

A EVOLUÇÃO NA ESTÉTICA DO DESIGN DE INTERFACES: IDENTIFICANDO TENDÊNCIAS

EVOLUTION IN THE VISUAL AESTHETICS OF INTERFACE DESIGN: IDENTIFYING TRENDS

Jéssica Rodrigues Esteves¹

Resumo

Este artigo apresenta o resultado de uma pesquisa sobre a formação de tendências estéticas no design de interfaces, compreendendo o *Skeuomorphism* e o *Flat Design*. Ambos são tendências utilizadas como referencial estético para a criação de elementos gráfico-visuais em interfaces gráficas e se diferem quanto ao uso de metáforas visuais. A fim de contextualizar as tendências estéticas abordadas, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre tendência e estética; uma breve abordagem sobre a história das primeiras interfaces gráficas do usuário; e, por fim, uma análise de três aplicativos nativos do sistema operacional iOS 6 em comparação com o iOS 7. A análise das interfaces dos aplicativos – em diferentes versões de atualização do iOS – permitiu identificar a transição de tendências estéticas: no iOS 6 a estética do aplicativo remetia ao *Skeuomorphism*, enquanto nas versões atuais – a partir do iOS 7 – a interface representa o *Flat Design*. A análise compreendeu a observação de elementos como tipografia, cor, legibilidade, iconografia e interação. Desta forma, foi possível caracterizar ambas tendências, destacando as principais diferenças entre o *Skeuomorphism* e o *Flat Design*.

Palavras-chave: interface gráfica do usuário; tendências; *Skeuomorphism*; *Flat Design*; análise.

Abstract

This article presents the results of research on the formation of aesthetic trends in interface design, including *Skeuomorphism* and *Flat Design*. Both are tendencies used as an aesthetic reference for the creation of graphic-visual elements in graphical interfaces and differ in the use of visual metaphors. In order to contextualize the aesthetic trends, a literature review on trends and aesthetics was carried out; a brief approach to the history of the first graphical user interfaces; and an analysis of three native applications of the iOS 6 operating system compared to iOS 7. The analysis of application interfaces - in different iOS update versions - allowed us to identify the transition of aesthetic trends: in iOS 6 an Aesthetics of the application referred to *Skeuomorphism*, while in the current versions - from iOS 7 - the interface represents *Flat Design*. The analysis included the observation of elements such as typography, color, readability, iconography, and interaction. In this way, it was possible to characterize both tendencies, highlighting the main differences between *Skeuomorphism* and *Flat Design*.

Keywords: graphical user interface; trends; *Skeuomorphism*; *Flat Design*; analysis.

¹ Mestra em Educação e Tecnologia com ênfase em Tecnologias Digitais, Instituto Federal Sul-rio-grandense – MPET, IFSul, jess.re@gmail.com

1. Introdução

As tendências estão presentes no design e acabam por influenciar a criação de novos produtos e serviços, repercutindo também nas questões técnicas, mercadológicas e estéticas desses produtos. No design de interfaces, foram observadas – predominantemente – a utilização de duas tendências estéticas: o *Skeuomorphism* e o *Flat Design*.

O *Skeuomorphism* é uma estética visual que utiliza ornamentos para representar objetos do mundo físico. Ele faz uso de metáforas e *affordances* (NORMAN, 2006) com o objetivo de facilitar a compreensão do usuário sobre uma determinada tarefa ou funcionalidade. No *Skeuomorphism*, os elementos buscam relação com o ambiente analógico, não somente pela metáfora em relação à funcionalidade, mas – especialmente – nos detalhes estéticos e na assimilação com o ambiente real. Este tipo de relação é identificada como uma tendência no design de interfaces, utilizada desde o desenvolvimento das primeiras interfaces gráficas do usuário.

