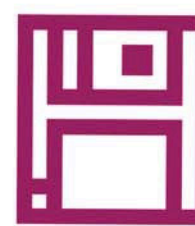




28 :: ícones, quando usar?

ícones ? quando usar



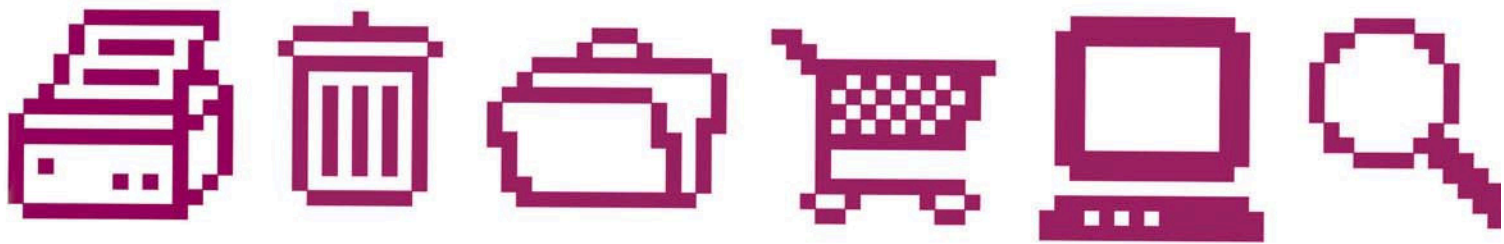
Como a iconografia pode melhorar a experiência de navegação em um site

Trânsito intenso na Rua São Clemente, uma das principais vias de acesso do bairro de Botafogo, no Rio de Janeiro.

O sinal (ou semáforo) fechado é uma ótima oportunidade para que uma mãe, segurando sua pequena filha no colo, possa passar uma lição valiosa: a imagem de uma mão aberta, em vermelho, representa o momento em que devemos esperar o tráfego fluir; já a de homem caminhando, em verde, é a indicação para que possamos atravessar, enquanto os carros esperam a passagem dos pedestres.

A didática materna vivenciada acima demonstra um exemplo de como os pictogramas, símbolos gráficos utilizados geralmente em locais públicos, servem como importantes ferramentas para a transmissão de orientações, cujo objetivo seja o cumprimento de determinadas tarefas.

“É impossível olharmos para alguma coisa e não percebermos, ainda que de modo inconsciente, algumas propriedades dela. Por propriedades, entendam-se valores lógicos e semióticos dos mais diversos tipos, que permitem ao nosso ser a categorização da coisa observada em uma escala de valores, que se comporta como o raio de uma circunferência, que vai da periferia (memória mais ‘distante’) até o centro (memória atual, o ‘agora’ do ‘ser’). Um ícone é a palavra usada para designar formas (de todos os gêneros) que suporte uma composição específica de valores que as torna muito especiais - e, ainda mais importante - que transforma o ícone em um **‘meme’** coletivo, um ‘DNA’ de memória que é compartilhado e propagado em um grupo de pessoas”, afirma Ronaldo Gazel, diretor de arte na BHTEC e:house.



“Os ícones são parte fundamental do mecanismo de interação dos usuários com os computadores, indicando zonas de acionamento de comandos ou ainda simplesmente reforçando visualmente alguma informação que o sistema apresenta” (Mauro Pinheiro)

No mundo virtual, este conceito vem sendo utilizado como apoio para que os usuários possam obter a melhor experiência durante o período de navegação. “Especificamente nos sistemas computadorizados, a partir da introdução da manipulação direta das interfaces gráficas com o uso do mouse, os ícones são parte fundamental do meca-

nismo de interação dos usuários com os computadores, indicando zonas de acionamento de comandos ou ainda simplesmente reforçando visualmente alguma informação que o sistema apresenta”, explica Mauro Pinheiro, professor assistente do departamento de Desenho Industrial da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES).

