design Web Design. 1 ed. São Paulo, Market Press, 2001. p. 118.

¹⁰ ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de. Gerência da Criatividade. Abrindo as Janelas para a Criatividade Pessoal e nas Organizações, São Paulo, Makron Books, 1996. p.15.



pela sociedade a um dom ou algo divino que poucas pessoas possuem. Além da associação ao dom ou a questão de ser ou não “divino”, ainda está ligada à inspiração, “algo mágico” que ocorre inesperadamente em determinadas pessoas, e ainda, por vezes, relacionada à loucura. Os fatores que influenciam no fato de se ter criatividade ou não, na verdade, estão ligados à educação e ao convívio social, que impulsionam o indivíduo a tê-la em maior ou menor grau, entretanto todos são criativos.

Vários estudos estão sendo feitos a respeito da criatividade, que têm contribuído para quebrar certos paradigmas, comprovando que esta é uma capacidade de todo e qualquer ser humano. Pode-se dizer que uma das matérias-primas para essa capacidade é o conhecimento que o indivíduo possui, vindo tanto do convívio social quanto de um conhecimento específico em determinada área.

As ideias surgem através da conexão de conceitos. Explorar o mundo ao redor, olhá-lo de outra forma e querer mudar aquilo que parece óbvio são atitudes que alimentam o nascimento de uma grande ideia, ou seja, não é apenas uma inspiração ou uma “iluminação” que faz com que ela surja. Assim, percebe-se que um dos caminhos para essa exploração do mundo é a observação ou, até mesmo a leitura, que estimula, de forma considerável, a imaginação.

A amplitude do criar vem da capacidade de todo e qualquer ser humano de imaginar, associar, pesquisar, recordar... A maneira que o sujeito vê, percebe, apreende as informações e lida com elas faz com que ele seja estimulado a ter uma solução inovadora para um determinado problema.

Crítica Genética

O início dos estudos genéticos é localizado na França, em 1968, quando, por iniciativa de Louis Hay e Almut Grésillon, o Centre National de La Recherche Scientifique (CNRS) criou uma pequena equipe de pesquisadores, germanistas ou de origem alemã, encarregados de organizar os manuscritos do poeta alemão Heinrich Heine que tinham acabado de chegar à Biblioteca Nacional da França (BNF).¹¹

Após este acontecimento, o grupo de estudos enfrentou dificuldades para lidar com o material escrito. Superado isto, a crítica genética ganha força aos poucos e outros grupos, com o decorrer do tempo, passam a ter interesse pelo assunto. Alguns precursores desse movimento: Valéry e Flaubert, entre 1968 e 1975, quando grupos de

¹¹ SALLES, Cecília Almeida. *Crítica Genética*, 3 ed. São Paulo, Educ, 2008. p.11.



pesquisadores se formaram, começaram a se interessar pelos estudos realizados na época. No Brasil, os estudos chegaram em 1985 com o Primeiro Colóquio de Crítica Textual: O Manuscrito Moderno e as Edições da USP com Philippe Wilemart com estudos sobre obras de Gustave Flaubert. Atualmente, uma das grandes referências em crítica genética é a Professora Dra. Cecília Almeida Salles. Entretanto, a crítica genética é um campo considerado novo e amplo, devido as suas várias possibilidades de aplicação, porém sempre com o mesmo intuito, o de conhecer e compreender os processos de criação, o ato de criar, nunca considerando o resultado de uma obra como sendo final, mas sim um meio que será o ponto de partida para se investigarem os passos e rastros deixados por quem cria.

A obra de arte é resultado de um trabalho, caracterizado por transformação progressiva, que exige do artista investimento de tempo, dedicação e disciplina. A obra é, portanto, precedida por um complexo processo, feito de ajustes, pesquisas, esboços, planos etc. Os rastros deixados pelo artista de seu percurso criador são a concretização desse processo de contínua metamorfose.¹²

A proposta, então, de um pesquisador crítico genético é acompanhar o processo criativo e as etapas junto à mente de quem cria. O acompanhamento desse processo requer compreensão e, assim, chega-se a descobertas, sempre tentando se aproximar do momento da criação da obra de arte. Obra esta que, para quem cria, está sempre inacabada devido à busca incessante do artista por algo que venha a levá-lo à satisfação pessoal. Ao examinar documentos do processo, o pesquisador percebe que estes fornecem informações essenciais para a compreensão do ato criador e do percurso percorrido pelo artista: muitos mostram incertezas, tentativas, erros e experimentações. A análise dessas etapas mostra que elas estão conectadas e são fundamentais para o amadurecimento do pensamento criativo do artista.

