Compartilhando a experiência do trabalho colaborativo: o processo de desenvolvimento do nosso site

Construir um novo site e renovar uma marca foi um processo prazeroso, longo e de intenso aprendizado.

Nos sentimos, pela primeira vez, como nossos clientes: com muitas expectativas, em frente a inúmeras variáveis e com necessidade de exercitar a coragem, sempre.

Resolvemos não estar sozinhos, pois apesar de fazermos projetos de exposição e adorarmos pensar sobre o mostrar, mostrar nossos projetos em uma linguagem contemporânea na web necessitou de expertise de projeto gráfico e orientação.

Compartilhamos aqui os principais passos deste percurso, lembrando que o processo é bastante orgânico, com idas e vindas, como um projeto de arquitetura. Os itens são uma forma de ordenar o pensamento, assim esperamos que nossa experiência seja útil.

1. A pesquisa de referências:

   Como em todo trabalho criativo a pesquisa de referências é fundamental. Como fazem os outros arquitetos? Comunicam para eles próprios ou para os outros? Com que linguagem?
   As perguntas foram se acumulando e fizemos um mutirão no escritório: cada um escolheu seus best 5 sites de arquitetura. Alguns muito similares, outros inovadores mas com uma linguagem muito carregada e diferente do trabalho que nesses 15 anos realizamos.
   Este item nos levou à certeza de que não daríamos conta sozinhos, e que fazer um site a partir de um template não seria o nosso caso.

5468796.ca

2. A procura de um profissional especializado:

Nossa primeira idéia foi procurar um designer que desenvolvesse um trabalho a partir das nossas referências. Concluímos que precisávamos de crítica e de um profissional, com experiência em design para web, comunicação contemporânea e textos.

Chegamos assim à Didiana Prata e à equipe da Prata Design. A partir de uma estratégia de design thinking, em um trabalho essencialmente colaborativo, conseguimos desenhar a muitas mãos, questionando e revisando nosso processo de trabalho a partir de uma metodologia que integra comunicação e design. Além disso foi o resgate de uma amizade de colégio!

3. Como ser cliente de um profissional de criação participando do processo

São muitas as maneiras de obter bons resultados em um site. Responder as perguntas do designer, indicar as intenções pretendidas ao designer, fornecer material físico....de uma forma ativa ou passiva. Fizemos tudo isso, de uma forma ativa e aprendendo no decorrer do processo. Não, não tínhamos total objetividade ao montar o briefing. O processo foi de crescimento constante.

A proposta da Prata partiu de um workshop para mapeamento do nosso propósito e habilidades, levantando uma série de questões para que pudessem conceituar a marca e o desenho da nossa comunicação digital. Nós faríamos o upload de imagens e os textos. E foi tudo isso, agora, junto e misturado, ou seja, nada melhor para arquitetos apaixonados por design gráfico. E nada melhor para a revisão de novos caminhos a abrir. O trabalho da Prata compreendeu o desenho da identidade visual, da marca, do site, como também uma direção de conteúdo e arte.

4. A conceituação do projeto e o desenvolvimento da marca.

Já que atuamos em várias áreas da arquitetura e que nossa maneira de trabalho é modular, a marca desenhada tem uma assinatura flexível, com 3 taglines: arquitetura, expografia e consultoria. Para cada uma delas, foi escolhida uma cor .

Aí temos uma das coisas que adoramos! Estudos de cor! A preferida, sempre vermelho. Acreditem essa decisão demorou 15 dias. Começamos a entender melhor nossos clientes...

5. A escolha da plataforma e a linguagem contemporânea.

Uma das possibilidades para a montagem de um site é usar um template “de prateleira”. A questão é definir qual deles se adequa à sua necessidade e qual deles pode ser customizável e adaptável aos dispositivos móveis. Definitivamente não teríamos feito isso sozinhos. A escolha da plataforma depende entre outras coisas como você pretende atualizar o site e qual a autonomia deseja ter no futuro. E nós queríamos um site com um blog incluso, um espaço de articulação das atividades da Stella arquiteta e consultora com a da Stella professora.

6. A seleção dos trabalhos

Essa talvez seja uma das partes complexas e solitárias. Nós precisamos chegar a conclusão de quais trabalhos vamos incluir e quais não ou, pelo menos, não agora.

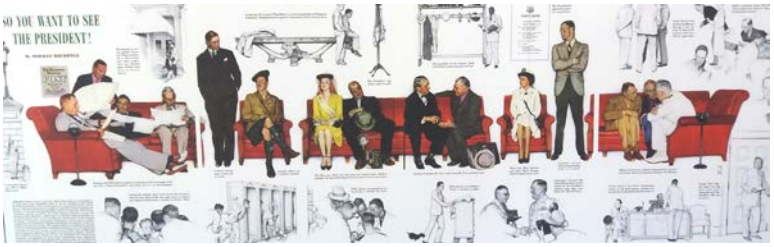
Foi bom selecionar 3 exemplos de projetos para que, a partir do estudo inicial desenvolvido pudéssemos receber críticas e repensar as inclusões. Nos pautamos pela diversidade dos briefings dos clientes e respectivas soluções adotadas para cada projeto.

7. As diferentes iconografias

Desde o princípio fazemos registros profissionais das obras executadas com alguns fotógrafos, o que nos garante ótimos ângulos e a estória dos lugares bem contada. Ok, mas como mostrar essa coleção de imagens?

A Prata design nos indicou as imagens coloridas, já que assim teríamos a linguagem mais contemporânea e evidenciaríamos muitos dos projetos corporativos e expográficos, que fazem bastante uso da cor. Isso nos incomodou, preferíamos as imagens PB, até que um voto de minerva surgiu para desempatar. Chamamos a fotógrafa e amiga Kátia Kuwabara, que concordou com o uso da cor e sugeriu o uso de fotos dessaturadas para as aberturas. Bingo! Este talvez seja um dos maiores prazeres do trabalho colaborativo: muitas cabeças pensando em uma solução.

Além disso precisávamos de duas imagens para ilustrar o estúdio e a consultoria. Pedimos para a Kátia a produção de duas fotos mais conceituais. Surpreendentemente ela trouxe dois ícones que representam o nosso trabalho. O ceú como limite criativo e o rigor e a materialidade do escalímetro.



Norman Rockwell. White House Visitors Office

9. Os desenhos de arquitetura, a inteligibilidade e o movimento.

Desenhos de arquitetura podem ser inóspitos para leigos. Uma das preocupações foi manter e unificar uma linguagem clara para as plantas, os cortes e as perspectivas.

Nem sempre um ou dois desenhos são suficientes para evidenciar o conceito do projeto, por isso fizemos uso de gifs animados, explorando os ícones ilustrados da Kátia.

10. A crítica externa e a revisão constante.

Durante o processo de desenvolvimento mostramos os resultados para a Armoni consultoria de marketing que usou sua expertise para que "abríssemos" a linguagem e nossa forma de mostrar os trabalhos sem que produzíssemos dirigidos apenas aos arquitetos e que atendesse, principalmente à urgência da consulta na Web.

Uma das características que entendemos como importante hoje é a vitalidade do site e a sua capacidade de estabelecer um diálogo permanente com nossos clientes, público em geral interessado em arquitetura e estudantes.

Apostamos no processo de troca e colaboração permanente desde o primeiro passo!

Boa navegação! Comentários sobre a viagem serão muito bem-vindos.

Stella