A evolução das interfaces gráficas – ocasionada pela popularização do uso de computadores pessoais e, recentemente, dos *smartphones* – permitiu que grande parte dos usuários adquirissem conhecimentos sobre os elementos gráfico-visuais e interativos presentes no contexto digital. Logo, não é necessário que os usuários visualizem as obviedades dos elementos de uma interface gráfica, de modo que a estética de um *website* não necessita remeter – diretamente – aos objetos do mundo físico. Portanto, infere-se que uma interface que possui menos elementos gráfico-visuais pode auxiliar a filtrar as informações, destacando o que é realmente importante e reduzindo a desordem visual. Este cenário propiciou a utilização de uma nova tendência estética, a fim de priorizar a transmissão das informações de maneira rápida e objetiva. Assim, surgiu o *Flat Design*, uma tendência visual contemporânea caracterizada pela simplificação dos elementos de interface com foco na forma, na funcionalidade e na tecnologia.

A fim de compreender as duas tendências e suas características, foi realizada uma análise das interfaces gráficas dos sistemas operacionais móveis iOS 6 e iOS 7 da *Apple*. A partir da comparação entre as duas interfaces, foram observadas mudanças relativas à estética, à usabilidade e aos elementos de interação dos aplicativos Notas, *Game Center* e Mensagem. Com base na revisão bibliográfica e nas análises, foi possível investigar – empiricamente – a utilização das diferentes tendências e definir suas características visuais, sob a premissa da informação estética.

2. Metodologia

A metodologia utilizada para a elaboração desta pesquisa consistiu no método indutivo com abordagem qualitativa, realizado a partir da revisão bibliográfica e de análises. Segundo Lakatos e Marconi (2010), o método indutivo obtém conclusões gerais a partir de premissas individuais. Esse método parte de dados particulares para inferir uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas. Desta forma, o objetivo dos argumentos indutivos é conduzir às “conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que o das premissas nas quais se basearam” (Ibid., p. 85).

A revisão bibliográfica compreendeu a conceituação de tendência, a partir de Caldas (2004), Raymond (2010), Picoli (2008) e Vejlggaard (2007); a utilização do Modelo de Tendências em Forma de Diamante de Vejlggaard (2007); uma abordagem sobre o *Skeuomorphism*, tendo como base o conceito de *affordances* de Norman (2006); e um breve

estudo sobre o *Flat Design*, reunindo acontecimentos que podem ter contribuído para sua popularização.

Para a contextualização das tendências estéticas abordadas, foi realizada uma análise dos aplicativos Notas, *Game Center* e Mensagem, em diferentes versões de atualização do sistema operacional iOS – sendo o iOS 6 e o iOS 7. A partir da revisão bibliográfica, foi identificado que a transição das tendências estéticas – do Skeuomorphism ao Flat Design – ocorreu durante a atualização do iOS 6 para o iOS 7. Com o objetivo de caracterizar as tendências estéticas, foram analisados elementos como tipografia, cor, legibilidade, iconografia, forma e interação. A partir da análise, foi possível observar as relações entre tendência, estética e design de interfaces.

2.1. Anatomia de uma Tendência

O uso do termo tendência é recorrente na cultura contemporânea, fazendo referência aos últimos lançamentos de produtos e serviços. Etimologicamente, a palavra vem do termo em latim *tendentia* – particípio presente e nome plural substantivado do verbo *tendere* – que significa “tender para”, “inclinarse para” ou “atraído por” (CALDAS, 2004). Raymond (2010) comenta que o termo também era utilizado na antiga Alemanha e poderia significar “rodar” ou “gitar”. Já Caldas (2004, p. 22), acredita que na sociedade contemporânea esse conceito “foi construído com base nas ideias de movimento, mudança, representação do futuro, evolução e sobre critérios quantitativos”. Picoli (2008) considera o conceito de tendência complexo, no entanto, é possível considerar que uma tendência indica o surgimento de novos elementos no sistema sociocultural, caracterizando-se como um fenômeno de evolução.

