

Djalma Macedo de Albuquerque*

* Djalma Macedo de Albuquerque
Mestrando em Design pela Universidade Anhembi Morumbi, bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela USJT, pós-graduado em Criação Visual e Multimídia pela USJT, professor de Design e Multimídia na FMU e coordenador do Centro de Design da Globo.
didiei@gmail.com
ORCID: 0009-0009-0038-0887

Entrevista com Dudu Bernardes. Os múltiplos caminhos do design, no epicentro das mudanças no ambiente digital

Interview with Dudu Bernardes. The multiple paths of design, at the epicenter of changes in the digital environment."

Entrevista a Dudu Bernardes. Los múltiples caminos del diseño, en el epicentro de los cambios en el entorno digital."

OS MÚLTIPLOS CAMINHOS DO DESIGN, NO EPICENTRO DAS MUDANÇAS NO AMBIENTE DIGITAL



Eduardo Bernardes, 63 anos, formado em Design Gráfico e MBA em Design Estratégico é gerente do Centro de Design da Globo, núcleo responsável pela inovação artística e tecnológica dos conteúdos produzidos pelo grupo Globo, no jornalismo, entretenimento, esporte, G1, meteorologia, documentários Globoplay e eventos. São mais 300 profissionais com diferentes habilidades na criação de identidades visuais, telas interativas, cenários, efeitos especiais, realidade aumentada, automação de dados, infodesign, documentários e ilustrações. Dudu, como é carinhosamente chamado por sua equipe, é conhecido pela sua leveza no ambiente de trabalho, suas soluções criativas, pela fomentação da flexibilidade cognitiva e o aprendizado constante dos profissionais. Entre os principais desafios estão a manutenção diária no atendimento dos programas, de forma didática e assertiva, o olhar constante de novas oportunidades e a criação de novas soluções para o conteúdo.

foto: Neto, Alberto Martins.

Itamonte/MG. 2022

1- [Djalma Albuquerque] Fale sobre a sua trilha de desenvolvimento no caminho da Arte?

[Eduardo Bernardes] Minha formação é designer gráfico, com MBA em design estratégico. Iniciei minha carreira em TV, na extinta TV Manchete, eu estava terminando a faculdade quando surgiu a oportunidade de trabalhar lá, 6 anos depois, fui convidado para ir trabalhar na TV Globo. Em 2000, me desliguei da Globo e fui fazer um curso em Milão, Itália. Fiquei trabalhando lá num escritório de design por alguns anos. Voltei para o Brasil e novamente fui para a Globo trabalhar no atendimento do Jornal Nacional e posteriormente na Globonews, onde tive a oportunidade de criar a identidade visual de todo o canal. Atualmente sou gerente do Centro de Design, responsável pelo segmento de São Paulo, Belo Horizonte, Brasília e G1.

2-[DA] De onde vêm a sua inspiração?

[EB] Principalmente de observação e pesquisa de referências. Sou bastante curioso e uso a praticidade da internet para vasculhar enciclopédias, banco de referências, novas tecnologias, soluções estratégicas e outros. A mãe natureza me inspira muito, tanto a fauna quanto a flora, a vida no campo é um combustível revigorante e que me proporciona diversos insights.

3-[DA] Quais são os impactos positivos e negativos da evolução tecnológica na sua área?

[EB] Para quem começou a trabalhar com design antes do computador, a sensação que eu tenho é que a evolução tecnologia vem transformando o mundo numa velocidade cada vez rápida. A informática é uma ferramenta maravilhosa e que vive em constante aperfeiçoamento. Todos os dias, novas soluções são desenvolvidas e diversos recursos inventados como ferramentas que potencializam demonstração daquilo que imaginamos, principalmente na área digital. O lado positivo é que estas ferramentas estão ficando cada vez mais acessíveis no preço e no compartilhamento de conhecimentos e experiências que acontecem, com muito mais frequência, no mundo virtual. Como ponto negativo, eu posso dizer que o fato de estarmos sempre atentos para aprender e compreender todo esse movimento de atualizações e novidades, deixa a sensação constante de que estamos sempre um passo atrás. Tem momentos que cansa (risos)

4- [DA] O que é o Centro de Design da Globo?

[EB] Com a junção das diversas empresas que formavam o grupo Globo em uma só, fizemos a fusão de todas as áreas de design numa única área, que é o Centro de Design. São diversas competências que possibilitam atuarmos em muitos produtos dentro da Globo, com o trabalho de criação, sistematização e apresentação de cenários, identidade visual, vinhetas, telas interativas, realidade aumentada, inteligência analítica na apresentação de dados, infográficos, eventos esportivos, documentários, soluções internas de automação, promoções, otimização de sistemas, tratamentos em novelas, realities show e meteorologia. Atualmente o nosso quadro fixo é de mais ou menos 330 profissionais distribuídos no Rio de Janeiro, São Paulo, Recife, Brasília e Minas Gerais, que atendem o jornalismo, entretenimento, esporte, programação e Globoplay. Todos trabalhando dentro de um ecossistema que integra os projetos, referências, modelos, softwares, plugins. As competências também são bem heterogêneas, modelagem, animação, composição, ilustração, arquitetura, infografista, desenvolvedores. Ilustradores.

5-[DA] Quantas pessoas tem o seu departamento e quais as funções de sua equipe?

[EB] Sobre a minha responsabilidade estão os grupos de São Paulo, Brasília e Belo Horizonte. Temos em torno de 80 pessoas, a grande maioria são designers formados em jornalismo, design digital, publicitários, design gráfico, arquitetura, cinema, web designers e complementando o quadro de profissionais, temos também desenvolvedores, cenógrafos, e produtores de arte.