Documentos do Processo de Criação

Foram analisados os seguintes documentos para entender e compreender o processo criativo: *briefing*, *roughs* digitais e relatos da própria autora. Abaixo temos o *briefing* e, na sequência, os *roughs* digitais, que mostram um pouco das etapas de criação.

¹² SALLES, Cecília Almeida. Crítica Genética, 3 ed. São Paulo, Educ, 2008. p.25.



Briefing

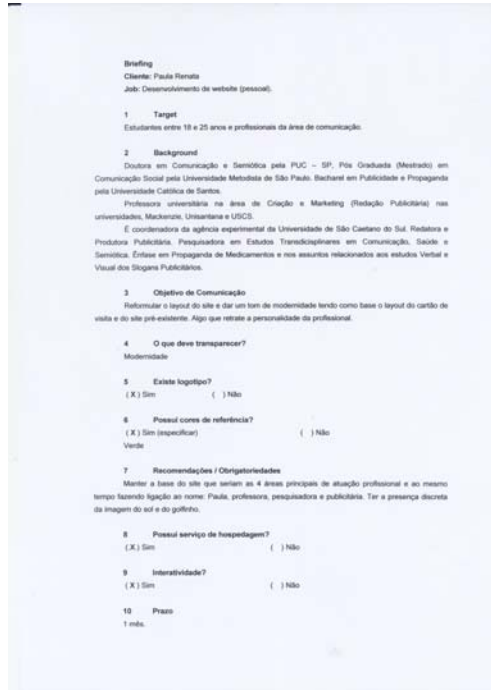


Figura 1 rough digital

Figura 2 rough digital



Figura 3 rough digital



Figura 4 rough digital



Figura 5 rough digital



Proposta Criativa

De acordo com relatos da diretora de arte, o objetivo da cliente era reformular o *layout* do *site* e dar um tom moderno, algo que retratasse e definisse mais sua personalidade, fugindo do *layout* do *site* anterior que era mais simples, e ela não se identificava tanto com ele.

Acima foi apresentado o *briefing* fornecido, contendo as informações que guiaram a diretora de arte no desenvolvimento do projeto, e os *roughs* que demonstram o processo de criação. Esse processo foi desenvolvido através da análise dos *roughs* digitais junto aos depoimentos da diretora de arte que mostram como ela realizou o projeto do *site*. Por meio dos estudos feitos através do material disponibilizado, as alterações foram acompanhadas passo a passo e, assim, buscou-se compreender o processo criativo, sempre apoiado na crítica genética.

O Processo de Criação

O meio digital oferece novas possibilidades de manifestações artísticas, são mais dinâmicos e oferecem resultados em menor tempo, se comparado aos meios de produção artística artesanal. Os recursos digitais usados foram os seguintes *softwares*, *photoshop*¹³, *illustrator*¹⁴, *dreamweaver*¹⁵ e *flash*¹⁶. Entretanto, a diretora de arte do

¹³ *Photoshop* – *software* para edição, importação, gerenciamento, exibição e composição de imagens. Usado por profissionais de filme, vídeo e multimídia.

¹⁴ *Illustrator* – *software* gráfico de vetor.



projeto “Paula Site Pessoal” revela que nem sempre cria diretamente no computador, existem momentos em que traça algumas coisas no papel, apenas para ver o posicionamento dos elementos no *layout*, ou ainda escreve o que vai fazer e só depois parte para a criação no computador.

Com isso, pode-se notar a ausência do uso do rough em papel para o registro do processo de criação, isso pode levar a perda de registro do percurso percorrido durante o desenvolvimento do projeto, já que, com os meios digitais, as possibilidades de se descartar um arquivo são maiores do que quando se cria primeiramente no papel e, só depois, recorre-se ao computador, pois assim o projeto já está encaminhado e as chances de erro são menores.

Nos três primeiros *layouts*, Aieda fez o uso do *Illustrator* devido à ausência de imagens. A partir do quarto layout, a diretora de arte conta ter migrado totalmente para o *Photoshop* para desenvolver os efeitos e trabalhar melhor com a editoração de imagens. O *Flash* foi usado para a produção, pois, com ele, é mais fácil inserir as imagens, e elas não precisam ser fatiadas, entretanto Aieda diz que este fator faz com que o *site* carregue ao todo o que, às vezes, pode deixá-lo pesado. Ao contrário do *Tableless* em que a imagem é fatiada, e o *site* carrega por partes. *Dreamweaver* foi usado para ajustes finais no *html* e para publicar o *site*.