No final do século XX, o uso da palavra tendência tornou-se comum pela indústria da moda, sendo incorporado ao vocabulário de grande parte dos sujeitos. De acordo com o Vejlgard (2007), revistas especializadas utilizam o termo como definição para novos produtos, já designers podem utilizá-lo para abordar o desenvolvimento de algum objeto, por outro lado, um sociólogo que estudo o conceito afirmará que tendência é algo que não ocorreu, mas uma previsão de algo que irá acontecer de maneira específica e que afetará a maioria das pessoas; ou seja, um processo de mudança causado perante a sociedade.

Na moda, as tendências são o resultado de estudos, pesquisas e análises de fenômenos e acontecimentos sociais que vêm das ruas, podendo impactar diversas áreas – como economia, política, sociologia, ciência e tecnologia. São sinais que anunciam o que irá acontecer em um determinado espaço de tempo e podem interferir no consumo e no comportamento das pessoas, direcionando gostos e desejos (VEJLGAARD, 2007).

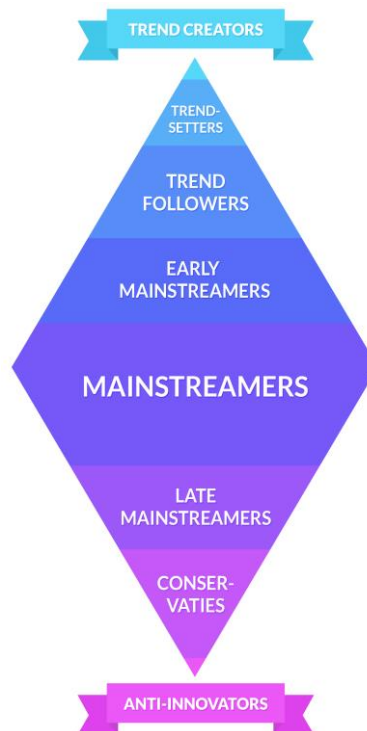
As tendências para determinada estação são lançadas por meio de desfiles em eventos de moda, como o SPFW (*São Paulo Fashion Week*). A moda das passarelas não será exatamente a que será comercializada: na maior parte das vezes, ela será adaptada para uma realidade urbana; logo, a moda é apenas um conceito, envolvendo cores, padrões, texturas e tecidos que serão a tendência da estação. A moda das passarelas poderá influenciar outros setores criativos, como o design de produto e o cinema. Já no design de interfaces, identificam-se tendências a partir de mudanças em padrões de design por produtos que possuam relevância e notoriedade no mundo do trabalho.

As tendências do design de interface difundem-se em sites de referências, como *Blogs*, *Tumblr*, *Pinterest*, *Behance* e *Cargo Collective*. A formação de tendências não obedece a processo específico, entretanto, a utilização de uma metodologia de análise faz com que seja possível identificar como ocorre a sua difusão. Neste estudo, foi utilizado o Modelo de Tendências em Forma de Diamante (VEJLGAARD, 2007) devido a sua categorização de grupos

sociais que formam as tendências, tornando-se possível adaptá-lo sob a ótica do design de interfaces.

O Modelo de Tendências em Forma de Diamante foi criado por Vejlgaard (2007) – pioneiro no estudo de sociologia da tendência – com o objetivo de investigar como as tendências se originam. O autor divide o processo de difusão de uma tendência a partir de oito diferentes perfis de personalidade, identificados na **Erro! Fonte de referência não encontrada.**, sendo eles: catalizadores de tendências (*trend creators*), precursores de tendências (*trendsetters*), seguidores de tendências (*trend followers*), primeira maioria (*early mainstreamers*), grande maioria (*mainstreamers*), maioria tardia (*late mainstreamers*), conservadores (*conservatives*) e os anti-inovadores (*anti-innovators*).

Figura 1: Modelo de Tendências em Forma de Diamante.



Fonte: Adaptado de Vejlgaard (2007, p.9).

