

4 – AVALIAÇÃO DA INFORMAÇÃO CROMÁTICA EM INTERFACES GRÁFICAS DA WEB

De acordo com Dias (2003: 42),

A avaliação de usabilidade pode ser realizada em qualquer fase do desenvolvimento de sistemas interativos: na fase inicial, serve para identificar parâmetros ou elementos a serem implementados no sistema; na fase intermediária, é útil na validação ou refinamento do projeto; e na fase final, assegura que o sistema atende a objetivos e necessidades do usuário.[...].

Para fins de constatação da validade de uma avaliação específica da informação cromática em interfaces gráficas, em um primeiro momento foram selecionados 71 *websites* para a avaliação das suas *homepages*. Ferreira (1999, apud DIAS, 2003:175) define *homepage* como,

Página de entrada em um site da web, ou outro sistema de hipertexto, ou de um índice, com elos de hipertexto que remetem às principais seções de conteúdo do site, visando facilitar a navegação pelo sistema.

Para tal, foi realizada uma observação sistemática utilizando o formulário (apêndice B) elaborado a partir do guia de recomendações para o uso da informação cromática em interfaces digitais na *web* desenvolvido baseado no guia de recomendações para o uso da cor-informação em interfaces gráficas da web, desenvolvido no capítulo 3.

Em seguida, foi realizada uma análise aprofundada, utilizando o mesmo instrumento, para avaliação do portal do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Este *website*, como mencionado no Capítulo 1 (página 24), foi selecionado por se tratar de um portal corporativo especializado em serviços de informação e por ter um conteúdo informacional muito rico e útil para uma vasta quantidade de aplicações.

4.1 AVALIAÇÃO DA INFORMAÇÃO CROMÁTICA DOS WEBSITES PREMIADOS PELO WEBBY AWARDS

A escolha dos *websites* para avaliação, na primeira etapa, como descrito no Capítulo 1 (página 23), se deu devido ao fato de que estes foram premiados pelos especialistas que integram o júri da décima edição do *Webby Awards*, prêmio que elege a melhor página de cada categoria, na rede mundial de computadores, cujos critérios de avaliação adotados foram: desenho das páginas, criatividade, usabilidade, funcionalidade e experiência geral do usuário.

Dentre os 71 *websites* premiados, 2 encontravam-se desativados no momento da coleta de dados. Desta forma, fizeram parte da amostra 69 *websites* que atingiram o 1º lugar em suas categorias. Estes encontram-se relacionados no quadro 4.1.

Categoria	Nome Site	Endereço Eletrônico
Webby artist of the year	Gorillaz	http://www.gorillaz.com/
Breakout of the year	MySpace.com	http://www.myspace.com
Webby entrepreneur of the year	Marc Cuban	http://www.blogmaverick.com/
Webby lifetime achievement	Dr. Robert Kahn	http://www.cnri.reston.va.us/bios/kahn.html
Webby person of the year	Thomas Friedman	http://www.thomaslfriedman.com/
Activism	Youthink!	http://youthink.worldbank.org/
Art	MoMA: Contemporary Voices	http://www.moma.org/exhibitions/2005/contemporaryvoices/flash.html
Associations	Cotton Inc - Team Cotton	http://www.teamcotton.com
Automotive	Mercedes-AMG	http://www.mercedes-amg.com/
Banking/bill paying	Bank of America	http://bankofamerica.com
Beauty and cosmetics	Redken Haircolor	http://www.redkencolor.com
Best copy/writing	NewYorker.com	http://www.newyorker.com
Best home/welcome page	Remember Segregation	http://www.remembersegregation.org
Best navigation/structure and best practices	Flickr	http://www.flickr.com
Best use of animation or motion graphics	Bebop Jeans	http://www.bebopjeans.com
Best use of video or moving image	Freedom of the Seas	http://www.freedomoftheseas.com
Best visual design - aesthetic	Big Ideas Come From Big Pencils	http://demo.arcww.ca/sites/lblaunch/
Best visual design – function and broadband	Google Earth	http://earth.google.com

Categoria	Nome Site	Endereço Eletrônico
Blog - business	5 Blogs Before Lunch	http://daveibsen.typepad.com/5_blogs_before_lunch/
Blog - culture/personal	we make money not art	http://we-make-money-not-art.com
Blog - political	The Huffington Post	http://www.huffingtonpost.com
Charitable org. nonprofit	Katrina Help Center	http://www.katrinahelpcenter.org
Community	BBC Cumbria website/Digital Lives	http://www.bbc.co.uk/cumbria/digital_lives/
Consumer electronics	The Official PSP (PlayStation Portable) Website	http://www.yourpsp.com
Corporate communications	The Observatory	http://www.observatoryfilms.com/
Cultural institutions	Monticello Explorer	http://explorer.monticello.org/
Education	Can I have a word?	http://www.barbican.org.uk/canihaveaword/
Employment	Monster Career Advice	http://content.monster.com/
Family/parenting	GoCityKids	http://www.gocitykids.com
Fashion	Style.com	http://www.style.com
Financial services	PayPal, Inc.	http://www.paypal.com
Food and beverage and lifestyle	Epicurious.com	http://www.epicurious.com
Games	Stackopolis	http://www.stackopolis.com
Games-related	Gamasutra	http://www.gamasutra.com/
Government	72hours.org	http://www.72hours.org
Guides/ratings/reviews	UCS HybridCenter	http://www.hybridcenter.org
Health	The InVision Guide to a Healthy Heart	http://www.invisionguide.com/heart
Humor	The Onion	http://www.theonion.com
Insurance	Now What?	http://www.nowwhat.com
It hardware/software	Dell Small/Medium Business	http://www.dell.com/content/default.aspx?c=us&cs=04&l=en&s=bsd&~bandwidth=NA
Law	Justice Learning	http://www.justicelearning.org
Magazine	National Geographic Magazine Online	http://ngm.com
Movie and film	2006 Sundance Film Festival	http://festival.sundance.org/2006/Festival
Music	Fabchannel.com - Concerts Online	http://www.fabchannel.com
Netart	PostSecret	http://postsecret.blogspot.com/
News	BBC News	http://news.bbc.co.uk/
Newspaper	Guardian Unlimited	http://www.guardian.co.uk
Personal web site	stevensebring.com	http://www.stevensebring.com
Pharmaceuticals	Change of HAART	http://www.changeofhaart.com
Podcasts	Yahoo! Podcasts	http://podcasts.yahoo.com
Politics	OpenSecrets	http://www.opensecrets.org

Categoria	Nome Site	Endereço Eletrônico
Professional services	mediaBOOM	http://www.mediaboom.com
Radio	NPR.org	http://www.npr.org/
Real estate	Building Green: From Principle to Practice	http://www.nrdc.org/buildinggreen/
Religion and spirituality	NPR: This I Believe	http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=4538138
Restaurant	Big Time Restaurant Group	http://www.BigTimeRestaurants.com
Retail	Sherwin-Williams Color Visualizer	http://sherlink.sherwin.com/swapp/color_visualizer/
School	School of Visual Arts Web site	http://www.sva.edu
Science	The Genographic Project	https://www3.nationalgeographic.com/genographic/
Services	Google Maps	http://maps.google.com
Social networking	JDate	http://www.jdate.com/
Sports	ESPN.com	http://www.espn.com
Student	4178° - Chicago Architecture	http://www.stereostil.de/chris/web/flash/
Telecommunications	Orange 'Talking Point'	http://talkingpoint.orange.co.uk
Television	Creating the Scene	http://www.hbo.com/carnivale/behind/creating_the_scene/index.html
Tourism	www.newzealand.com	http://www.newzealand.com/travel/travel
Travel	Expedia.com	http://www.expedia.com
Weird	Snopes.com	http://www.snopes.com
Youth	Above the Influence	http://www.abovetheinfluence.com

Quadro 4.1 – *Websites* premiados na décima edição do Webby Awards

Fonte: 10th Annual Webby Awards Nominees & Winners. Disponível em <http://www.webbyawards.com/webbys/current.php?season=10#best_home_page> Acesso em 17/05/2006.