A função dos ícones na web

Mas como definir a função principal dos ícones, quando pensamos na memorização de determinadas tarefas e na estética gráfica das interfaces digitais? “Os primeiros ícones surgiram como metáforas para facilitar o entendimento do funcionamento dos sistemas. A estratégia deu tão certo que as pessoas se lembravam mais da forma do ícone do que do nome do comando que ele representava. Logo, os ícones se tornaram a cara do software, desem-

Meme

Unidade de informação que se multiplica de cérebro em cérebro ou entre locais onde a informação é armazenada (como livros) e outros locais de armazenamento ou cérebros. Os memes podem ser idéias ou partes de idéias, línguas, sons, desenhos, capacidades, valores estéticos e morais, ou qualquer outra coisa que possa ser aprendida facilmente e transmitida enquanto unidade autônoma.
Fonte: Wikipédia (<http://pt.wikipedia.org/wiki/Meme>)



30 :: ícones, quando usar?

“Com o ingresso massivo de designers na criação de interfaces, o que parecia inconciliável se tornou indissociável. O design mostrou que valor estético e valor funcional não precisavam competir entre si” (Frederick van Amstel)

penhando papel fundamental na formação de sua própria identidade. Foi a partir daí que o valor estético dos ícones começou a ser explorado em softwares”, argumenta Frederick van Amstel, professor do curso de Tecnologia em Web Design do Opet (PR) e professor convidado da graduação em Design da Unisul (SC).

Segundo Amstel, influenciada pela linguagem visual das interfaces de softwares, o processo de criação das primeiras páginas web utilizou ícones sem ganho funcional, como se isso fosse representar a construção de um ambiente mais interativo. Para que esse quadro fosse revertido, o design foi fundamental para que ocorresse uma mudança de valores. “Esses ícones não tinham a função de facilitar a memorização e nem o aprendizado: seu único objetivo era o ganho estético. Com o ingresso massivo de designers na criação de interfaces, o que parecia inconciliável se tornou indissociável. O design mostrou que valor estético e valor funcional não precisavam competir entre si”.

Dessa forma, os ícones vão atingir sua plenitude dentro de um site caso ajudem os usuários na tarefa de se atingir o objetivo final durante o período de navegação. “É claro que uma iconografia com bom acabamento, harmoniosa e consistente agrega valor estético ao projeto gráfico. Assim como todos os outros elementos gráficos também têm este papel. Mas seu principal objetivo está em guiar o usuário na busca pela informação, ajudando na memorização de caminhos e tornando o meio digital mais amigável”, diz Melissa de Toledo, diretora de arte da Sirius Interativa.

Portanto, não caia na armadilha de agregar ícones em seu site apenas como um esmero gráfico. É o que Ronaldo Gazel classifica como uso de “ícones bonitinhos, mas ordinários”. “Eles são belos e animados, porém nem sempre divertidos e interessantes, ou capazes de substituir uma palavra, algo concreto, sem cair no clichê, por mais que eles se esforcem. Um exemplo rápido: a famosa

‘cartinha’ na seção contatos: a carta, sozinha, não gera valor positivo (talvez nostálgico), e um texto falando ‘contato’ já diz o suficiente. Os dois, juntos, formam o imbróglio”, alerta.

Web já possui uma iconografia própria?

Afirmar que a internet já assumiu um padrão no uso de ícones talvez seja uma atitude precipitada diante de um universo ainda tão recente no cotidiano das pessoas. Até porque a utilização deste recurso parece ter sofrido forte influência da área de software.