Este modelo divide os sujeitos de acordo com os grupos de tendências, definidos por seu processo de aceitação da tendência. No topo, encontram-se os *trend creators* seguidos pelos *trendsetters*. Os primeiros são um grupo extremamente pequeno e heterogêneo de sujeitos. De acordo com Vejlgaard (2007), é praticamente impossível definir quem são os *trend creators*, no entanto, entende-se que as tendências partem desse grupo e atingem os *trendsetters* – que iniciam as tendências, atuando como formadores de opinião. Ainda que os *trendsetters* não sejam os criadores da tendência, eles conseguem exercer uma grande influência na sociedade e difundi-la aos demais grupos.

Dando seqüência ao modelo, existem os *early mainstreamers* e os *mainstreamers*. Os *early mainstreamers* aceitam os novos estilos antes que estes se tornem comuns; já os *mainstreamers* são a maioria que aceitam as tendências. Os *mainstreamers* podem ser definidos como indivíduos que não são os primeiros a experimentar algo novo, mas também não querem ser os últimos a deixar o velho (VEJLGAARD, 2007). Já os demais grupos – *late mainstreamers*, *conservativeis* e *anti-innovators* – são os mais hesitantes em aceitar

novidades, de modo que eles só aceitam as tendências quando não é mais possível ir contra as novidades.

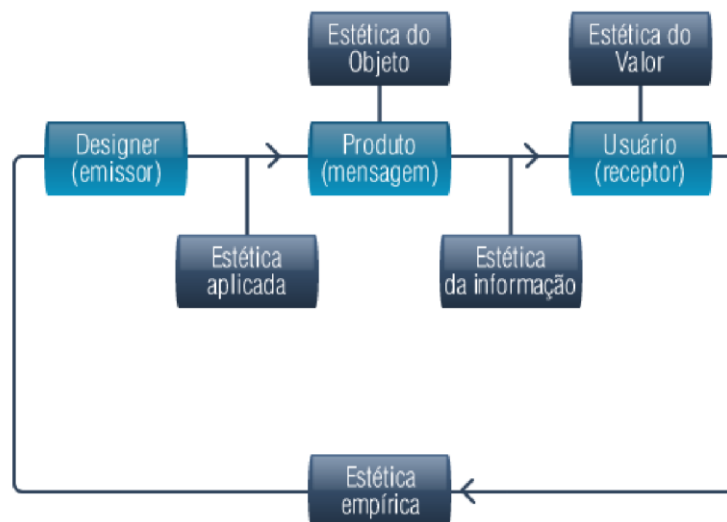
A partir do modelo de Vejlgard (2007), compreende-se que é necessário um grupo de usuários para que uma tendência adquira popularidade. No design de interfaces – de forma similar ao que ocorre no mundo da moda – foi observado que as tendências propagam-se de forma discursiva, por meio da influência de grandes empresas de produtos digitais. Após a mudança drástica na aparência estética da interface gráfica dos produtos da *Microsoft* e, posteriormente, da *Apple*, foi constatado que o *Skeuomorphism* foi substituído pelo *Flat Design* (OSWALD; KOLBS, 2014). Logo, a partir da transição das tendências estéticas utilizadas pelas empresas, observou-se que a popularização do uso do *Flat Design* ocorreu devido à propagação de notícias sobre as mudanças na aparência das interfaces gráficas.

2.2. Informação Presente na Estética

A estética exerce grande influência no design, sendo uma forma de tornar um artefato mais agradável e atrativo. A palavra estética é derivada do grego *aesthesis*, tendo significado atrelado à percepção sensorial (MÜLLING, 2009). Desta forma, a impressão estética advém da resposta cognitiva do usuário, referindo-se aos julgamentos que ele faz sobre determinado produto a partir da informação percebida por meio dos sentidos. Para Löbach (2001), a resposta cognitiva pode ser dividida em três categorias: impressão estética, interpretação semântica e associação simbólica.

A impressão estética possui o objetivo de agradar o usuário, tornando a interface atraente e agradável. Piraruá (2007) aborda que a busca por artefatos com uma boa aparência estética é uma exigência da indústria, já que estes aumentam a possibilidade de vendas. De acordo com o autor, o consumidor é seduzido pelo produto por meio da aparência e dificilmente irá adquirir algo que considere desagradável. Desta forma, a beleza se estabelece na relação entre sujeito e objeto, que irá ser a matéria prima para a estética.