A avaliação da informação cromática foi realizada apenas nas *homepages* dos referidos *websites*. Esta avaliação ocorreu em três fases para cada *homepage* analisada: primeiramente aspectos relacionados à dimensão sintática foram observados, em seguida, aspectos da semântica e por fim, os da dimensão pragmática. Portanto, a análise dos dados coletados se deu também por essa divisão.

O contexto de uso não foi avaliado, devido à diversidade de propósito dos sites selecionados para a amostra, o que dificultou a definição das características da audiência de cada um dos sites analisados.

Os itens analisados em cada uma das dimensões foram apresentados de forma detalhada, tomando-se como base os critérios definidos no capítulo 3.

4.1.1 Dimensão Sintática

Nesta dimensão, a aplicação da informação cromática foi analisada como signo nos aspectos relacionados à sua essência. Foram analisados itens relativos à quantidade de cores utilizadas na composição visual, à utilização das cores para agrupar e hierarquizar os dados, às combinações harmônicas utilizadas e a respeito da consistência do padrão visual da *homepage* com outras telas do *website*.

Em relação à quantidade de cores aplicadas na composição visual do *website*, pode-se notar a partir da Tabela 3.2, que dentre os *websites* pesquisados, 60,9% utilizam apenas uma ou duas cores e 26,1% utilizam três ou quatro cores. Esses grupos somados representam a maioria. Isso se dá por que, à medida que o número de cores aumenta, o nível de complexidade para harmonizá-las, fornecer contrastes etc, aumenta também. É mais fácil e segura a aplicação de um número restrito de cores numa composição visual.

Tabela 4.1: quantidade de cores utilizadas nas homes.

Quantas cores?	Nº de sites	%
Acromático	04	5,8
1-2 cores	42	60,9
3-4 cores	18	26,1
Mais de 4 cores	05	7,2
Total	69	100%

Fonte: Própria

Ao utilizar mais de quatro cores fica muito mais difícil a combinação entre elas, a manutenção dos contrastes, dentre outros aspectos. Nota-se que poucas foram as *homepages* que arriscaram tal quantidade de cores: 7,2%. Dentre essas, pôde-se notar algumas em que o resultado estético e funcional foi abalado pela profusão de cores.

Apenas 5,8% utilizaram apenas estímulos acromáticos, não utilizaram cores. As cores podem seduzir os indivíduos, mas observou-se que as *homepages* que utilizaram o branco, preto e seus derivados são dotadas de elegância, praticidade e objetividade. Através da

variação de luminosidade, algumas conseguem os mesmos resultados da utilização dos recursos da cor.

Um recurso muito útil para orientar o usuário em um *website* é o agrupamento de dados similares, pois, como foi visto no capítulo anterior, a cor consegue agrupar os dados de maneira muito eficiente. E, dentre os *websites* pesquisados, a maioria utilizou o recurso para este fim, ou parcialmente (46,4%) ou na sua totalidade (44,9).

Tabela 4.2: agrupamento de dados através das cores.

Dados agrupados?	Nº de sites	%
Totalmente	31	44,9
Parcialmente	32	46,4
Não usadas para esse fim	06	8,7
Total	69	100%

Fonte: Própria

Há que se observar que dentre os *websites* que não utilizaram a cor para agrupar dados, outros recursos foram adotados, como localização, formato, fonte. E, os demais, utilizaram estes mesmos recursos paralelamente ao recurso cor.

Tabela 4.3: relação hierárquica através das cores.

Há relação hierárquica?	Nº de sites	%
Sim	25	36,2
Não	44	63,8
Total	69	100%

Fonte: Própria

Da mesma forma que a cor é eficiente para agrupar dados similares, ela também o é para hierarquizar elementos distintos. Porém, este não foi um recurso muito utilizado nas *homepages* da amostra em questão. Apenas 36,2% utilizaram a cor para hierarquizar os dados disponíveis, seja na *homepage* ou para diferenciar as demais telas do *website*.

Tabela 4.4: utilização de harmonias cromáticas.

Utiliza harmonia?	Nº de sites	%
Sim	52	75,4
Não	17	24,6
Total	69	100%

Fonte: Própria

Na maioria dos casos observados (75,4%) foram adotadas harmonias cromáticas. Estas representam uma ferramenta de auxílio para a combinação de cores numa combinação visual. Porém, a não utilização desta ferramenta não implica um resultado estético negativo. Isto irá depender da habilidade do profissional ao decidir por tais combinações.

Sendo assim, pode-se deduzir que por ser mais seguro seguir uma determinada harmonia cromática, estas apareceram com mais frequência na amostra selecionada.

Tabela 4.5: Tipos de harmonias utilizadas.

Que Tipo de harmonia?	Nº de sites	%
Monocromático	04	7,7
Análogo	07	13,5
Complementar	07	13,5
Distante	14	26,9
Triádica	06	11,5
Complementar dividida	09	17,3
Neutro acentuado	00	0
Acromático	05	9,6
Total	52	100%

Fonte: Própria

Dentre os tipos de harmonias cromáticas detectadas, as mais comuns são as que oferecem contraste, chamadas harmonias dissonantes: as distantes com 26,9% e as complementares divididas com 17,3%. As harmonias de cores complementares e análogas ficaram empatadas com 13,5%. Percebe-se que as harmonias que integram este grupo das que foram mais utilizadas na amostra selecionada são também as mais fáceis e seguras para se conseguir um resultado estético agradável.

Para facilitar a percepção do usuário quanto à localização das telas visitadas em um *website*, é importante que essas telas estejam organizadas de modo a se ter elementos comuns que as identifiquem como um conjunto. Com tantos *hiperlinks* que se encontram nos *websites* atualmente, é muito comum, ao se navegar pelas telas, passar para outros *websites* sem perceber o acontecido. Se as telas de um *website* possuem mesmo padrão visual, a percepção de que não estar mais neste é bem mais rápida.

Tabela 4.6: Seguimento do padrão visual da *home* nas demais telas do *site*.

Outras telas seguem o padrão visual da home?	Nº de sites	%
Sempre	54	78,3
Às vezes	04	5,8
Raramente	06	8,7
Nunca	05	7,2
Total	69	100%

Fonte: Própria

Foi constatado que a cor, na amostra citada, foi muito utilizada para manter o padrão visual da *home* (78,3%). Porém, há que se observar que outros recursos como forma, localização, fontes, também são utilizados como elementos redundantes para se obter um padrão visual consistente.

Tabela 4.7: contribuição da cor para a condição estética do layout visual.

layout visual	Nº de sites	%
Esteticamente agradável	35	50,7
Esteticamente interessante	21	30,4
Esteticamente desagradável	13	18,9
Total	69	100%

Fonte: Própria

Em relação à condição estética das *homepages* avaliadas, pôde-se notar que a estética é uma preocupação presente na maioria dos casos. 50,7% das composições analisadas têm função estética bem resolvida e esteticamente interessantes, 30,4% delas.

Sobre o aspecto estético da imagem, Aumont (1995, p.80-81 apud NETTO, FREIRE e PEREIRA, 2004) aponta para as sensações específicas que uma imagem proporciona em seu espectador e coloca que, “[...] essa função [estética] da imagem é hoje indissociável, ou quase, da noção da arte, a ponto de se confundir as duas, e a ponto de uma imagem que visa obter um efeito estético pode se fazer passar por uma imagem artística [...].”

A maioria dos *websites* selecionados privilegiam a estética, por vezes, em detrimento dos aspectos funcionais.

