

Senso Comum no Design

Common Sense in Design

Silva, Ana Carolina; Graduando em Designer; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio

anac.oliveira@gmail.com

Nojima, Vera Lúcia M. Santos; Doutora ; Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC-Rio

nojima@puc-rio.br

Resumo

O consumidor, quando entra em contato com um produto, tem expectativas sobre a usabilidade dele. Deseja que este seja prático e eficaz. Ao projetar este objeto, o designer deve pensar os anseios de seu público para que, nas diversas etapas de produção, sejam contemplados os requisitos necessários para desenvolver um produto com bons resultados estéticos e funcionais. Este artigo propõe uma reflexão acerca da produção de objetos sem perder de vista valores do senso comum.

Palavras Chave: senso comum; design; produto.

Abstract

The consumer has expectations about usability, when he gets in touch with a product. It wants that these are practical and efficient.

While projecting this object, the designer must think the longings of his public, so that, in several stages of production, the necessarily requisites are contemplated to develop a product with good aesthetic and functional results.

This article proposes a reflection about the production of objects and how the common sense matters in this.

Keywords: Common sense; design; product.

Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design

8 a 11 de outubro de 2008 São Paulo – SP Brasil ISBN 978-85-60186-03-7

©2008 Associação de Ensino e Pesquisa de Nível Superior de Design do Brasil (AEND|Brasil)

Reprodução permitida, para uso sem fins comerciais, desde que seja citada a fonte.

Este documento foi publicado exatamente como fornecido pelo(s) autor(es), o(s) qual(is) se responsabiliza(m) pela totalidade de seu conteúdo.

Pensando o objeto e sua utilização.

O processo de elaboração de um produto passa por diversas etapas a fim de que o resultado final tenha uma boa estética, funcionalidade, eficácia e praticidade. Durante essas etapas faz-se necessário um estudo sobre os hábitos, costumes e práticas do dia-a-dia do consumidor, para que o produto tenha características funcionais próprias do senso comum. Por vezes nos deparamos com produtos de extrema qualidade estética ou com inúmeras opções de uso extra, porém alguns deles perdem boa parte da sua eficácia porque os valores do usuário não são levados em conta.

Os aparelhos ficam cada vez mais complexos à medida que a tecnologia avança. Operar uma máquina de lavar roupas já não é uma tarefa de fácil execução, são muitas funções e botões para apertar e girar. Utensílios domésticos quando mal concebidos podem gerar acidentes de grandes proporções. Para conter essa complexidade designers investem em soluções que tornem os objetos mais simples de maneira que proporcionem uma experiência satisfatória nos usuários e não uma frustração.

Ao entrar em contato com um produto, seja ele um aparelho eletrônico ou uma peça gráfica, o consumidor espera usufruí-lo da maneira mais prática e ágil possível, afinal poucas são as pessoas que param seus carros para observarem um outdoor caso não haja congestionamento, e um designer não pode contar com trânsito para elaborar todos os seus trabalhos.

Para tomar cada decisão sobre o design de um artefato projetado, o designer deve avaliar a forma como a pessoa vai lidar com a peça. Uma avaliação de aspectos semânticos e culturais de um determinado grupo para que se deseje projetar, pode fornecer informações valiosas para concepção de um objeto. Segundo o Design de Interação Frederick van Amstel: “Nenhuma pessoa é igual à outra, mas é possível encontrar pontos em comum entre elas, desde que tais pessoas tenham se desenvolvido sob condições similares”.

A despeito disso tem-se como exemplo o estudo feito à cerca da forma de leitura dos ocidentais, que lêem da esquerda para direita, essa informação é de extrema importância não só na produção de texto, mas também no posicionamento de imagens em jornais, revistas, anúncios e etc.

As pessoas em geral mantêm comportamentos semelhantes diante de objetos no seu cotidiano. Ao observar esses comportamentos o designer pode utilizar alguns mecanismos de forma a ser bem sucedido em seu projeto. Restringir as maneiras de utilização de um objeto, através de encaixes únicos ou cabos específicos, pode auxiliar no entendimento do seu funcionamento. Segundo o teórico Donald Norman: “A maneira mais segura de tornar alguma coisa fácil de usar, com poucos erros, é tornar impossível fazê-la de outro modo”. Já o contrário, pode ocasionar uma série de confusões, sendo necessário o uso de instruções, o que não faz parte do senso comum.

Outra maneira de alcançar um resultado desejável é demonstrar ao usuário o efeito de uma ação, como por exemplo, o botão de um rádio que ascende quando este é ligado antes mesmo de a música tocar. A pessoa obtém um retorno da informação que evita um novo ato como apertar o botão novamente e reiniciar o processo.

Conclusão

A mente humana não armazena informações precisas de memórias a menos que seja extremamente necessário fazê-lo, mas consegue estabelecer padrões que comparam formas e distinguem objetos mesmo semelhantes sem se prender aos detalhes, como o reconhecimento do valor de cada moeda. Contudo os objetos devem possuir em sua aparência indicações críticas, simples e padronizadas de acordo com os hábitos e práticas dos consumidores, para que sua utilização possa ser uma experiência bem sucedida.

Referências

ALVES, Rubem. **Filosofia da Ciência**: introdução ao jogo e suas regras. 10^a ed. Brasiliense: São Paulo, 1987, pp 10 – 34.

NORMAND, Donald A. **O design do dia-a-dia**: aspectos psicológicos e ergonomia. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

AMSTEL, Frederick. Empatia com os pés-no-chão. In: **Usabilidoido**, 2007.
(www.usabilidoido.com.br/empatia_com_os_pesnochoao).