Figura 2: Diagrama de comunicação estética no design.



Fonte: Adaptado de Löbach (2001) por Mülling (2009).

O diagrama de comunicação estética no design proposto por Löbach (2007), disponível na Figura 2, mostra como a estética influencia na transmissão de uma informação. O diagrama

têm como base o modelo básico da teoria da informação, composto por emissor, mensagem e receptor; no entanto, o autor contextualiza a comunicação estética ao universo do design, considerando o designer como emissor, o produto como mensagem e o usuário como receptor. É possível observar ainda o processo de design e o processo de uso, caracterizando a produção e o consumo. Desta forma, o produto mantém uma relação tanto com o designer quanto com o usuário, sendo a estética dividida nos seguintes itens:

- **Estética do objeto:** está relacionada à descrição das características formais dos objetos;
- **Estética do valor:** diz respeito à importância das formas para os usuários como parte de um sistema sociocultural;
- **Estética aplicada:** é a aplicação da teoria estética na prática, abrange tanto a produção estética quanto o processo de design;
- **Estética da informação:** corresponde ao processo de consumo visual dos objetos, ou seja, à percepção da estética do objeto enquanto informação;
- **Estética empírica:** é a realização de pesquisas sobre os valores estéticos dos usuários para melhoria do processo de design.

A partir do diagrama, é observado que a estética influencia o design de diversas formas, envolvendo a percepção do usuário com o produto – o que compreende desde as decisões iniciais do designer até as percepções finais do usuário. A estética da informação e do valor possuem uma grande relevância para o usuário, visto que tornam-se a opinião dele acerca da interface. Por exemplo, ao projetar a interface para um jogo com a temática de faroeste, o designer irá procurar referências visuais relacionadas com o deserto, a fim de contextualizar o usuário no cenário – o que pode melhorar a imersão deste no jogo. Sob a mesma relação, é possível compreender que o *Skeuomorphism* tenta transmitir informações estéticas realistas quando utiliza texturas para criar elementos de interação, como por exemplo um botão.

É evidente que a estética pode trazer grandes benefícios para um artefato de design; no entanto, o designer deverá possuir o conhecimento necessário para utilizá-la em seu favor, causando o efeito desejado para o usuário (PIRARUÁ, 2007).

2.3. *Skeuomorphism vs. Flat Design*

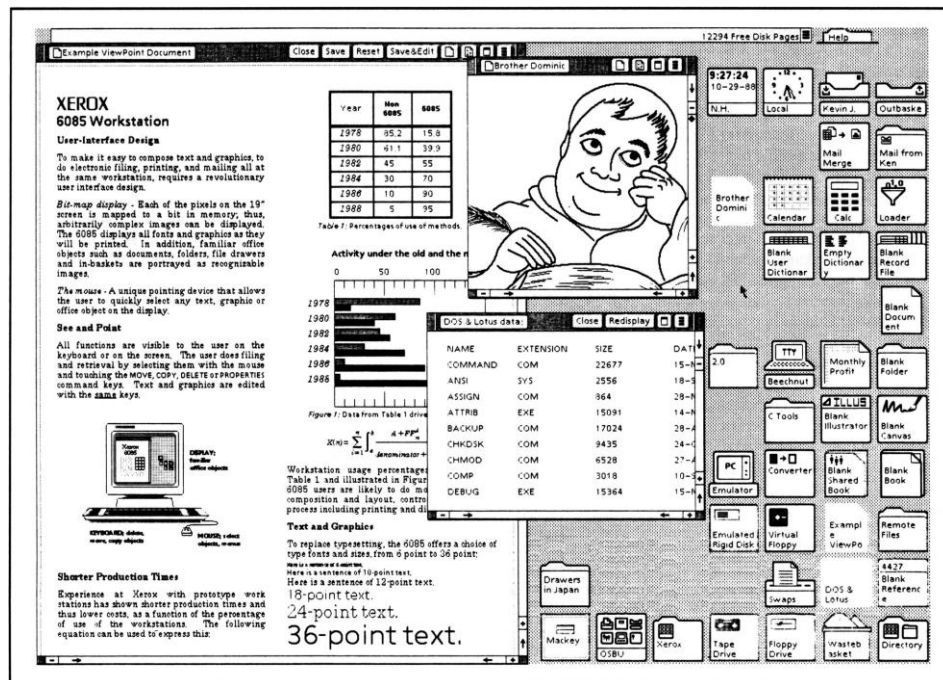
O *Skeuomorphism* é um princípio de design que utiliza ornamentos ou detalhes para representar objetos físicos da vida real (STEVENS; ROBINSON; MACEACHREN, 2013). Do ponto de vista estético do design de interfaces, o *Skeuomorphism* é representado pelo uso de sombras, gradientes, texturas, efeitos 3D, entre outros – a fim de familiarizar o usuário com a interface gráfica por meio de elementos que fazem referência direta aos objetos físicos. Esta tendência pode ser compreendida pelos conceitos de metáfora e *affordances* de Norman (2006), que abordam as propriedades reais de um objeto em busca de apontar indicações de como utilizá-lo.