4.1.2 Dimensão Semântica

A dimensão semântica trata da relação que a informação cromática estabelece com outros signos. Portanto, neste caso, a avaliação aconteceu de maneira a se identificar aspectos onde as cores atuavam nas composições visuais das *homepages* como ícone, índice e símbolo. Estes itens sugerem um nível maior de abstração e subjetividade. Tentou-se seguir parâmetros, amparados no capítulo 2, que tornassem a análise o mais objetiva possível, mas sabe-se que tal análise está diretamente relacionada ao olhar do indivíduo que a realizou.

Tabela 4.8: Atuação da cor como ícone.

A cor atua como ícone?	Nº de sites	%
Sim	28	40,6
Não	31	44,9
Total	69	100%

Fonte: Própria

Para avaliar se a cor foi utilizada como ícone delimitou-se a observação dessa utilização à marca da instituição à qual o *website* está vinculado através do uso das cores. Sabendo-se que esta é uma forma bastante eficiente e eficaz de se sedimentar a imagem de uma instituição, percebe-se que é muito positivo o uso da cor como ícone nesta situação. Porém, nas *homepages* observadas, apenas 40,6% utilizaram o recurso cor para este fim.

Tabela 4.9: Atuação da cor como índice.

A cor atua como índice?	Nº de sites	%
Sim	62	89,9
Não	07	10,1
Total	69	100%

Fonte: Própria

Para analisar a atuação da cor como índice, foi considerada a aplicação nos *links* de navegação existentes nas *homepages* observadas. Dentre estas, 89,9% utilizaram a cor atuando como índice, seja como um sinal, quando a cor do *link* muda ao se posicionar o mouse para acessar o *link*; seja como um sintoma, quando ao acessar o *link* este muda de cor para indicar que a localização em que o usuário se encontra no *website*; ou seja como um indício, quando ao retornar para a *homepage*, o *link* permanece com outra coloração, indicando que já foi visitado.

É importante salientar que as *homepages* avaliadas podem apresentar o uso da cor como sinal, sintoma e indício em conjunto ou isoladamente. Raramente essas três formas de atuação como índice foram utilizadas em conjunto.

Tabela 4.10: Ocorrência do tipo de índice.

Que tipo de índice?	Nº de sites	%
Sinal	52	83,9
Sintoma	35	56,5
Indício	08	12,9

Fonte: Própria

O tipo mais comum de índice observado entre as *homepages* visitadas é o sinal, que aparece 83,9% das vezes em que a cor atua como índice. O sintoma vem em seguida, aparecendo 56,5% das vezes, e o indício não aparece em quantidade relevante (12,9%), contrariando a recomendação de Nielsen (2000:62) para a utilização deste recurso.

Tabela 4.11: Detecção do sistema simbólico

Detecta-se o sistema simbólico?	Nº de sites	%
Sim	20	29%
Não	49	71%
Total	69	100%

Fonte: Própria

O sistema simbólico relaciona-se com o ambiente cultural a que se destina o *website*, portanto, apesar deste item fazer parte da pesquisa, este pode não estar explícito para indivíduos de uma cultura diferente daquela intencionada pelo *website*. Desta forma, conseguiu-se detectar o sistema simbólico de 29% das *homepages* visitadas, mas não se descarta a possibilidade de haver sistema simbólico explícito direcionado a indivíduos de outras culturas nos 71% dos *websites* onde este não foi detectado.

Tabela 4.12: Característica do sistema simbólico detectado

Claro ou confuso?	Nº de sites	%
Claro	17	85
Confuso	3	15
Total	20	100%

Fonte: Própria

Da mesma maneira, ao dividir-se as *homepages* observadas, onde se detectou um sistema simbólico em claro e confuso, tem-se plena consciência que esta condição pode ser

alterada a partir da cultura em que o observador está inserido. No caso da presente pesquisa conseguiu-se reconhecer com clareza 85% dos sistemas simbólicos detectados na amostra selecionada.

4.1.3 Dimensão Pragmática

O impacto que a utilização da informação cromática provoca no usuário é o foco da análise segundo a ótica da dimensão pragmática. Nessa etapa, são considerados aspectos como fadiga visual, acessibilidade, efeito psicológico pretendido pela composição visual, legibilidade e visibilidade, e ocultação de dados através da informação cromática.

Tabela 4.13: Fadiga visual pelo uso das cores.

Provoca fadiga visual?	Nº de sites	%
Sim	17	24,6
Não	52	75,4
Total	69	100%

Fonte: Própria

Geralmente, o que provoca a fadiga visual é a falta ou o excesso de contrastes de cor, bem como o excesso do uso de cores saturadas. Quanto maior é a quantidade de cores utilizadas numa composição visual, mais aumenta a probabilidade da existência deste problema também. Dentre as *homepages* visitadas, percebeu-se que apenas 24,6% delas parecem oferecer risco de fadiga visual para usuários que permanecerem nas mesmas por um longo tempo.

Tabela 4.14: Consideração da acessibilidade da cor.

Acessibilidade para cor	Nº de sites	%
Adequada	14	20,3
Pouco adequada	31	44,9
Inadequada	20	29
Não foi considerada	4	5,8
Total	69	100%

Fonte: Própria

A acessibilidade tem sido cada vez mais enfatizada pelos autores como uma necessidade imprescindível no desenvolvimento de sistemas digitais, pois os indivíduos portadores de necessidades específicas devem ser considerados nesses projetos de modo

que **todos** os usuários exerçam seu direito de poder se beneficiar dos serviços oferecidos por estes sistemas.

Para identificar a preocupação das *homepages* selecionadas com a acessibilidade, procurou-se perceber se os contrastes por saturação e por luminosidade foram adotados. E com isso chegou-se ao resultado de que apenas 20,3% delas estão adequadas e 44,9% apresentam alguma adequação.

Ao desenvolver uma composição visual, pode-se utilizar as cores para provocar um dado efeito psicológico no usuário, que irá motivá-lo a tomar alguma atitude em relação às informações apresentadas. Em uma interface digital, este é um recurso bastante útil, já que trata-se de uma situação onde a interatividade acontece em tempo real.

No entanto, não há como se prever as reações de todos os indivíduos que irão interagir com a interface, pois isso irá diferir de acordo com o sujeito, sua personalidade e suas experiências. Sendo assim, têm-se consciência de que o resultado da pesquisa acerca deste item apenas nos fornece um panorama aproximado da situação, pois esta observação foi realizada nas *homepages* selecionadas tomando como base as considerações acerca do aspecto psicológico das cores, explicitadas no Capítulo 2 (página 75) e tais considerações não se apresentam para todos os indivíduos de maneira uniforme.

Tabela 4.15: Detecção do efeito psicológico a ser provocado no usuário.

Efeito psicológico	Nº de sites	%
Reconhecível	14	20,3
Pouco Reconhecível	08	11,6
Irreconhecível	47	68,1
Total	69	100%

Fonte: Própria

Na maioria das *homepages* não foi possível reconhecer o efeito psicológico provocado pelas cores desejável pelos seus desenvolvedores, índice que atingiu 68% do total. Nas demais ou este efeito se mostrou explicitamente (20,3%), ou apareceu de maneira sutil (11,6%).

Tabela 4.16: Visibilidade e legibilidade possibilitada pelos contrastes de cor.

Visibilidade e Legibilidade	Nº de sites	%
Sempre	36	52,2
Na maioria das vezes	29	42
Raramente	04	5,8
Nunca	00	0
Total	69	100%

Fonte: Própria

O contraste de cores deve permitir uma boa visibilidade e legibilidade, pois destas depende toda a interação do usuário com a interface. Estes contrastes são conseguidos a partir das diferenças de tom, luminosidade e saturação. Nas *homepages* observadas, detectou-se que este é um aspecto valorizado pela maioria dos sites: 52,2% adotam contrastes que permitem visibilidade e legibilidade sempre, e 42% na maioria das vezes, ou seja, nestes últimos havia apenas alguma dificuldade neste item, mas o mesmo não foi totalmente ignorado.

