



Avaliação da Efetividade da Comunicação veiculada em Páginas Web utilizando a Tecnologia *Eye Tracking*

Aluno: Cauê Toazza Cerbaro, IMED, eu.toazza@hotmail.com

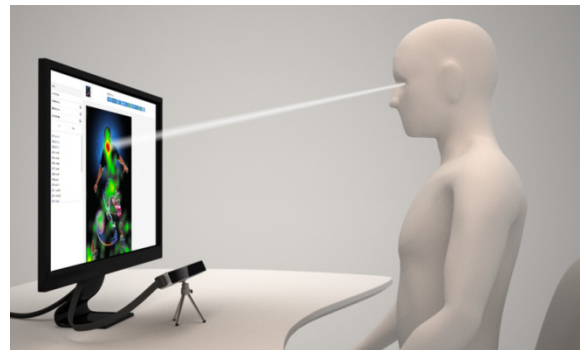
Orientadora: Dra. Thaísa Leal da Silva, IMED, thaisa.silva@imed.edu.br

Introdução

Como forma de aumentar a efetividade dos anúncios na Web, bem como identificar com maior precisão a maneira como os usuários interagem visualmente com as páginas, a técnica de Eye Tracking consiste na medição dos movimentos oculares do usuário visando identificar dados como a sequência na qual os olhos do usuário mudam de foco quando determinados estímulos visuais são apresentados. Esse trabalho tem por objetivo avaliar o uso da tecnologia Eye tracking no suporte à construção de páginas Web que apresentem maior usabilidade, interatividade e efetividade publicitária.

Metodologia

A metodologia a ser adotada utilizará três abordagens: entrevistas semiestruturadas, Eye tracking e testes de usabilidade.



Exemplo de utilização do Eye-tracker



Calibragem do Eye-tracker

Descrição e análise de dados

Com base nas entrevistas será investigada a percepção do usuário sobre determinados anúncios em páginas Web, e a atenção dada aos diferentes formatos de publicidade. O Eye tracking verificará as áreas e componentes mais vistos da página. E os testes de usabilidade verificarão a facilidade de uso das páginas.

Considerações Finais

Com esse trabalho espera-se contribuir efetivamente no desenvolvimento de sites, utilizando a tecnologia Eye-tracking para auxiliar na criação de páginas web com maior usabilidade e anúncios publicitários mais eficazes, além de melhorar a experiência dos usuários enquanto navegam.

Referências

WATANABE, M., et al. Eye Tracking e suas aplicações, 2013.