“A maioria dos ícones que encontramos com frequência na web tem suas origens nos softwares de desktop. A imagem da casa para indicar ‘home’ já era usada antes da web em apresentações multimídia feitas com o Hypercard, o avô do Director”, diz Frederick van Amstel. “Esse paralelo sistema operacional-web funciona muito bem. Quer dizer, sempre que pudermos replicar linguagens e funcionalidades dos sistemas operacionais mais populares, maiores as chances de facilitar a aprendizagem e compreensão daquilo que estamos projetando. Usar um ícone ‘+’ em um menu, por exemplo, nos lembra o funcionamento de abrir e fechar pastas do Windows Explorer. O ideal é sempre usar comportamentos que os usuários estejam esperando”, aponta Felipe Memória, designer de interface da Globo.com e professor da PUC-Rio.

Se não é original, podemos considerar a particularidade como uma definição mais plausível? “Sim, mas isso não significa que a iconografia para web esteja definida, já que a internet é jovem e seus padrões continuam em desenvolvimento”, afirma Dirceu Veiga, criador do Weblcones.com.br, site brasileiro especializado em ícones para web e software. “A iconografia deve estar de acordo com o projeto gráfico de cada site. Por exemplo: a criada para o site do governo de São Paulo (saiba mais, na página 35) não poderia ser a mesma de um site para crianças ou para o público jovem”, acrescenta Melissa, da Sirius.

Outra linha de pensamento parte do princípio que a



"(Ícone) seu principal objetivo está em guiar o usuário na busca pela informação, ajudando na memorização de caminhos e tornando o meio digital mais amigável" (Melissa Toledo)

iconografia na web ainda vive em cima da popularidade dos símbolos usados atualmente nos sites. Um bom exemplo, segundo Maria de Lourdes, diretora de comunidades de prática e tecnologia web da Sociedade Brasileira de Gestão do Conhecimento (SBGC), está no trabalho realizado pela designer Ro London, que coletou os 300 ícones (www.intersmash.com/300images) mais interessantes e usados em sites por ela pesquisados.

"Assim como a casa, temos uma série de outros ícones populares na web: carta para e-mail, lupa para busca, ponto de interrogação para ajuda, impressora para versão para impressão, cadeado para segurança, carrinho de compras para sites de comércio eletrônico, seta para a esquerda para a ação de 'voltar' e 'x' para ação de fechar", enumera Memória.

Seja como for, o especialista aponta que o surgimento de padrões será benéfico para que os ícones sejam mais facilmente assimilados pelos usuários. "Imaginem se cada aeroporto do mundo tivesse um sistema de pictogramas independente. O que seria dos turistas? Não é à toa que existe um padrão internacional seguido por todos os aeroportos. Para quem lembra são aqueles mesmos pictogramas usados no jogo Banco Imobiliário. Seria bom se na web fosse assim. É por essas e outras que digo que sinalização tem tudo a ver com interface web. Os pictogramas usados pelos automóveis também seguem o mesmo padrão em todo o mundo. Quando estamos sem combustível o que é que acende? O símbolo da bomba de gasolina, certo? Em todos os carros que já vimos, não é? Por que será?", argumenta.

Quando atingiremos este estágio? Só o tempo dirá. "A casinha, para 'home', é um bom exemplo de ícone 'universalizado' pelo uso. Digamos que apenas o tempo vai dizer se ela vai resistir, até (por exemplo) haver uma troca de paradigmas tal que substitua o conceito de 'home' por outro, como 'hiperespaço' (?) ou algo assim. A arroba, por exemplo, agüentou um bom tempo, mas como ela era um dos pouquíssimos registros gráficos relacionados ao universo da internet, então foi absurdamente utilizada, das mais diversas formas - até que não resistiu", exemplifica Ronaldo Gazel.

ENG



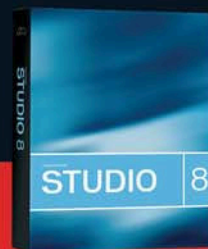
ENG e ADOBE: pioneirismo e qualidade.



**A maior e melhor experiência
em transferência de
tecnologia em Internet, Design
e Documentação Eletrônica.**



**Cursos abertos
e "in company"**



Aproveite nossos preços

realmente promocionais em software

SP (11) 3816-3000

PR (41) 3024-4909

Demais localidades, consulte-nos.