Tabela 4.17: Ocultação de dados relevantes pela diminuição dos contrastes de cor.

Ocultação de dados através da cor	Nº de sites	%
Sim	09	13
Não	60	87
Total	69	100%

Fonte: Própria

Existem várias formas de ocultação de dados, que podem ser utilizadas intencionalmente ou não pelos desenvolvedores do *website*. Essa ocultação, quando realizada intencionalmente, pode dever-se a diversos fatores, como à necessidade de se expor alguma informação devido às leis conferidas a este suporte, mas existe o interesse de que tais informações tenham um número pequeno de acessos. Pode-se diminuir o tamanho da fonte, colocá-los em um local da tela onde seja difícil de percebê-los e também pela diminuição do contraste entre frente e fundo, seja por tom, saturação ou luminosidade. O que se observou nesta pesquisa foi esta última forma de ocultação de dados. Entretanto, em apenas 13% das *homepages* visitadas notou-se esta intenção. Nas 87% restantes esta situação não foi detectada.

Após a análise dos resultados da avaliação por itens isolados, analisou-se o relacionamento desses itens entre si em cada uma das *homepages* avaliadas. Dessa forma, tem-se uma visão geral das prioridades (por dimensão) e percentual de recursos de

utilização da informação cromática em cada um dos *websites*. Para tal análise, estabeleceu-se que cada recurso utilizado vale 1 ponto. Sendo assim, cada dimensão pode somar até 5 pontos, e o total das três dimensões pode atingir o total de 15 pontos. Os resultados desta análise podem ser observados na Tabela 3.18.

Tabela 4.18: Avaliação dos recursos da utilização da informação cromática em cada *homepage*.

Nº <i>Homepage</i>	Pontos D. Sintática	Pontos D. Semântica	Pontos D. Pragmática	Total Pontos	%
1	3	3	2	8	53,3
2	5	2	4	11	73,3
3	2	2	2	6	40,0
4	3	3	2	8	53,3
5	5	3	3	11	73,3
6	4	3	2	9	60,0
7	2	1	1	4	26,7
8	4	3	3	10	66,7
9	3	4	1	8	53,3
10	5	4	5	14	93,3
11	3	3	0	6	40,0
12	3	2	2	7	46,7
13	3	3	5	11	73,3
14	3	2	1	6	40,0
15	1	3	2	6	40,0
16	2	4	3	9	60,0
17	3	2	4	9	60,0
18	3	3	2	8	53,3
19	2	1	4	7	46,7
20	2	1	1	4	26,7
21	5	2	4	11	73,3
22	3	1	4	8	53,3
23	3	3	3	9	60,0
24	3	1	2	6	40,0
25	1	1	3	5	33,3
26	4	2	4	10	66,7
27	3	1	1	5	33,3
28	4	2	3	9	60,0
29	2	3	5	10	66,7
30	3	1	2	6	40,0
31	2	2	4	8	53,3
32	5	4	5	14	93,3
33	1	1	2	4	26,7

Nº Homepage	Pontos D. Sintática	Pontos D. Semântica	Pontos D. Pragmática	Total Pontos	%
34	3	1	2	6	40,0
35	2	2	3	7	46,7
36	1	1	3	5	33,3
37	2	0	3	5	33,3
38	3	2	3	8	53,3
39	2	1	2	5	33,3
40	3	2	3	8	53,3
41	4	2	4	10	66,7
42	4	3	2	9	60,0
43	3	1	1	5	33,3
44	2	2	1	5	33,3
45	3	4	2	9	60,0
46	1	2	1	4	26,7
47	2	2	3	7	46,7
48	2	3	3	8	53,3
49	4	4	4	12	80,0
50	4	2	1	7	46,7
51	4	3	2	9	60,0
52	2	3	3	8	53,3
53	3	2	2	7	46,7
54	2	2	2	6	40,0
55	2	2	3	7	46,7
56	3	3	3	9	60,0
57	3	3	2	8	53,3
58	3	3	2	8	53,3
59	4	2	2	8	53,3
60	2	1	3	6	40,0
61	3	3	5	11	73,3
62	3	2	1	6	40,0
63	3	2	2	7	46,7
64	3	4	2	9	60,0
65	4	2	2	8	53,3
66	3	0	1	4	26,7
67	3	3	3	9	60,0
68	2	1	3	6	40,0
69	1	3	2	6	40,0
Total Pontos	198	154	177		
%	57,4	44,6	51,3		

Fonte: Própria

Apenas 8 (oito) *homepages* atingiram mais de 70% de utilização dos recursos da informação cromática. A maioria delas, uma soma de 56 (cinquenta e seis) *homepages*, utilizaram o mínimo de 30% dos recursos e apenas 5 (cinco) utilizaram menos de 30% deles.

Outro aspecto que pôde ser observado nesta análise é que, na dimensão sintática, encontra-se o maior percentual de utilização dos recursos da informação cromática, com 57,4%. Este fato sugere que o aspecto estético, presente nesta dimensão, tem grande influência na concepção de sistemas digitais.

Pode-se perceber, ao avaliar os *websites* premiados, que apesar de os mesmos serem considerados, por especialistas, os melhores do ano de 2006, a partir de critérios como desenho das páginas, criatividade, usabilidade, funcionalidade e experiência geral do usuário, no que tange à informação cromática especificamente, existe uma carência na aplicação da mesma. Isto se deve ao fato de que a informação cromática geralmente é avaliada de forma subjetiva, estando implícita em outros critérios.

Acredita-se então que, dado o potencial da informação cromática já discutido no capítulo anterior, se faz necessário um instrumento baseado em critérios para avaliação específica deste recurso em interfaces digitais. Assim, a próxima etapa da pesquisa consiste em uma avaliação aprofundada em um *website*, através do mesmo instrumento utilizado na avaliação das *homepages* da etapa anterior, porém, agora demonstrando de forma estruturada a avaliação em algumas telas de um *website* especializado em serviços de informação.

4.2 AVALIAÇÃO DA INFORMAÇÃO CROMÁTICA DO *WEBSITE* DO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE

O IBGE atende às necessidades dos mais diversos segmentos da sociedade civil, bem como dos órgãos das esferas governamentais federal, estadual e municipal. Constituindo-se no principal provedor de dados e informações do país, o IBGE é uma instituição da administração pública federal, subordinado ao Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão.

Para que suas atividades possam cobrir todo o território nacional, o IBGE possui a rede nacional de pesquisa e disseminação, composta por 27 Unidades Estaduais (26 nas capitais dos estados e 1 no Distrito Federal), 27 Setores de Documentação e Disseminação de Informações (26 nas capitais e 1 no Distrito Federal) e 533 Agências de Coleta de dados nos principais municípios.

O provimento de informações pelo IBGE é realizado através da sua rede nacional de disseminação, com áreas de atendimento em todas as capitais e nas principais cidades, oferecendo acervos especializados em informações estatísticas e geográficas do país, que se constitui de publicações impressas e eletrônicas, como também de bases de dados.

Segundo informações disponíveis no site, através da Internet, o IBGE estabelece seu principal canal de comunicação com o usuário, disponibilizando os resultados das pesquisas em páginas dinâmicas, arquivos para *download* e banco de dados. Além de oferecer atendimento especializado via e-mail e de informações rápidas através de um *call center*.

Como o conteúdo informacional do site é muito extenso, estruturou-se o site de forma a dividi-lo em quatro blocos (A, B, C e D) onde foram agrupadas informações a partir da disposição desses elementos no *website*, por proximidade (Quadro 4.2 e Figura 3.1).