Segundo Norman (2006, p.33), o termo *affordance* refere-se “às propriedades percebidas e reais de um objeto, principalmente às propriedades fundamentais que determinam de que maneira o objeto pode ser utilizado”. Diariamente, as *affordances* de objetos são utilizadas de forma inconsciente, como, por exemplo, quando indivíduos giram maçanetas e torneiras, abrem e fecham portas, utilizam facas e apertam um interruptor para acender uma lâmpada. Para o autor, quando as *affordances* são projetadas de forma correta,

elas fazem com que os usuários saibam utilizar produtos sem a necessidade de imagens ilustrativas, rótulos ou instruções.

No design de interfaces, as *affordances* podem ser representadas por elementos de interação, como ícones, botões, *links*, janelas e menus – estes elementos “falam por si”, ou seja, sugerem a ideia de ação. Um exemplo comum são os botões “comprar” e “adicionar ao carrinho”, recorrentes em *e-commerces*: ao navegar em *websites*, os usuários reconhecem esses elementos e compreendem que ao pressionar um deles estão prestes a adquirir um item. Isto acontecesse devido ao modelo mental que os usuários construíram sobre os elementos interativos, a partir de suas experiências com interfaces gráficas; entretanto, essa relação nem sempre ocorreu de forma simples, tendo sido ocasionada pela evolução da aparência estética das interfaces gráficas do usuário (IGUs).

Figura 3: IGU do Xerox Star (1981).



Fonte: XEROX, 1981. Disponível em: <<https://www.wired.com/2012/10/dead-media-beat-the-xerox-star/>> Acesso em 14 mai. 2019.