A partir do *briefing* apresentado para o projeto “Paula Site Pessoal”, observa-se algumas características do processo criativo e, a partir de relatos da própria diretora de arte, compreender melhor a criação dentro das limitações do projeto.

Nos primeiros *roughs*, nós temos somente as palavras compondo o *layout* que vieram de referências, de ensaios e estudos feitos a partir da observação de *sites* pessoais, da alusão de textos da própria autora e sua personalidade, junto ao *site* pré-existente e o cartão de visita.

A princípio, em todos os *layouts*, as palavras recebem maior ênfase da diretora de arte já que esta era uma recomendação da cliente. “Como o *site* é de uma pessoa envolvida com comunicação, mais precisamente com o uso das palavras, pensei em usar essas palavras soltas no *layout*, indicando a importância no conteúdo do *site*.” (Freitas, Aieda - diretora de arte).

¹⁵ *Dreamweaver* – software usado por designers da Web, desenvolvedores da Web e *designers* visuais. Tem seu uso mais voltado para a web.

¹⁶ *Flash* – software para desenvolvimento de aplicativos empresariais, aplicativos de plataforma SaaS, aplicativos para internet, desenvolvimento de *website*, entre outros.



A maneira como as palavras são trabalhadas por Aieda foram mudando gradativamente, algo que pode ser notado no segundo *rough*: as palavras aparecem junto a formas geométricas, há também a combinação de fontes com e sem serifa, manuscrita e fantasia, que têm um propósito em estarem ali. “Cada fonte representa uma característica da Paula. Publicitária, uma fonte mais descontraída que é usada, inclusive, em um dos CDs da Madonna, da qual ela é fã. Pesquisadora, fonte com serifa, por se tratar de um ramo de atuação mais sério. Professora, uma fonte manuscrita, por lecionar redação publicitária. O nome também em uma fonte com serifa, mas não tão séria para transmitir a descontração e a seriedade que compõe e equilibram seu perfil.” (Freitas, Aieda).

A partir dessa declaração da diretora de arte, pode-se notar que houve um processo de observação, originário dos anos de convivência com a cliente, para que se chegasse a essa proposta criativa. A presença das letras “P” e “R” sempre constantes para fazer analogia à assinatura “Paula Renata” e, ao mesmo tempo, às suas profissões. A presença de um “P” apenas junto a trechos de artigos de autoria da cliente foram acrescentados ao terceiro *layout* para reforçar a proposta do *site*, junto a um fundo azul marinho que, segundo a diretora de arte, foi apenas uma experimentação. Nota-se, então, a presença dos processos de ensaio, tentativa e erro.

Um quarto *layout* foi feito a partir de uma ideia mais definida, focando as recomendações presentes no *briefing*. Nesse instante, Aieda afirma fazer uso de elementos circulares para compor o *layout* remetendo as retículas, com o objetivo de simbolizar a mídia impressa e também a folha de papel, que enfatiza a escrita. Há presença do verde e o fundo, inicialmente trabalhado em preto, passa a ser branco.

“Em um primeiro momento, trabalhei em pb, mas, depois de apresentar o *layout*, ela solicitou que acrescentasse outras cores, então incluí o verde, que já era uma cor utilizada no *layout* do *site* anterior e que já tinha relação com a identidade visual do seu cartão de visita. No fundo, fiz uso do branco para dar mais leveza ao *layout*, que estava pesado. Porém, este quarto *layout* foi descartado quando apresentei, porque a Paula gostaria da presença dos quatro “P’s”. O uso dos “P’s” se deu, então, a partir do cartão de visita dela, mas eu queria apenas um “P”, entretanto, ela preferiu manter os quatro, por já estarem presentes no cartão e, de certa forma, serem sua marca.” (Freitas, Aieda).

Com isso, o desenvolvimento de um quinto *layout* fez-se necessário. Nota-se que a cliente propõe algumas modificações e limitações na criação, mas ao mesmo tempo é o que orienta a diretora de arte a desenvolver o ambiente do *website*. “Mais dois



elementos por ela solicitados foram acrescentados, o sol e o golfinho. Estes compõem uma tatuagem que ela possui e que gostaria que, de uma forma discreta, fizesse parte do *site*”. (Freitas, Aieda)

Mais alguns detalhes novamente são sugeridos pela cliente à diretora de arte que, a partir dessas limitações, criou um quinto e último *layout*, seguindo a mesma proposta do quarto, porém fazendo uso dos quatro “P’s” que serviram de *menu* para o projeto final e estão centralizados, segundo Aieda, por serem o elemento principal do *site*.