BLOCO A	Indicadores Conjunturais	Agropecuária
		Contas Nacionais Trimestrais – SCNT
		Indústria
		Pesquisa Mensal do Comércio-PMC
		Preços
		Trabalho e Rendimento
	População	Indicadores Sociais
		Censos Demográficos
		Estatísticas do Registro Civil
		Pesquisa de Orçamentos – Familiares
		Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios-PNAD
		Tábuas Completas de Mortalidade
		Projeção da População
		Estimativas de População
		Atlas de Saneamento
		Economia Informal Urbana
	Economia	Indústria
		Comércio
		Serviços
		Agropecuária
		Contas Nacionais
		Contas Regionais
		Produto Interno Bruto dos Municípios
		Finanças Públicas do Brasil

		Cadastro e Classificações Econômicas
		Estatísticas do Cadastro Central de Empresas
		As Micro e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços no Brasil
		As Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos no Brasil
	Geociências	Área Territorial Oficial
		Cartografia
		Geodésia
		Geografia
		Recursos Naturais
	Download	Estatística
		Geociências
	Calendário de Divulgação	Indicadores Conjunturais
		Estudos e Pesquisas estruturais e especiais
	Pesquisas	
BLOCO B	Canais	BME
		Cidades@
		Estados@
		Mapas Interativos
		Perfil dos Municípios Brasileiros
		SIDRA
		Brasil em síntese
		IBGE - 7 a 12
		IBGE Teen
		Biblioteca
		Catálogo do IBGE
		Loja Virtual
		IBGE Modo Texto
		Questionários Eletrônicos
		Brasil: 500 anos de povoamento
		Estatísticas do século XX
		Memória Institucional
		Classificações Estatísticas/CONCLA
		Comunidade Européia Mercosul
		CONFEST/CONVEGE
		ENCE
BLOCO C	Busca	
	Links	
	Fale Conosco	
	Mapa do Site	
	Home	
BLOCO D	A Instituição	
	Locais de Atendimento	
	Estatísticas do Site	
	Editais e Licitações	

Quadro 4.2 – Estrutura do site do IBGE

Fonte: <http://www.ibge.org.br>

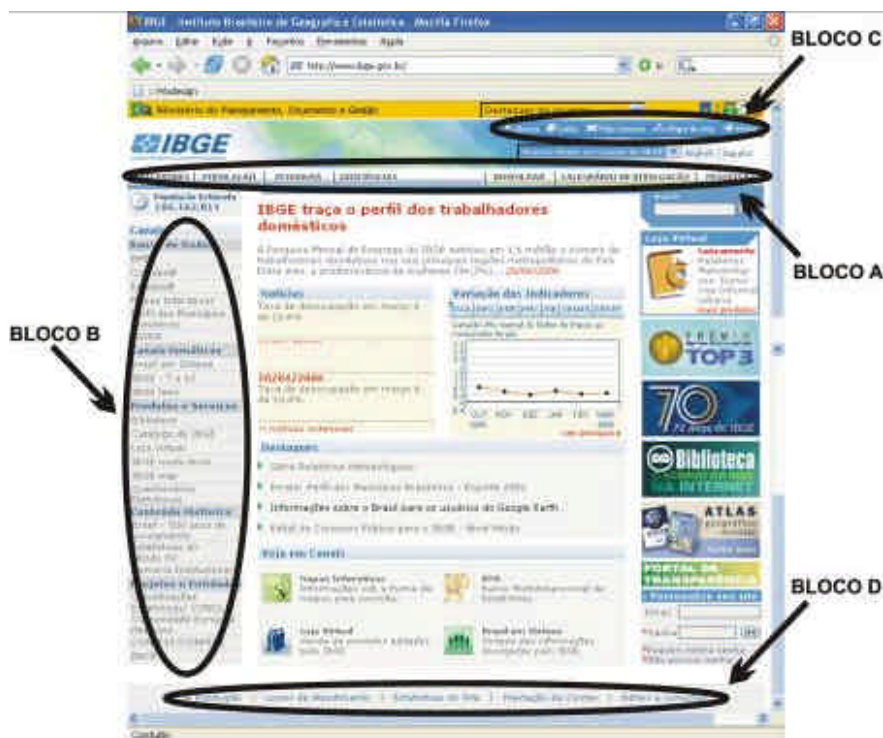


Figura 4.1: estruturação da *homepage* do IBGE em blocos.
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Desta maneira selecionou-se algumas telas do site para realização da avaliação da informação cromática utilizada nas mesmas, com base no formulário gerado através do guia de recomendações para o uso da informação cromática em interfaces digitais na *web* (apêndice B). São elas:

- ✍ A *homepage* do portal;
- ✍ Bloco A: indicadores (produção agrícola), geociências (cartografia), download (estatística) e pesquisas;
- ✍ Bloco B: banco de dados (estados@), canais temáticos (IBGE Teen), produtos e serviços (catálogo IBGE), conteúdo histórico (memória institucional), projetos e entidades (CONFEST/CONVEGE);
- ✍ Bloco C: busca, mapa do site;
- ✍ Bloco D: a instituição, editais e licitações, estatísticas do site.

Inicialmente, definiu-se o contexto de uso do portal e então partiu-se para a análise de acordo com as dimensões sintáticas, semânticas e pragmáticas das telas estudadas.

Trata-se de uma interface voltada à disponibilização de serviço informacional que tem por objetivo a divulgação de atividades de produção de informações estatísticas e geocientíficas, desenvolvidas pelo instituto. A interface é um projeto duradouro, onde ocorre inserção de dados constantemente.

De acordo com Agner et. al (2005) “a média de acessos gira em torno de 450 mil usuários com cerca de 55 milhões de visualizações de páginas”. A tarefa desempenhada pelos usuários é relativa à busca e recuperação da informação. Existe o risco de abandono do site antes da recuperação devido à dificuldade de localização do conteúdo desejado.

4.2.2 Dimensão Sintática

Quanto à quantidade de cores utilizadas nas telas, pôde-se perceber que a maioria delas (73,3%) utiliza entre 1 e 2 cores. Isto acontece em decorrência de um padrão visual que foi adotado para a maioria das páginas vinculadas ao portal.

Em algumas telas, como “IBGE -7 a 12”, “IBGE Teen” e “Editais e Licitações”, há um uso excessivo de cores, produzindo poluição visual (Figuras 4.26, 4.2 e 4.34).



Figura 4.2: Canais ? Canais Temáticos ? IBGE Teen
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

A cor não é usada para dirigir a atenção, comunicar organização e não estabelece relações.



Figura 4.3: Geociências ? Geodésia
 Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.4: Homepage
 Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.5: Homepage:
 Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

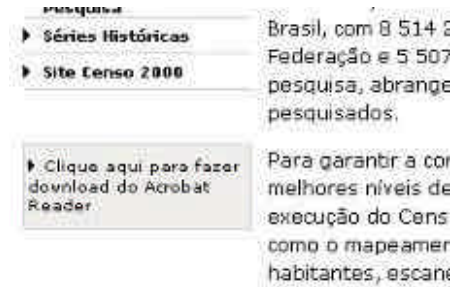


Figura 4.6: População ? Censos Demográficos
 Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

As cores são empregadas no site como elemento adicional, apenas com função decorativa. Em alguns canais como em Estados@, existe uma codificação de cores, com legendas para as informações (Figura 4.7), porém não há correspondência entre o tom amarelo utilizado na legenda e o utilizado nos estados relacionados na parte superior, além do mais, nas fotos com os filtros referentes a cada cor da legenda, é fácil confundir o amarelo com o laranja.