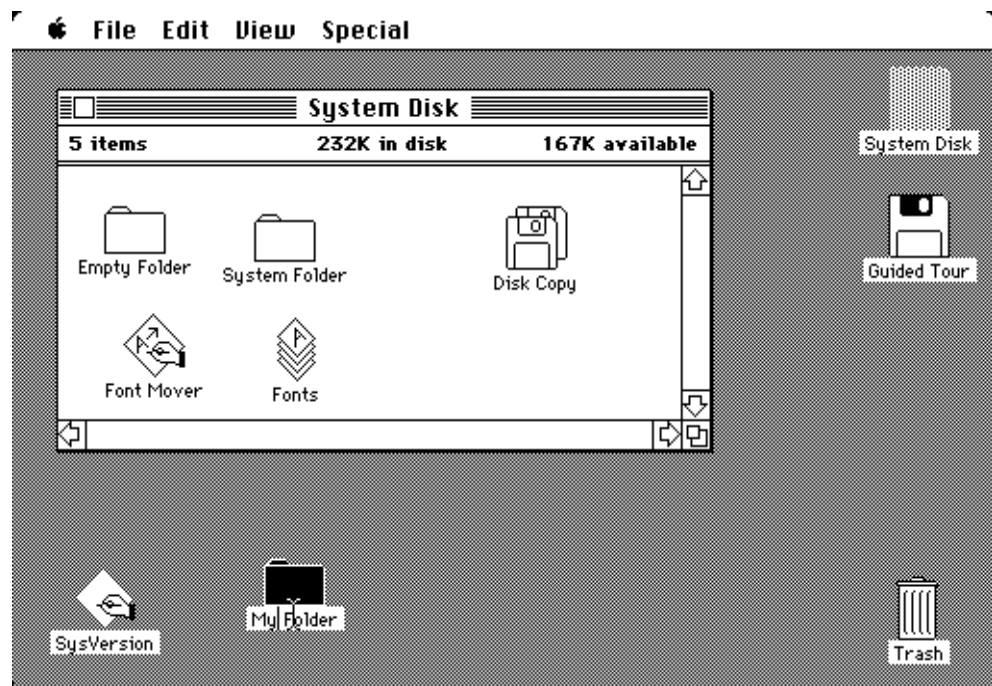
As metáforas e *affordances* vêm sendo utilizadas desde a construção das primeiras IGUs, a fim de familiarizar os usuários com os computadores pessoais. O primeiro computador que utilizou uma IGU com metáfora de *desktop* foi o *Alto Personal Computer*, desenvolvido pela Xerox PARC em 1973 (ROYO, 2008). Este computador não foi desenvolvido para ser um produto comercial, no entanto, milhares de unidades foram construídas para serem utilizadas em escritórios da Xerox. O *Alto Personal Computer* possuía uma interface gráfica constituída por janelas, ícones e menus para habilitar comandos como abrir, apagar e mover arquivos – outras funcionalidades foram implementadas em 1975, tais como o uso de ícones e de menus *pop-up*². Já em 1981, a empresa lançou o *Xerox Star* – **Erro! Fonte de referência não encontrada.** – incorporando funcionalidades oriundas do *Alto Personal Computer*. Apesar de

² O *pop-up* é uma janela extra que abre no navegador ao visitar um *website* ou acessar uma hiperligação específica.

não ser bem sucedido comercialmente, o *Xerox Star* serviu como referência para o desenvolvimento de sistemas posteriores, como os projetados pelas empresas *Apple*, *Microsoft* e *Sun Microsystems*.

Em 1984, a *Apple* lançou o *Macintosh*, o primeiro produto bem sucedido comercialmente que utilizou uma IGU de vários painéis, como mostra a **Erro! Fonte de referência não encontrada.** A metáfora de *desktop* foi amplamente utilizada: os ícones dos arquivos faziam referência ao desenho de folhas de papel, já os diretórios de arquivos pareciam pastas de arquivo. O *desktop* ainda possuía um conjunto de acessórios para o usuário distribuir ao redor da tela, como a calculadora, o bloco de notas e o despertador. Caso desejasse apagar arquivos ou pastas, o usuário poderia arrastá-los para a lixeira. Royo (2008) comenta que o lançamento deste computador fez com que a metáfora de *desktop* se tornasse popular. De acordo com o autor, “o fato em si foi muito importante porque envolveu a mudança na mentalidade de muitos usuários” fazendo com que eles assimilassem a ideia de que “a interface deveria facilitar as relações e as tarefas a serem realizadas” (Ibid., 66).

Figura 4: IGU do *Apple Computer* (1984).



