

artificial tem a mesma capacidade de articulação ao panorama visual, ou seja, pode imitar uma qualidade tátil conhecida, elaborar variações e propor novas qualidades. O problema que se verifica de imediato é o aspecto semântico na comunicação desejada pelo designer ao definir determinadas qualidades táteis [2].

A sensualidade tátil de produtos é igualmente importante à sua personalidade e combinado ao sistema de valor visual dotam os produtos da uma atração emocional com o consumidor ou usuário.

Texturas

A textura corresponde ao aspecto sensorial das coisas, a qualidade mais tangível dos objetos, mais imediata do que a cor ou a forma [10]. A texturização pode ser percebida pela visão e/ou tato – pelo sentido visual se percebe a geometria, o brilho, contrastes dos padrões que podem ser bi ou tridimensional. Pelo sentido tátil se percebem as características físicas superficiais do material, como um relevo tridimensional. Sua percepção pelo toque depende de muitas variáveis tais como: posição de contato com o corpo, toque passivo ou ativo, características de pele, velocidade de toque, pressão e vibração.

Pesquisadores da Southampton Solent University (UK), sob coordenação de Zuo, estudaram as texturas dos materiais, cujos resultados estão disponíveis no site “Matrix – Material Aesthetics” [11-12-13-14]. Trata-se de uma base de dados narrativo-visuais com informações sobre a estética e a percepção humana dos materiais. As texturas podem ser descritas, de forma subjetiva, a partir de quatro dimensões: geométrica, físico-química, emotiva e associativa [11]. Em um dos estudos realizados em [12] verificou-se a percepção de materiais em laboratório a partir de duas situações: primeiro, os participantes foram convidados a explorar as amostras com os olhos vendados e descrever suas sensações e percepções. Numa outra fase, fizeram o mesmo teste utilizando a visão e tato. Os resultados mostram que a percepção do material pelo toque aumenta a sensibilidade a algumas características físico-químicas; particularmente as relações de quente-frio; úmido-seco, e duro-macio [12]. A visão, por

outro lado, aumenta e enriquece a percepção geométrica e fortalece os sentimentos emotivos.

Temperatura e toque

O sentido térmico é inseparavelmente ligado à experiência dos nossos corpos [15]. Todo material tem uma temperatura intrínseca que pode variar com as condições ambientais. Os materiais mais quentes são mais agradáveis e tornam os produtos e espaços mais acolhedores. No entanto, tanto o calor intenso, quanto o frio são condições percebidas negativamente. A área da superfície de contato influencia particularmente a sensação de “quente-frio”, o chamado “toque térmico”.

A seleção de materiais pode basear-se na capacidade isolante do material ou nas suas propriedades como condutor de calor, não somente para satisfazer aos requisitos técnicos ou de segurança, mas também para proporcionar a estimulação sensorial.

Contexto de uso

O contexto de uso tem relação com a interação produto/material quanto aos aspectos ambientais, espaciais, de propriedade, privacidade e frequência de uso. Os produtos podem ser de uso doméstico, mas também de uso profissional; podem ser de propriedade ou não do usuário (privado ou público); podem ser utilizados por uma única pessoa, mas também compartilhado com outros; e o ambiente pode ser interno ou externo. Uma cadeira, por exemplo, pode ser utilizada diariamente, ocasionalmente ou raramente. Essa questão tem relação com os materiais selecionados, pois interfere na durabilidade, envelhecimento e descarte destes.

Conforto e desconforto

Diversas pesquisas vêm sendo desenvolvidas a fim de encontrar o assento que melhor atenda aos diversos quesitos considerados pela ergonomia e pela biomecânica. É insensato afirmar que o conforto se encontra numa medida entre dores insuportáveis e o excelente bem-estar [16]. Uma vez que a cadeira está suscetível a transmitir uma sensação física negativa, a opinião do usuário vai de indiferente ao extremo desconfortável. O desconforto se relaciona com