Figura 4.7: Canais ? Estados@
 Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Quanto ao agrupamento de dados, foi observado o agrupamento no ambiente da página estudada e a maioria delas (60%) apresentou um agrupamento parcial através das cores. Em apenas uma delas não houve tal agrupamento.

Porém, quando se observa o agrupamento de páginas referentes à um mesmo menu, observa-se que não houve preocupação alguma em organizá-las por categorias através da utilização das cores.

Os dados não são agrupados logicamente por um padrão de cores, não havendo um princípio geral para o projeto da interface. No Bloco A existem inconsistências na informação cromática: no menu “indicadores”, cada *link* utiliza uma cor, de forma indiscriminada, não seguindo nenhuma ordem lógica ou simbólica. (Figuras 4.8 a 4.14)

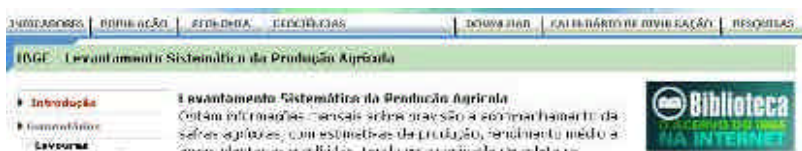


Figura 4.8: Indicadores ? Agropecuária ? Produção Agrícola
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.9: Indicadores ? Contas Nacionais Trimestrais - SCNT
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.10: Indicadores ? Indústria ? Pesquisa Industrial Mensal de Emprego e Salário
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

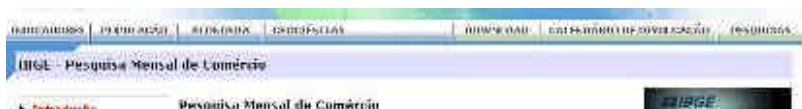


Figura 4.11: Indicadores ? Pesquisa Mensal de Comércio - PMC
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

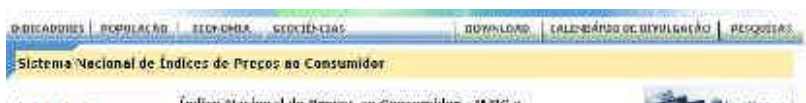


Figura 4.12: Indicadores ? Preços ? INPC - IPCA

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.13: Indicadores ? Preços ? Harmonização dos Índices de Preços ao Consumidor...

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

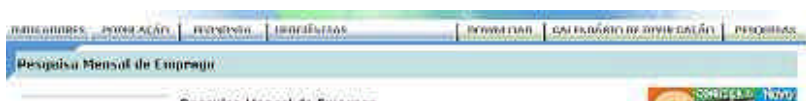


Figura 4.14: Indicadores ? Trabalho e Rendimento ? Pesquisa Mensal de Emprego - PME

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Nos menus “população”, “economia”, “geociências”, “calendários de divulgação”, todos os *links* possuem uma tarja de coloração vermelho dessaturado com alto grau de luminosidade (Figuras 4.15 a 4.17). São menus diferentes que utilizam a mesma cor de referência no título da página, sendo que esta cor também aparece em um dos *links* do menu “indicadores”, citado acima.

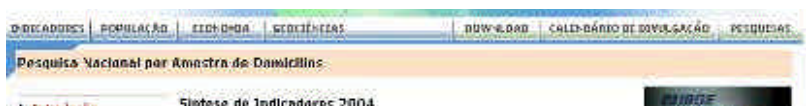


Figura 4.15: População ? Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.16: Geociências ? Geodésia

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.17: Calendário de Divulgação ? Estudos e Pesquisas Estruturais e Especiais

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

No menu “pesquisa” a tarja utilizada possui coloração avermelhada dessaturada e pouco luminosa. (Figura 4.18)

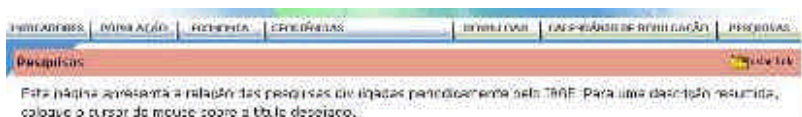


Figura 4.18: Pesquisas

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Este fato demonstra que, ao analisar o conjunto das páginas que compõe o *website* também nota-se que não existe a preocupação em hierarquizar os dados, diferenciando-os através do uso da cor, por categorias. Porém, ao analisar as páginas isoladamente, detectou-se que, como a maioria das páginas selecionadas seguem o padrão visual da *homepage*, nelas os blocos (A, B, C e D) são diferenciados também pela informação cromática.

Nas páginas avaliadas, em relação à utilização das harmonias cromáticas consegue-se detectar harmonias cromáticas em 73,3% das páginas estudadas. No *website*, a combinação cromática predominante é a harmonia de cores análogas (consonantes): o verde e o azul. Que inclusive estão presentes na parte superior da maioria das páginas.



Figura 4.19: Home

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Geralmente são usados na parte central das páginas harmonias de dois tons (dissonantes, assonantes e consonantes), mas estas relações não sugerem nenhuma ligação com as informações apresentadas.

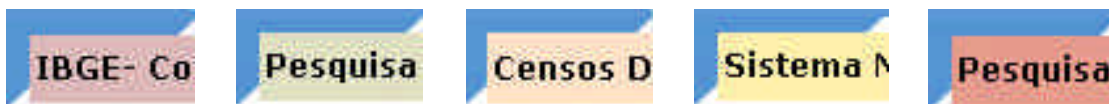


Figura 4.20: Harmonia de dois tons (vizinhas/vizinhas/complementares/distantes/distantes)

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.21: Harmonia Dupla (Complementares)
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

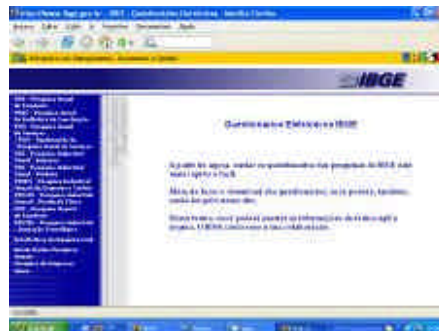


Figura 4.22: Harmonia Monocromática
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Como já foi colocado anteriormente, o padrão visual da home é seguido por grande parte das páginas, embora existam algumas que diferem totalmente deste. Nas páginas selecionadas, encontramos 53,3% delas que estão vinculadas a outras que seguem este mesmo padrão visual.

No entanto, em muitos casos no *website*, encontra-se mudança de padrão visual. O *link* referente ao menu “download” difere totalmente de todo o padrão visual adotado para os *links* do bloco (Figura 4.23).

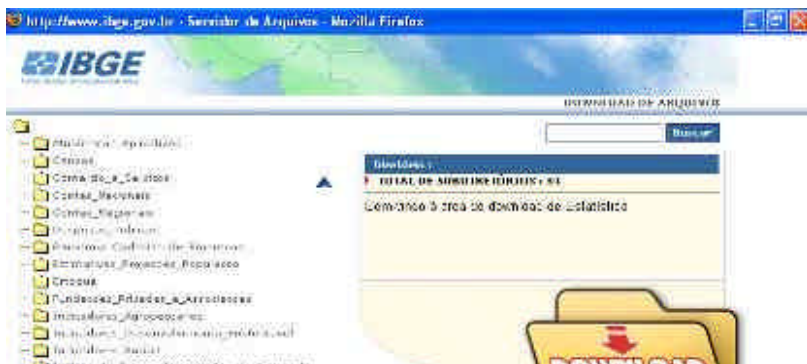


Figura 4.23: Download ? Estatística
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

No Bloco B, cada canal segue um padrão diferente, inclusive alguns dispensam a identificação de subordinação ao governo (Figuras 4.24 a 4.27). E outros *links* seguem o padrão visual idêntico ao utilizado nos *links* do Bloco A. (Figura 3.48)



