

O homem que fez o mundo 'curtir' tudo no Facebook

Geoffrey A. Fowler

Costumávamos classificar coisas on-line com umas estrelinhas. Graças a Soleio Cuervo, agora apertamos o botão "Like" (traduzido como "Curtir" no Brasil).

Designer de produto do Facebook Inc. desde 2005, Cuervo faz parte da equipe que criou o botão com o polegar no site. Agora o Curtir é o principal sinal de aprovação do site de relacionamento social mais popular do mundo e já se espalhou para mais de 2,5 milhões de outros sites. (O botão já está tão inserido na cultura pop que o rapper T-Pain tatuou o símbolo em seu braço).

No Facebook, Cuervo, de 29 anos, cria uma linguagem visual para que as pessoas aprendam a interagir e compartilhar coisas on-line. Ao contrário dos produtos da Apple Inc., que chamam a atenção para a beleza de suas próprias formas, "queremos ter certeza de que o Facebook está dando destaque às pessoas, e não a si próprio", diz.

Para criar o site que traduz essa filosofia, Cuervo, que é filho de colombianos, se inspira em fontes tão díspares quanto videogames de baixa resolução dos anos 80 e planejamento urbano. Ele chegou ao mercado de web design através da música; Cuervo estudou composição na Universidade Duke e aprendeu a programar sites para sua própria banda. Depois de se formar em 2003, abriu sua própria empresa de desenvolvimento de sites. O trabalho de Cuervo chamou a atenção de um empregado do Facebook, que o convidou para uma entrevista na empresa no fim de 2005.

O papel de Cuervo no Facebook pode envolver detalhes minúsculos. Ele desenha os diminutos botões, pixel por pixel, usando o Photoshop. Mas 80% do trabalho, diz ele, é encontrar o plano certo sobre o que desenhar. "Às vezes é fácil se perder nos detalhes e no nível micro", diz. "Mas as pessoas utilizam o Facebook como um todo."

Seu lugar silencioso predileto para trabalhar é a biblioteca pública de Palo Alto, na Califórnia, cidade da sede do Facebook. "Existe uma tonelada de tentativas e erros no desenho de produtos. Você precisa estar disposto a jogar muito trabalho fora", explica. "É difícil conseguir fazer alguma coisa se você está correndo entre reuniões. Um pouco de solidão me torna mais produtivo."

Cuervo é fascinado pelos aeroportos. "As pessoas não vão aos aeroportos para se socializar. Elas vão do ponto A para o ponto B", diz. Ele tenta canalizar a sensação de se sentir perdido. "Como seria não achar o banheiro por 10 minutos?", pergunta.

Checar sua página no Facebook quando está com pressa não é tão diferente de precisar ir ao banheiro num aeroporto, diz. "Se você tem 12 minutos para usar o Facebook antes do trabalho, como tirar o máximo de valor disso?"

A simplicidade tem sido tanto uma estratégia de design como uma necessidade prática para o Facebook, que hoje tem apenas 35 designers organizados numa hierarquia relativamente estável.

Essa abordagem também deixa o chefe feliz. "Concisão e clareza - Zuck tem afinidade com essas coisas", diz Cuervo, sobre as preferências do diretor-presidente do Facebook, Mark Zuckerberg.

O botão Curtir chegou ao site em sua forma atual como parte de um esforço coordenado por Cuervo para unificar as formas pelas quais as pessoas deixam comentários no site, que em 2008 eram extremamente variadas. Como parte da mudança, ele quis introduzir uma ideia que havia sido concebida durante uma sessão conhecida como "hackathon" - eventos irregulares (mas frequentes) onde os empregados viram a noite para estudar projetos que não tiveram tempo de elaborar durante o horário normal de trabalho. A ideia, copiada por vários outros

sites, foi uma ferramenta simples para os usuários demonstrarem que gostaram de uma coisa. Internamente, ela foi chamada de "botão genial."

O símbolo Curtir apareceu pela primeira vez em fevereiro de 2009. Em alguns países, o polegar levantado é considerado um gesto rude. O Facebook considerou identificar a imagem com um ícone diferente em alguns mercados, mas Cuervo insistiu que o ícone precisava ser universal. Até agora, não houve muitas reclamações.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 26, 27 e 28 ago. 2011, Empresas, p. B5.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.