ENG

www.eng.com.br



“A primeira etapa continua sendo a mesma de qualquer peça de comunicação e design: a definição do público-alvo” (Dirceu Veiga)

Criação de ícones: fique de olho no público-alvo

O avanço da tecnologia tem permitido que o desenvolvimento de um site possua uma série de novas funcionalidades. Por exemplo: o espaço para comentários vem se tornando uma função muito comum e o símbolo de um balão tem sido o ícone mais utilizado para representá-lo. “Recentemente, estamos acompanhando também um grande movimento para a padronização do ícone de RSS (mais uma vez, influenciado por um software, o Firefox) e a popularização do ícone de link externo (seta na diagonal vazando de um quadrado)”, cita Felipe Memória.

Assim, dentre as etapas que envolverão a criação de um novo ícone, a principal delas está no estudo do público-alvo. “A primeira continua sendo a mesma de qualquer peça de comunicação e design: a definição do público-alvo. A partir desse ponto se escolhem as cores, formatos, tamanhos e metáforas”, aponta Dirceu. “Acho que o mais importante é dar bastante atenção ao público-alvo. Desta forma, fatores como idade e deficiências visuais devem ser levados em consideração. No meio digital, contraste de cores e luminosidade podem ficar bastante comprometidos de acordo com diferentes tipos e tamanhos de monitores e resoluções de tela. E o papel principal de um ícone é transmitir a mensagem com bastante clareza. Um bom contraste e um traço que não gere ambigüidade na interpretação do símbolo ou ruído visual também são importantes”, complementa Melissa.

Ainda sobre a escolha das cores e dos formatos, é preciso entender como a forma e o significado podem afetar o resultado final de um ícone. “A forma engloba os conceitos gráficos, como traço e cores. Se vamos usar uma forma mais retangular ou orgânica, cores vivas, preto-e-branco, fundos e uma série de outros fatores ajudam a manter a identidade de toda uma família de ícones, mesmo tratando, às vezes, de assuntos tão diferentes. Em termos de significado, devemos tomar muito cuidado com as metáforas. Nunca podemos nos fechar na hora de criar

um ícone e contar que o usuário final entenderá nossa mensagem. Devemos ter muito claro quem estará visualizando essa informação”, orienta Márcio Ismail, diretor de criação da Publicidade Interativa.

Para evitar que isso aconteça, a recomendação é fazer uma pesquisa do termo/ação a ser traduzido como ícone. “Muitos já têm uma simbologia bem aceita, como o globo terrestre para designar a ‘web’ e o envelope para ‘e-mail’. Nestes casos, o melhor é manter o mesmo conceito para não correr o risco de não se fazer entendido. Para ações pouco popularizadas na internet, o ideal é simplificar partindo de metáforas genéricas e fugir das específicas. Por exemplo, um ícone de produto para um site ou software de uma loja de ferramentas: é mais interessante usar uma caixa de papelão (representando a forma mais comum de entrega de produtos) do que fazer um ícone de um produto específico, como um alicate”, cita Dirceu.

Além disso, ele resalta a importância dos detalhes técnicos dentro deste processo. “Quanto aos tamanhos, ícones em tamanhos menores que 32x32 pixels dão uma visão estética melhor. Os tamanhos mais comuns na web são 32x32, 24x24 e 16x16 pixels”.

Um recurso que pede moderação em seu uso

Como vimos, as etapas que envolvem a criação de ícones devem ser cercada de cuidados. A equipe da Globo.com é a prova viva desse cenário. A experiência prática deles está presente no site GloboEsporte.com, que possui, em sua interface gráfica, uma área com os escudos de times de futebol para indicar as seções específicas de cada um deles (“Tudo sobre o seu time”).

