

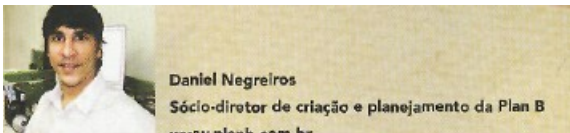
As sensações na transmissão de um conceito

Sabemos que a internet é um ambiente no qual o usuário está sendo constantemente bombardeado por uma variedade de informações que disputam quem conseguirá obter valiosos minutos de sua atenção.

Neste cenário, a linguagem visual assumirá uma importante função para garantir que os ideais de um trabalho sejam transmitidos de forma adequada para o seu público-alvo. Mas como devemos aplicar tal conhecimento em um processo criativo?

Nesta edição, vamos conhecer alguns dos caminhos para trabalhar os estímulos sensoriais, com o objetivo de transmitir o conceito de um projeto interativo.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins acadêmicos



"Os projetos interativos possuem hoje um leque de possibilidades para trabalhar a linguagem visual. Os recursos existentes são inúmeros e estão em constante evolução. É o conceito de uma campanha que direciona o uso de toda tecnologia e também as questões básicas de design, como formas, tipografia e cores, com o objetivo de centralizar a produção de um significado único.

Para cada tipo de comunicação existem soluções específicas, determinadas pelo público-alvo e pelo contexto. Cada público tem uma experiência de vida diferente, embora com referências em comum, o que resulta, no contexto da comunicação, na produção de significados particulares para cada tipo de linguagem visual,

Em projetos interativos, a linguagem visual tem um papel decisivo para despertar reações no público. Temos um potencial enorme para trabalhar estímulos audiovisuais com diversas ferramentas de animação e interação.

Por meio da linguagem visual devemos explorar todos os sentidos. **De forma simbólica e memorável, é possível que o público sinta os estímulos enquanto interage, perceba diferenças de texturas e até desperte o paladar ou olfato para um determinado produto.**

O estímulo sensorial contribui diretamente na percepção do conceito de um projeto. Deve-se trabalhá-lo de forma estratégica e entender bem que tipo de estímulo é preciso para transmitir cada conceito, e assim, atingir os objetivos de um projeto."



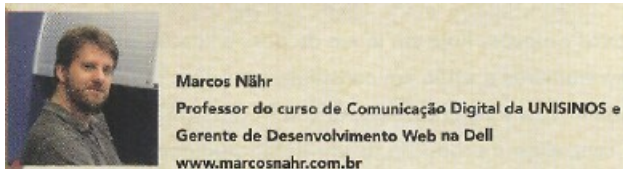
"A linguagem visual se situa entre a linguagem escrita e a música, no que diz respeito a quanto à mensagem precisa ser interpretada antes de causar algum efeito no espectador. Ela é mais direta que a escrita, e por este motivo, estabelece o primeiro contato na comunicação, definindo a situação onde a ação vai acontecer.

Depois de estabelecer o primeiro contato e definir o cenário, ela deve explicitar a hierarquia das informações e de alguma forma guiar o usuário para que a experiência seja agradável, rica e coerente com o conceito original.

Muitas vezes, quando nos deparamos com uma verdadeira obra de arte, sentimos que ela tem 'alma'. De alguma forma, a presença e as intenções do criador parecem estar presentes no objeto criado.

Esse é um exemplo de conceito bem transmitido. A mensagem tem uma clareza e presença tão inquestionáveis que ela gera um movimento interno. Isso é o que devemos perseguir.

O caminho das pedras, sem dúvida, passa pelo domínio da técnica, mas vai muito além dele. É algo que não pode ser escrito ou ensinado."



"O Vocabulário' da linguagem visual do design é composto de elementos (espaço, forma, linhas, texturas, luminosidade e cores) e princípios (equilíbrio, ritmo, ênfase, escala, proporção, e harmonia). Como em um texto, na linguagem visual a destreza de comunicar conceitos depende da familiaridade e facilidade em utilizar estes elementos e princípios.

O processo de utilização destes elementos e princípios de design, por meio de rabiscos despretensiosos, linhas sobre um wireframe, delimitação de espaços, estudos de cores, até chegar ao desenho no computador, tem por objetivo criar uma sólida base de informações e conhecimento que irá ajudar no processo de testar idéias antes de se chegar a um conceito para o projeto.

Sabemos que o design nos toca física, intelectual e emocionalmente e, portanto, devemos nos focar nos nossos sentidos para entender estas implicações e atender esta demanda.

Um exemplo a ser estudado, onde estímulos sensoriais transmitem fortemente conceitos, é a sinestesia. Este fenômeno de 'contaminação dos sentidos' em que um único estímulo - visual, auditivo, olfativo ou tátil - pode desencadear a percepção de vários eventos sensoriais diferentes e simultâneos, e não chega a ser uma doença, mas já foi assim tratado.

Pessoas com sinestesia sentem sons, letras, números ou cores. Para se ter uma idéia, estas pessoas conseguem falar com a maior naturalidade sobre a textura de um aroma, o sabor das diferentes letras ou a melitdia associada ao gosto de um morango."

Quais métodos/ferramentas você utiliza para medir os resultados de um projeto?



Bruno Cajueiro

bctoffolo@uol.com.br

O Google Analytics é, sem dúvida, uma ferramenta completamente interessante para qualquer um que pretenda medir resultados. A análise do que é trazido por ele, juntamente a um olhar geral sobre o progresso do negócio do cliente após a implementação do projeto, pode trazer um resultado expressivo e confiável sobre a (in)eficácia do que foi desenvolvido.

Prêmios: Pesquisa de anterioridade de marca (Wettor) + 12 meses de hospedagem - Plano VIP (Peart)

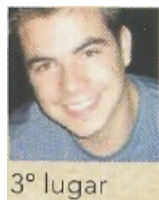


Willians de Abreu

willian.s.abreu@gmail.com

Utilizo o Google Analytics devido a sua consistência nos dados e nas diversas diretrizes de acompanhamento que o sistema permite, isto, além de gerar uma maior abrangência na amostragem dos dados, auxilia na real monitoração das páginas e temas de maior visitação no meu blog.

Prêmio: 1 Curso Flash em turma (Afterweb)



Marcos Roscai

poscaii@yahoo.com.br

Para saber se um determinado projeto obteve êxito ou não, existem diversas formas de mensurar. A primeira é saber se cumpriu com a expectativa do cliente e usuário, se minimizou ou acabou de fato os problemas que existiam. Existem diversas metodologias prontas, adaptadas e criadas conforme cada projeto. Eu costumo primeiramente saber do cliente e seu público. Faço enquete para medir o grau de satisfação, também faço uso do Google Analytics, como ferramenta, para medir a audiência no site, além de gerar os relatórios para futuras estratégias. Também é possível saber pela quantidade de telefonemas e e-mails nos setores de atendimento ao cliente, na secretária e até mesmo no dono da empresa.

Prêmio: 1 ano de hospedagem grátis (PlugIn)



Caio Vinícius

eaio.audax@gmail.com

A métrica principal é o cliente. Procuro saber qual tem sido o retorno para o cliente em relação aos contatos e pedidos (caso tenha essa ferramenta) no site. Em paralelo, analiso dados do Google Analytics e dos meios de publicidade digital, de acordo com o projeto.

Prêmio: 6 meses de hospedagem - Plano TOP (Peart)