Figura 4.24: Canais ? Banco de Dados ? Cidades@
 Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.25: Canais ? Banco de Dados ? BME
 Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.26: Canais ? Canais Temáticos? IBGE 7-12
 Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

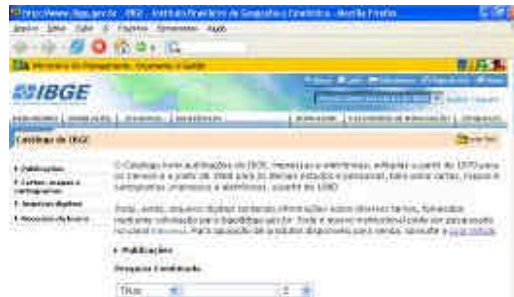


Figura 4.27: Canais ? Produtos e Serviços ? Catálogo do IBGE
 Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

O Bloco C segue o padrão visual utilizado nos *links* do Bloco A, mas como este, não usa as cores de forma a agrupar os dados semelhantes. (Figuras 4.28 a 4.31)

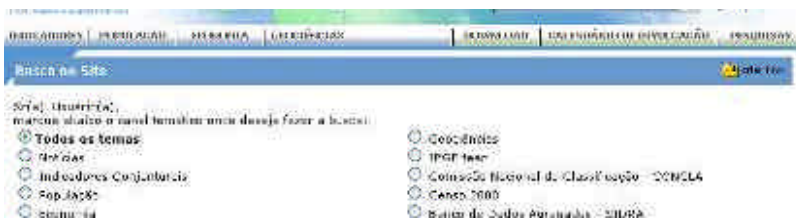


Figura 4.28: Busca
 Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.29: Links
 Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.30: Fale Conosco

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

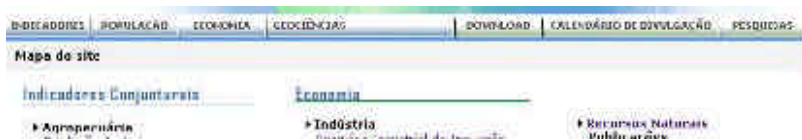


Figura 4.31: Mapa do Site

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

No bloco D, os *links* também seguem o mesmo padrão visual do Bloco A, exceto o *link* “Editais e Licitações”, que foge dele completamente. (Figuras 4.32 a 4.34)



Figura 4.33: Estatísticas do Site

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.34: Editais e Licitações

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Quanto à condição estética das páginas estudadas, nota-se que apenas 26,7% delas receberam status de esteticamente agradável. Há que se colocar que a avaliação deste item está carregada de uma subjetividade que irá depender do olhar de cada sujeito que realiza a observação

3.2.2 Dimensão Semântica

Na maioria das páginas tem-se o signo cor funcionando como ícone no mapa representado na parte superior da maioria das telas do site, onde o azul e o verde são utilizados para representar, respectivamente, a água e a terra, bem como a cor azul representa a instituição através da sua aplicação à identidade visual da mesma.



Figura 4.35: Home

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Como a maioria das páginas analisadas segue o padrão visual da home e contêm a mesma barra superior apresentada acima, obteve-se o resultado de 66,7% das situações que apresentam o funcionamento do signo cor como ícone. Entretanto, este recurso raramente é usado em outras situações no *website*.

O signo cor atuando como índice no *website* estudado aparece em 80% das páginas avaliadas, sendo que dentre essas, a forma mais comum de indício utilizada é o sinal, que aparece em 100% dos casos, sendo este seguido pelo sintoma, que ocorre em 41,7% dos casos. E, o indício é pouco utilizado, aparecendo em apenas 25% dos casos.

Na maioria das páginas do *website*, a cor vermelha é usada como sinal no texto dos *links*, antecedendo o momento em que o *link* será selecionado. Em outras, a cor referente ao sinal nos *links* é preta, verde ou amarela. E no canal IBGE Teen, o sinal é colocado como diferença de saturação da cor em questão.



Figura 4.36: Homepage
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.37: Calendário de Divulgação
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.38: Home

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

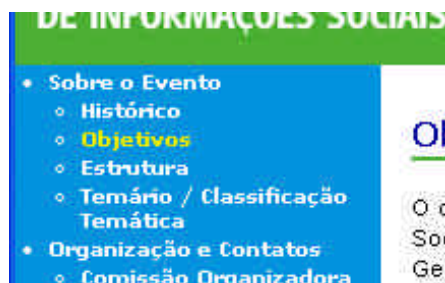


Figura 4.39: Canais ? Projetos e Entidades ?
Confest/Confega

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.40: Canais ? Canais Temáticos ? IBGE Teen ? Brasil: 500 Anos de Povoamento

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Como sintoma tem-se a mudança da cor do texto do *link*, quando se está na página por ele direcionada. Isto ocorre na maioria das páginas do *website* que seguem o padrão visual da *homepage*. Nesse caso, a cor utilizada para esse recurso geralmente é o vermelho. Nos canais em que o signo cor aparece como sintoma, este segue o padrão de cor utilizado pelo sinal.

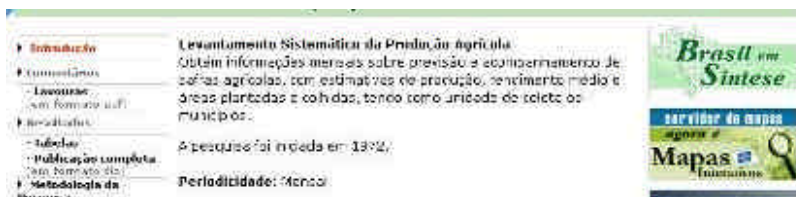


Figura 4.41: Indicadores ? Agropecuária ? Produção Agrícola
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Na maioria das páginas do *website*, quando se retorna à página anterior, o *link* que já foi visitado não muda de cor (indício) exceto em algumas telas, como acontece em “Pesquisas”.



Figura 4.42: Pesquisas
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

O aspecto cultural é observado apenas em algumas telas, referentes aos Canais como: “Confest/Confège”, “Memória Institucional”, entre outros. Inclusive não existe diferença no aspecto visual, referente à cor ou qualquer outro elemento visual, entre os *websites* voltados para o público estrangeiro (em Inglês e Espanhol) e o portal em português, destinado ao público brasileiro.(Figuras 4.43 e 4.44)



Figura 4.43: Home (Inglês)
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

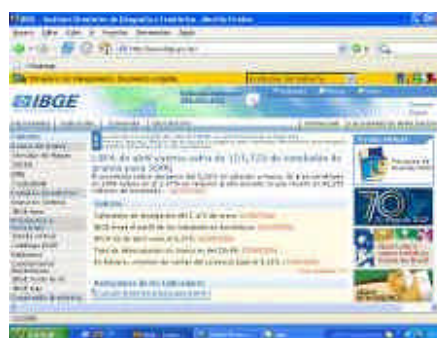


Figura 4.44: Home (Espanhol)
Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Nas páginas estudadas detectou-se em apenas 26,7%, o sistema simbólico pretendido, dentre os quais, 50% se apresentaram de maneira clara e 50% são confusos. Este fato se deve, principalmente, porque a maioria dessas páginas segue o padrão visual da *homepage* e esta não apresenta sistema simbólico facilmente detectável.

3.2.3 Dimensão Pragmática

No geral, a composição visual das telas que compõem o portal IBGE não possuem características que acarretem numa fadiga visual para os seus usuários. Na maioria das telas são utilizados menos de quatro cores. Apenas em algumas, geralmente nos canais, onde há o uso exagerado das cores (“IBGE 7-12”, “IBGE Teen”, “Editais e Licitações”), existe o risco de fadiga visual.