6-[DA] Qual é o tipo de trabalho e quais produtos vocês atendem?

[EB] É o mais variado possível, pode ser uma base de caracteres para os jornais, uma vinheta de abertura para um programa, um cenário para um jornal, desenvolvimento de uma tela interativa, identidade visual de um programa, a concepção artística de grandes eventos. Atendemos uns 60 produtos, entre jornais, programas, documentários, esporte, entretenimento, programação, canais fechados, Globoplay, Globonews e G1. O serviço de meteorologia geral da Globo também é competência do Cdesign SP, desde o seu início, virou um case de sucesso, porque é propulsor da automação de dados na TV e de fluxos operacionais contínuos.

7-[DA] Quais as ferramentas que vocês utilizam?

[EB] Na criação, o básico é o pacote Adobe: After Effects, Photoshop e Illustrator. Para 3D utilizamos o 3DMAX e Blender. Mais recentemente temos feito algumas artes usando o Unreal. Na exibição e desenvolvimento de sistemas broadcast, trabalhamos com Vizrt, ChyronHego e D3.

8-[DA] Qual o perfil de sua equipe hoje? O que mudou há 10 anos atrás?

[EB] O perfil é bem diverso. São designers, ilustradores, motion-graphics, modeladores (3d), desenvolvedores, infografistas. Com a chegada do streaming, o mercado de trabalho para o design digital ficou bem aquecido, provocando um turnover constante na área. Se por um lado, há uma alta rotatividade, por outro lado, este movimento proporciona oxigenação na equipe, uma troca rica entre os mais experientes e os recém chegados.

9-[DA] Qual a sua estratégia para deixar o grupo motivado?

[EB] Interessante esta pergunta, Penso nisso quase todos os dias. Vou te dizer 3 princípios. A busca pelo novo, incentivando a curiosidade, estimulando a troca de referências, habilidades, novas formas de pensar. Crio desafios que tragam motivação para a equipe, utilizando a combinação da competência com o desejo de desenvolvimento de cada um. Outro importante vetor é proporcionar um ambiente inclusivo que de protagonismo e empoderamento ao colaborador.

10-[DA] Como você vê a inclusão e a diversidade no ambiente de trabalho?

[EB] Ótimo! É a possibilidade de outros pontos de vista, formas diferentes de ver e sentir, não só de gêneros mais de outros estados, culturas diferentes, só temos a ganhar com isso.

Em nossos encontros mensais, buscamos ouvir sugestões dos designers, no último encontro surgiu uma proposta, que já está em andamento, uma votação de novos nomes para as nossas máquinas com personagens que demonstrem esta diversidade. Algumas sugestões: Mulan, Wakanda, Akira, Penélope Charmosa, Luca, Mr. Magoo.

11-[DA] Quais são os desafios de administrar uma equipe interdisciplinar?

[EB] Fazer o outro entender que funcionamos como uma cadeia, mas isso sempre foi comum na nossa área, não temos um trabalho autoral, ele é sempre adicionado por uma outra pessoa. Se um designer é ilustrador e não tem a expertise de 3D, ele faz a parte dele e o de 3D acrescenta o dele, é um trabalho bem colaborativo.

12-[DA] Quais as suas estratégias para conseguir um ambiente favorável para a inovação?

[EB] Em nosso caso, a inovação passa muitas vezes pela melhoria de processos no dia a dia, através da implantação de rotinas automatizadas que ajudem na elaboração de artes repetitivas. Sempre falamos para a equipe, parar e pensar, em maneiras e formas diferentes de fazer, que seja mais interessante, se perguntando: “Como isso poderia ser feito de outra forma?”. Creio que são perguntas bem básicas, mas que nos fazem pensar e sair do modelo mental repetitivo.

13-[DA] Qual conselho você daria para quem está começando a entrar na área de design digital?

[EB] Se você não tiver estudado design, busque informações sobre princípios do design, como estudo de cores, diagramação, tipografia, regra do terço, ponto de fuga, perspectiva, funcionalidade, contextualização, prioridade visual, Gestalt, entre outros. Escolha um software que tenha mais afinidades e mergulhe nele, uma vez dominando um, os outros vão ficando mais simples. Dedique boa parte do tempo buscando referências, seja curioso, assista filmes e sempre organize a maneira de apresentar um trabalho. O caminho que o designer levou para chegar a um conceito é o que faz o cliente entender o design apresentado, isso é essencial.

14-[DA] Na sua visão, qual a importância do trabalho que a sua equipe faz para a sociedade brasileira?

[EB] Nós falamos para milhões, diariamente somos assistidos por milhões, é uma população transversal, e para alcançarmos o maior número de pessoas e levar a informação a cada uma delas, é necessário sermos o mais simples, objetivo e didático. Temos total conhecimento da importância do grafismo no dia a dia do jornalismo, é a informação objetiva, o tempo é bem curto para uma arte por isso a importância da clareza da informação. A nossa principal missão é levar a informação graficamente, permitindo a todos compreenderem o que está sendo apresentado. A prestação de serviços, como meteorologia, participação da audiência no conteúdo, mobilidade, exercem um papel relevante na qualidade de vida e segurança das pessoas. Já em documentários, esporte e entretenimento, nosso propósito é levar emoção, entendimento e lançar luzes a fatos históricos, ou personagens importantes para nossa cultura brasileira.