“Esse elemento é repetido em todas as páginas de futebol nacional. Considero esse um uso atípico e excepcional de iconografia. No GloboEsporte.com funciona porque os escudos dos clubes são muito conhecidos, principalmente por seus torcedores. Ainda assim, tomamos o cuidado para fazer com que seus nomes aparecessem no estado de ‘mouse over’ e criamos uma página principal de times no menu, com a listagem por ordem alfabética”, explica Felipe Memória.

Para quem achou a ação de extremo zelo, sua eficácia transparece no depoimento de quem já visitou o site.



“Quando a iconografia se tornar familiar para o usuário, ela pode potencializar a experiência de uso de um site, agilizando a navegação e tornando-a mais prazerosa”
(Felipe Memória)

“Ele é excelente para quem entende de futebol. Eu, provavelmente, teria dificuldades para identificar os times do Nordeste, por exemplo. Mas os designers resolveram meu problema: colocaram tarjas indicativas ou ‘legendas’ com os nomes dos times”, revela Maria de Lourdes, da SBGC. “A maior sacada da equipe do GloboEsporte.com foi perceber que os usuários buscavam informações específicas sobre seus times e se beneficiariam muito de um atalho para essa função. Esse exemplo ilustra várias funções de ícones: atalho, decoração, fetiche etc.”, diz Frederick.

Ou seja, a lição que fica é: use o recurso com moderação. “No mesmo GloboEsporte.com, por exemplo, não poderíamos ter usado esse conceito em um ‘Tudo sobre as equipes’ na página de Fórmula 1. Carrinhos coloridos ou símbolos das escuderias seriam incompreensíveis para a grande maioria das pessoas. São imagens que estão longe de ter a mesma popularidade dos escudos dos clubes. As pessoas simplesmente não conhecem. Neste caso, ao invés de agilizar a navegação, estaríamos criando uma barreira para os usuários”, esclarece Memória.

Testando a eficácia e o papel ícones na usabilidade do site

Para garantir o uso correto de ícones dentro da estrutura de um site, será preciso testar sua eficácia com quem realmente vai usufruir as suas funcionalidades. “Vox populi, vox dei. A melhor maneira de se testar qualquer coisa é colocar ‘na boca do povo’. Isso inclui todas as formas de pesquisa, seja ela completa e baseada nos modelos em voga atualmente, ou uma de pequeno porte, feita com os membros de uma equipe”, conta Ronaldo Gazel.

Segundo Frederick van Amstel, para que a avaliação seja feita com maior precisão, será preciso colocar os ícones no contexto onde eles serão utilizados. “Ou seja, num protótipo da interface. Testá-lo isoladamente, através de métodos como o Icon Sorting (<http://tinyurl.com/nmmtg>),

no qual o usuário combina livremente o ícone com um rótulo que descreve seu significado, é interessante para explorar diferentes possibilidades de combinação entre texto e imagem, mas não se pode confiar no resultado como uma avaliação real. O ideal é fazer um Icon Sorting antes e depois testar o protótipo da interface em situações reais”.

Falando em metodologias, o eBay, um dos maiores sites de compras e vendas on-line do mundo, realizou uma minuciosa etapa de testes para medir a eficácia dos ícones inseridos em suas páginas. “Recentemente, li uma pesquisa publicada, em 2004, por funcionários do eBay. O artigo falava sobre a metodologia de testes utilizada para que eles avaliassem a crescente quantidade de ícones na interface do site. Foram 17 pessoas participando do experimento, em duas etapas de testes. O comportamento das pessoas durante o processo, aliado ao feedback verbal, gerou conclusões relevantes para a empresa. Ao final do estudo, concluíram que mais de três ícones associados a determinado nome de usuário era o máximo tolerado pelas pessoas. A partir dos dados gerados pela pesquisa foi criado um manual para que os ícones fossem sempre consistentes visualmente, na forma de interação e no posicionamento por todo o site”, aponta Felipe Memória.