O desenvolvimento do projeto “Paula Site Pessoal” teve como referência o *briefing* e as orientações da cliente. Ao contrário do processo desenvolvido em uma agência em que uma equipe acompanha todo o projeto. No caso mencionado, apenas a diretora de arte é quem desenvolveu o *website* e tratou diretamente com a cliente, por ser um projeto paralelo.

Com isso, não se tem o fluxo de trabalho comum em agências, onde a proposta passa por uma série de etapas até chegar à criação que, junto aos demais profissionais envolvidos no processo, discutem o projeto e buscam a melhor solução.

Pode-se observar, então, a partir do projeto explicitado “Paula Site Pessoal”, que toda criação precisa de um ponto de referência, pois ao contrário acaba se perdendo. Assim, a proposta de trazer ao *website* um visual moderno e uma maior identificação com a cliente foi atingida. Então, para quem desenvolve um projeto, o ato de criar é sempre uma constante busca de uma satisfação pessoal.

Conclusão

Cada pessoa possui uma forma de criar, uma maneira de encontrar a melhor resposta para um determinado problema ou desafio proposto. Para acompanhar o processo de criação em *website*, foi necessário entender como funciona a criação para o meio digital.

Pude observar, com este estudo, que as linhas do pensamento criativo estão se tornando cada vez mais digitais. Os *roughs* em papel estão perdendo seu espaço para os *roughs* digitais. Essa ausência se dá, talvez, por se tratar de um universo em que os profissionais têm um contato maior com o virtual, ao contrário de ilustradores ou *designers*, que fazem uso constante do lápis e papel no dia a dia.

Os arquivos, aos quais tive acesso, comprovam que há um pensamento criativo em ação que se renova a cada proposta, a cada tentativa, a cada ensaio, a cada acerto e erro. Cada etapa de um *layout* apresentou em si características comuns e distintas, mas,



ao mesmo tempo, revelam como a criação é composta e que nenhum elemento está ali sem que tenha um objetivo pré-estabelecido.

A observação deste trabalho permitiu verificar o direcionamento do pensamento criador dentro de uma proposta estabelecida, que age delimitando o processo de criação e, ao mesmo tempo, como impulso e referência para criar, pois através da interpretação do *briefing* (texto) e das exigências da cliente aparecem os combustíveis que se transformam em material criativo para o projeto do *site*. O projeto, que para quem cria, é sempre algo a ser continuado, devido à busca constante da satisfação pessoal.

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, Andréia Almeida. Home Page: Recursos e Técnicas para Criação de Páginas na WWW. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

ALENCAR, Eunice M. L. Soriano de. Gerência da Criatividade. Abrindo as Janelas para a Criatividade Pessoal e nas Organizações, São Paulo, Makron Books, 1996.

BERTOMEU, João Vicente Cegato. A Crítica Genética e o Processo de Criação para a Internet. Revista IMES Comunicação. São Caetano do Sul, Janeiro / Junho 2004. N° IV, p. 25.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. Além dos Meios e Mensagens. Introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência. 10° edição. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

COLLARO, Antonio Celso. Produção Visual e Gráfica. São Paulo: Summus Editorial, 2005.

CRIATIVIDADE, O Despertar da. Revista Istoé. São Paulo, 26/11/2008. Ano 31, N° 2038.

FARINA, Modesto. Psicodinâmica das Cores em Comunicação. 4° Edição, 7° Reimpressão. São Paulo:Edgard Blücher Ltda, 1990.

FRANCO, Edgar Silveira. HQTrônicas, do suporte papel à rede internet. 2 Ed. São Paulo, Annablume, 2004.

FRANCKOWIAK, Irene T. Tiski. Homem Comunicação e Cor. 4° Edição. São Paulo: Ícone, 2000.

GOMES, João Filho. Gestalt do Objeto. Sistema de Leitura Visual da Forma. 7° edição. São Paulo: Escrituras, 2004.

GUIMARÃES, Luciano. A Cor como Informação. A Construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. 3° Edição. São Paulo: Anna Blume, 2004.

