



Claudio Toyama

Experience Consultant, atua há mais de 12 anos em pesquisa e consultoria nas áreas de internet e mídias interativas. Atualmente, é diretor de pesquisas qualitativas e quantitativas da Survey.com Europe. É co-representante do grupo AIGA Experience Design, no Brasil, e membro do conselho diretor do grupo de Experience Design de Londres. webdesign@claudiotoyama.com

A interface está morta. Vida longa à interface!

Quando falamos em exemplos mais comuns de interface, o que vem à cabeça? Muitos responderiam que é o monitor do computador. Apesar de ser a interface predominante no mundo midiático de hoje, logo estará cedendo espaço a novas plataformas e novos modelos de interação, como é o caso da televisão interativa, dos PDAs, dos telefones celulares, dos PDAs híbridos (PDA + telefone celular), dos game boys etc.. E isto é só o começo... Há óculos de realidade virtual, de realidade aumentada, interfaces acionadas por som, holográficas e a mais recente novidade anunciada na revista americana Scientific American são as interfaces flexíveis (monitores de LEDs orgânicos que podem ser enrolados).

Mas, qual dessas interfaces é a melhor? A resposta é fácil: é a interface invisível. Interface invisível? Sim. Aquelas interfaces que, de tão simples, naturais e adaptadas ao contexto de uso, não são nem sequer percebidas pelo usuário.

Um exemplo clássico é o caso dos videogames. Para o assíduo jogador, a interface tornou-se invisível, pois esse jogador não precisa mais olhar para a interface (botões do joystick, tipo de tela ou monitor usado etc..) para fazer pontos, ou seja, por não precisar prestar atenção na interface, o jogador consegue imergir no jogo por horas a fio, sem que nada o distraia.

Esse estado no qual entramos, fazendo com que percamos a noção do tempo, com que tenhamos sensações agradáveis e que nos traz grande satisfação é o que Mihaly Csikszentmihalyi chamou de 'Flow', em seu livro intitulado 'Flow: the psychology of optimal experience', (traduzido na versão brasileira como Psicologia da Felicidade, título que, a meu ver, não retrata a complexidade do tema).

'Flow', para Csikszentmihalyi, é um estado positivo, e altamente prazeroso, de consciência, que ocorre quando nossas habilidades se equiparam aos desafios que encontramos. Nos casos em que nossas habilidades são muito superiores à tarefa em questão, ficamos entediados. E quando nossas habilidades não fazem jus ao desafio, nos sentimos frustrados por não conseguir realizá-lo.

Na verdade, esse estado de 'Flow' poderia ser considerado o Santo Graal de qualquer designer que estivesse pensando em prover uma ótima experiência para o visitante do website.



“a melhor interface é a invisível... aquela que, de tão simples, natural e adaptada ao contexto de uso, não é sequer percebida pelo usuário”

Na web, segundo Novak, Hoffman e Yung, em “Measuring the Customer Experience in Online Environments: A Structural Modeling Approach”, ‘Flow’ é determinado por altos graus de destreza e controle; altos graus de desafio, excitação e atenção focada, que são melhorados com a interatividade e tele-presença.

Sabemos, através de pesquisas com os usuários de Internet, que eles decidem em frações de segundos se querem explorar ou não um website que acabaram de conhecer. O desafio se torna ainda maior com a proliferação de pontos de acesso e tipos de plataforma brigando pela atenção do usuário. Imaginem, então, qual não é o esfor-

ço que devemos fazer para que esse visitante se torne assíduo e passe para a galeria da minoria absoluta dos clientes/visitantes leais.

Nos próximos artigos, daremos uma volta ao mundo (ou fora dele), visitando centros de pesquisa avançada como o MIT MediaLab, Cambridge, Palo Alto Research Center, entre outros, e revisaremos o que há de mais inovador nessa área, na Europa, nos Estados Unidos e em outras partes do mundo, numa tentativa de fazer com que tenhamos insumos para responder o desafio de chegar cada vez mais perto dessa tão almejada ‘interface invisível’. ❌