Outro aspecto é testar os detalhes técnicos que envolvem os ícones. “É importante também ter certeza de que o tamanho e as cores são adequados para o público e testá-lo em diferentes monitores e resoluções. Além disso, utilize um software (Colour Contrast Analyser) que analisa contraste”, alerta Melissa Toledo.

Tudo isso para que os ícones possam ajudar a aperfeiçoar a usabilidade de um site. “Ela é melhorada a partir do momento em que um sistema iconográfico é fácil de aprender, de ser recordado, eficiente na utilização e, além de tudo, agradável. Quando a iconografia se tornar familiar para o usuário, ela pode potencializar a experiência de uso de um site, agilizando a navegação e tornando-a mais prazerosa”, finaliza Memória. ✕



A biblioteca da iconografia

- Artigos

Apple human interface guidelines: icons
Apple (<http://tinyurl.com/rw9l4>)

Creating Windows XP icons
Microsoft (<http://tinyurl.com/5d77>)

How to create Vista Icons
Axialis Software (<http://tinyurl.com/orbcj>)

Icon analysis: evaluating low spatial
frequency compositions
Boxes and Arrows (<http://tinyurl.com/p8ur3>)

Ícones, grandes aliados do projetista
IBRAU (<http://tinyurl.com/lguj7>)

International picture language: psyche
miniatures / general series
Imaginary Museum (<http://tinyurl.com/oj4zs>)

Learning to love the pixel: exploring the
craft of icon design
Boxes and Arrows (<http://tinyurl.com/qto4a>)

Material type icons task force
Dartmouth (<http://tinyurl.com/lahve>)

Pelos poderes do ícone
Usabilidoido (<http://tinyurl.com/p2z6a>)

Processo de criação de ícones
Usabilidoido (<http://tinyurl.com/njyhk>)

Pixelart 2D e 3D
Armando Fontes (<http://tinyurl.com/qdags>)

Teste de ícones
Usabilidoido (<http://tinyurl.com/nmmtg>)

Fontes: Dirceu Veiga, Mauro Pinheiro,
Revista Webdesign

- Sites

www.bauhaus.de
<http://feedicons.com>
www.guiborchert.com/gworka/index.html
www.guidebookgallery.org/icons/components
www.iconfactory.com
www.iconfish.com
www.icons shock.com
www.iconwerk.de
www.interfacelift.com
<http://pages.ebay.com/help/myebay/myebay-icons.html>
www.plugmasters.com.br/bancodeicones
www.webicones.com.br
www.kare.com
www.khm.de/~timot/PageElephant.html

Fontes: Dirceu Veiga, Felipe Memória,
Melissa Toledo, Revista Webdesign

- Livros

1000 Symbols: what shapes mean in art and myth
Autores: Rowena Shepherd e Rupert Shepherd
(<http://tinyurl.com/ltfaz>)

Designing interfaces: patterns for effective
interaction design
Autora: Jenifer Tidwell (<http://tinyurl.com/oypbw>)

Designing pictorial symbols
Autor: Nigel Holmes (<http://tinyurl.com/r2t7s>)

Designing visual interfaces: communication
oriented techniques
Autores: Kevin Mullet e Darrell Sano (<http://tinyurl.com/qsjh3>)
design/web/design: 2
Autor: Luli Radfaher (<http://tinyurl.com/mt9zf>)

Elementos de semiótica aplicados ao design
Autor: Lucy Niemeyer (<http://tinyurl.com/or3sb>)

Gestalt do objeto: sistema de leitura visual
da forma
Autor: João Gomes Filho (<http://tinyurl.com/ru7uv>)

Handbook of pictorial symbols
**Autores: Rudolf Modley, William Myers e Diana
Comer** (<http://tinyurl.com/pgxxk>)

Idea index: graphic effects and
typographic treatments
Autor: Jim Krause (<http://tinyurl.com/oyjb6>)