LEÃO, Lúcia. O Labirinto da Hipermídia – Arquitetura e Navegação no Ciberespaço. 3 ed. São Paulo: Iluminuras, 1999.



LEVY, Pierre. Cibercultura. 2 ed. São Paulo, Editora 34, 2000. páginas 79 e 80.

NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa. Usabilidade na Web, projetando websites com qualidade. Tradução Edson Furmankiewicz & Carlos Schafranski; Coord. e revisão geral da tradução: Laura Lessa. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

OLIVEIRA, Newton Cesar. Direção de Arte em Propaganda. 8 ed. Senac Brasília, Distrito Federal, 2006.

OSTROWER, Fayga. Criatividade e Processos de Criação. 21 ed. Rio de Janeiro. Vozes, 2007. p.12.

RADFAHRER, Luli. Design Web Design. 1 ed. São Paulo, Market Press, 2001.

SALLES, Cecília Almeida. Crítica Genética, 3 ed. São Paulo, Educ, 2008. p.11.

SIEGEL, David. Criando Sites Arrasadores na Web III. São Paulo: Market Books Brasil, 1999. p. 34.

WILLIAMS, Robin. Design para Quem não é Designer. 2º edição. Tradução Laura Karin Gillon; Coord. e revisão geral da tradução: Nelson Barbosa. São Paulo: Callis, 2005.

FONTES ON-LINE

_____. **Manuscrito Eletrônico**. PUC – Rio de Janeiro. Disponível em: <http://venus.rdc.puc-rio.br/leui/agner/cap01.pdf>. Acesso em: 1 dez. 2008.

824 Milhões de Pessoas Acessam a Internet no Mundo. **Imasters**. Disponível em: http://imasters.uol.com.br/noticia/8353/pesquisas/824_milhoes_de_pessoas_acessam_a_internet_no_mundo/. Acesso em: 1 dez. 2008.

CAVALCANTE, Fábio. Estudo Sobre a Internet no Brasil em Junho. Disponível em: http://imasters.uol.com.br/artigo/9484/mercado/estudo_sobre_a_internet_no_brasil_em_junho/. Acesso em: 1 dez. 2008.

Mais de 95% dos Jovens na América Latina Acessam a Internet, diz Estudo. **Imasters**. Disponível em: http://imasters.uol.com.br/noticia/10779/pesquisas/mais_de_95_dos_jovens_na_america_latina_acessam_a_internet_diz_estudo/. Acesso em: 1 dez. 2008.

_____. **Manuscrito Eletrônico**. FAETEC – Fundação de Educação e Tecnologia Thereza Porto Marques. Disponível em: www.faecet.br/apache2default

_____. **Manuscrito Eletrônico**. Design Virtual Sistemas para Web. Disponível em: <http://www.designvirtual.com/?id=artigos&ida=14>. Acesso em: 02 dez. 2008.



CARRION, Wellington. As Cores na Web. Disponível em: http://imasters.uol.com.br/artigo/3105/teoria/as_cores_na_web/. Acesso em 3 dez. 2008.

_____. **Manuscrito eletrônico**. Monografia Universidade Federal de Pelotas, UFPEL, 2001. Disponível em: <http://www.ufpel.tche.br/prg/sisbi/bibct/acervo/info/2000/Mono-Cristiane.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2008.

_____. **Manuscrito eletrônico**. Tese (Doutorado) Universidade Federal de Santa Catarina UFSC, 1996. Disponível em: <http://www.eps.ufsc.br/teses96/pereira/cap3/capitulo3.htm>. Acesso em: 10 dez. 2008.

_____. **Manuscrito Eletrônico**. Usabilidade no Design Gráfico de Web Sites, USP, S/D. Disponível em: http://www.lsi.usp.br/~martinez/works/_artigos/martinez00a.pdf. Acesso em: 10 dez. 2008.

_____. **Manuscrito eletrônico**. Som, ECA – USP, S/D. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/prof/iazzetta/tutor/acustica/introducao/som.html>. Acesso em 16 dez. 2008.

_____. **Manuscrito Eletrônico**. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/artcult/gabocorp/web5b.html>. Acesso em: 15 Jan. 2009.

_____. **Manuscrito Eletrônico**. Disponível em: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Kozlakowski.PDF. Acesso em 19 Jan. 2008.

_____. **Manuscrito eletrônico**. Disponível em: http://www.pucsp.br/pos/cos/face/s1_1998/critica.htm. Acesso em 23 de Fev. 2009.