A pesquisa realizada corrobora com esta afirmação. Em 86,7% dos casos os sites analisados não apresentaram características que possam causar fadiga visual nos seus usuários. Somente em 13,3% dos casos essa situação se confirmou.

Quanto à acessibilidade para cor, o *website*, no geral, não apresenta sinais de preocupação em atender a usuários que possuem deficiências visuais para cores. Das páginas analisadas, nenhuma se mostrou adequada para o uso por essas pessoas. 46,7% das telas foram consideradas pouco adequadas e 53,3% delas foram consideradas inadequadas devido ao fato de que as cores aplicadas no portal, geralmente possuem saturação e luminosidade similares, de modo que as telas não possuem planos definidos de percepção, situação em que é possível perceber esta ocorrência ao se analisar o *website* em preto e branco (Figuras 4.45 a 4.47).



Figura 4.45: Home

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.46: Economia ? Contas Nacionais

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>



Figura 4.47: Canais ? Canais Temáticos ? IBGE Teen

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Agravando mais ainda este fato, na maioria das vezes a informação cromática é utilizada de forma isolada, sem um recurso redundante (como nos *links*, por exemplo), o que não favorece a acessibilidade.

O portal se beneficia pouco do efeito psicológico que pode produzir nos seus usuários através da informação cromática. Apenas em 13,3% das páginas avaliadas foi possível reconhecer essa intenção com mais segurança, em 6,7% delas essa aparece de forma sutil e em 80% dos casos este efeito é irreconhecível. No geral, a informação cromática é utilizada de forma indiscriminada no portal IBGE, não atuando na orientação dos usuários quanto aos passos a serem desenvolvidos para a tarefa.

A informação cromática é mal utilizada para tornar ações, opções e objetos visíveis. Além dos pontos abordados na análise sintática sobre o mau uso das cores como forma de organizar as informações, há que se colocar ainda que quando se está, em alguns subitens dos menus do bloco A, o usuário não tem como saber em que menu está pois não é utilizado nenhum recurso para orientá-lo a respeito de qual o caminho, percorrido e de como proceder para tomar outro caminho e encontrar a informação desejada.

Na figura 4.48, por exemplo, através dos dados contidos na tela não existe como se descobrir a que menu pertence o *link* “Pesquisa Industrial de Inovação Tecnológica”.



Figura 4.48: Economia ? Indústria ? Pesquisa Industrial de Inovação Tecnológica - PINTEC

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Poucas mensagens são intensificadas através da informação cromática. Isso acontece apenas em alguns canais, direcionando o usuário para aqueles dados que têm maior

importância e na *homepage* (Figura 4.49), onde há chamadas intensificadas pela cor vermelha, referentes às notícias mais recentes e relevantes.



Figura 4.49: Home page

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Quanto ao aspecto de visibilidade e legibilidade dos dados disponíveis no *website*, os níveis de contraste, na maioria das vezes, proporcionam uma boa condição. Nas páginas avaliadas apenas em 6,7% delas estes aspectos foram apontados como aparecendo raramente. No restante, encontra-se sempre ou na maioria das vezes boa condição de legibilidade e visibilidade.

O Contraste texto/fundo e figura/fundo, no geral, são por tons e atendem às necessidades de visibilidade/legibilidade. A luminosidade e a saturação geralmente são similares. As cores totalmente saturadas são pouco utilizadas, apenas em algumas telas como ‘IBGE – 7 a 12’, ‘IBGE Teen’, ‘Confest/Confegé’. (Figuras 4.24, 4.2 e 4.50)

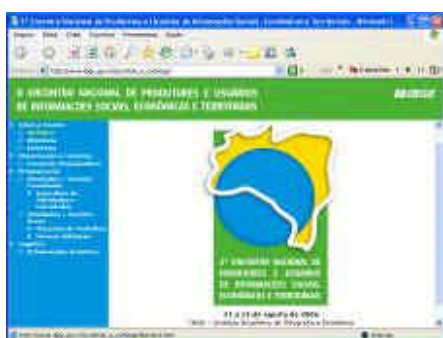


Figura 4.50: Canais ? Projetos e Entidades ? Confest/Confegé

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Apesar de, em alguns casos, o nível de contraste apresentado ser baixo, como demonstra a Figura 4.51, não chegou-se a constatar, dentre as páginas analisadas, ocultação de dados relevantes decorrente da falta de contraste por tom, luminosidade ou saturação.

Cores escuras, esmaecidas, não saturadas são muito utilizadas em qualquer tipo de informação e não só nas menos relevantes, porém não chegam a camuflar os dados.



Figura 4.5.1: Home page

Fonte: <http://www.ibge.gov.br>

Isto foi confirmado através da pesquisa realizada que apresentou um resultado de 100% das páginas onde não ocorreu ocultação de dados pela diminuição do contraste de cor. Sendo assim, fica evidente que não há um princípio geral para o projeto da interface. Excetuando-se algumas páginas dos Canais (Bloco B), as cores parecem atuar apenas como elemento decorativo, já que não possuem codificação cromática clara, nem relação com outras codificações no site.

A relação hierárquica das cores se restringe à diferenciação dos blocos de dados e as harmonias cromáticas não sugerem a existência de uma estratégia informacional da interface. As telas que utilizam poucas cores possuem equilíbrio, as demais, não.

Nas telas, individualmente, não existe excesso de cores, mas no conjunto das telas, há um excesso de cores escolhidas para o projeto, o que contribui para uma falta de unidade do website. Não há um esquema cromático definido.

Em nível semântico, o portal não apresenta um sistema simbólico das cores e respeito às diferenças culturais. Tendo em vista que o objeto, a informação apresentada e as convenções culturais da audiência não estão adequados, o que resulta em um baixo valor informativo, pois a informação cromática não é utilizada com propósitos e significados consistentes no sistema.

As cores não são muito utilizadas como ícones, exceto na representação da identidade visual da instituição e representação do mapa na barra superior da *homepage* e de algumas páginas que seguem o mesmo padrão visual.

Quanto à indexicalidade, o sinal e sintoma são muito usados para *links*, que antes de serem selecionados, mudam de cor e quando são selecionados, se mantêm na cor alterada, indicando a localização. Porém, cabe ressaltar que, as cores utilizadas nos *links* como sinal e sintoma não têm nenhuma relação de símbolo com o conteúdo representado pelo *link*.

A utilização da informação cromática não deixa claro o efeito que deseja causar no usuário, o que demonstra o sub-uso de um recurso que poderia provocar reações no usuário para que ele realize uma dada tarefa. Esta seria uma estratégia viável para orientar o usuário nas atividades que o mesmo necessita no portal.

Em algumas telas, o uso das cores em excesso e totalmente saturadas, pode provocar fadiga visual. Além do fato de que os níveis de saturação e brilho da maioria das telas são muito próximos, dificultando a discriminação dos tons por portadores de deficiências visuais para cores.

As telas não são consistentes e exigem esforço cognitivo para lembrar o caminho percorrido dentro do portal. Inclusive os canais que compõem o portal IBGE, na sua maioria, possuem características visuais bastante diferentes da *homepage*, o que traz para o usuário a dúvida a respeito da vinculação dos mesmos ao instituto e ao governo.

Tanto os resultados obtidos com a análise dos dados coletados na primeira amostra quanto os coletados na segunda amostra demonstram a necessidade de uma ferramenta específica para a cor-informação a ser utilizada na construção e/ou avaliação de *websites*. Os sites premiados pela décima edição do Webby Awards apresentam, no geral, inconsistências no uso da cor-informação e o site do IBGE possui uma grande quantidade de dados que poderiam ser melhor organizados com a aplicação eficiente da cor-informação.

A seguir, as considerações finais são apresentadas, e a partir os dados encontrados nas duas amostras estudadas no presente capítulo, algumas recomendações para a utilização da cor-informação em *websites* são explicitadas.