Livro do ícone
Autor: William Horton (<http://tinyurl.com/q8hhp>)

Look of the century: design icons of the
20th century
Autor: Michael Tambini (<http://tinyurl.com/ncn5u>)

Symbol source book: an authoritative
guide to international graphic symbols
Autor: Henry Dreyfuss (<http://tinyurl.com/m4m49>)

ICONS: Signs (<http://tinyurl.com/q3w2u>)
Editora Taschen

Sinais e símbolos: desenho, projeto e
significado
Autor: Adrian Frutiger (<http://tinyurl.com/mbvsv>)

Fontes: Frederick van Amstel, Maria de
Lourdes, Mauro Pinheiro, Melissa Toledo

- Revista

Newwebpick - edição "Asia Special"
www.newwebpick.com

Fonte: Ronaldo Gazel



Transformando mentes criativas em profissionais de sucesso.

Um exemplo de padronização no uso de ícones na web

Bate-papo: Márcio Ismail, na época, diretor de arte do projeto

A Sirius Interativa desenvolveu recentemente um guia de padronização visual (<http://tinyurl.com/r2o5f>) para os sites do Governo do Estado de São Paulo. Nesta entrevista, vamos saber os principais detalhes deste projeto.

Wd :: Como surgiu a oportunidade de criar um guia de padronização visual dos sites do Governo do Estado de São Paulo?

Márcio :: O governo tinha uma preocupação muito grande com sua presença na internet, além de querer comunicar de forma clara todas as suas qualidades. A Sirius Interativa foi procurada para iniciar a definição de uma nova cara para o portal do governo, além de servir de guia para os outros sites e futuras atualizações.

Wd :: Por que vocês decidiram criar uma padronização para o uso de ícones?

Márcio :: É impressionante a dimensão que o portal atinge. As áreas, serviços e produtos que estão nele, ou são derivados, são enormes. Claro que existem casos específicos que seguem uma linha visual própria, mas, no geral, era muito importante definirmos um conjunto de regras mínimas para que os ícones criados seguissem o mesmo caminho.

Wd :: Que tipo de estudos vocês fizeram para definir os padrões de ícones?

Márcio :: Estudamos, principalmente, as necessidades do portal atual e das possíveis utilizações dessa iconografia. Tentamos ao máximo fugir de metáforas distantes do motivo final, para evitar algum tipo de ruído e seguimos a linha gráfica do portal. Trabalhamos sempre com o entendimento seguro da imagem. Nada de ícones de difícil entendimento. Num portal assim estamos falando praticamente com todo o tipo de usuário.

Wd :: O avanço da tecnologia permite que o desenvolvimento de um site possua uma série de novas funcionalidades.

Diante disso, como vocês planejaram esta questão na padronização visual dos sites do Governo do Estado de SP?

Márcio :: Demos as diretrizes básicas para que daqui para frente sejam criados novos ícones. Com o tempo vão surgir novas demandas e o objetivo é que seja criado um banco de ícones para ser usado nos sites e projetos ligados ao portal. O mais importante nessa hora é conseguir manter que o mesmo ícone seja utilizado sempre para a mesma função. ☒



Treinamentos

Web Design Fundamental
Dreamweaver + Tableless
Dreamweaver e Flash com Banco de Dados
Flash | Flash Avançado para Webdesigners
Desenho Animado em Flash
Games em Flash
Direção de Arte e Gestão de Projetos Web
Flash Vídeo para Web Designer
Sites Dinâmicos com Ajax
Internet para Dispositivos Móveis

Formação Profissional

Desktop Publishing | Animação
Vídeo Digital | Web Design

R. Joaquim Floriano, 733 • 8. andar
Itaim Bibi • São Paulo • SP

www.drc.com.br
11 3168 2123



macromedia®
AUTHORIZED TRAINING



Palestras Gratuitas
com qualidade DRC. Confira!