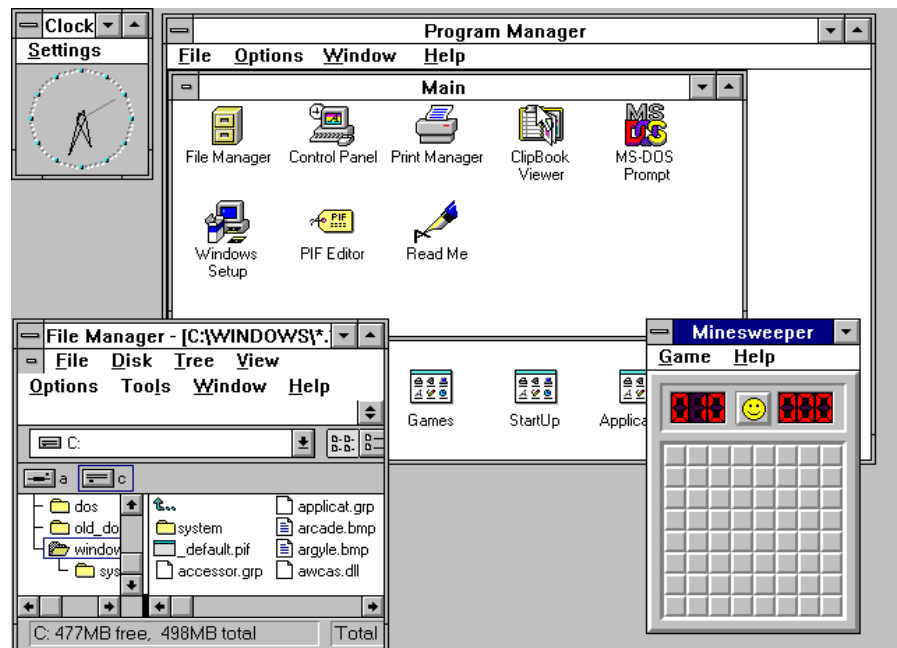
Fonte: APPLE, 1984. Disponível em: <<https://www.fayerwayer.com/2009/01/el-macintosh-cumple-25-anos-de-vida/>>. Acesso em 14 mai. 2019.

O *Windows 1.0* – uma interface gráfica para o sistema operacional MS-DOS – foi lançado em 1985. No entanto, a interface adquiriu popularidade só em 1990 com o lançamento do *Windows 3.0*, disponível na

. Entre as principais inovações da IGU, estava a possibilidade de maximizar a janela dos aplicativos e a utilização de atalhos para alternar entre os aplicativos maximizados. Assim, quando nenhuma das aplicações executadas estava maximizada, era possível alternar entre elas clicando em uma janela parcialmente visível, exatamente como em outras interfaces

gráficas.

Figura 5: IGU do *Windows 93* (1990).



Fonte: MICROSOFT, 1990. Disponível em: <<http://www.softlanetworking.com/computer-usage/microsoft-thru-the-years-a-history-of-windows/>>. Acesso em 14 mai. 2019.

A generalização da plataforma *Personal Computer* (PC) em residências e pequenas empresas popularizou o uso de computadores entre os sujeitos sem conhecimento prévio em informática, tornando-se economicamente viável o refinamento das IGUs existentes para os computadores pessoais. Além disso, o aumento da capacidade dos adaptadores de vídeo em *HighColor* e *True Color*, juntamente com CPUs mais rápidas e placas gráficas aceleradas, dispositivos de armazenamento maiores - de *megabytes* para *terabytes* - e banda larga com um custo mais baixo, ajudaram a criar um ambiente em que parte significativa dos usuários conseguia utilizar IGUs com muitos elementos gráfico-visuais e interativos, favorecendo o refinamento estético das interfaces.

Figura 6: IGU do *Windows 8* (2015).

Fonte: MICROSOFT, 2015. Disponível em: <<https://techhundred.com/2019/03/28/windows-10-update/>>. Acesso em: 14 mai. 2019.

A interface do *Windows 10* – lançada em julho de 2015 – é um exemplo de evolução estética, disponível na Figura 6. A interface utilizava cores vibrantes e o conteúdo organizado em módulos, possuindo uma grande preocupação com o refinamento estético. Desta forma, foi compreendido que a evolução das interfaces gráficas acompanhou o avanço da tecnologia, possibilitando que designers pudessem utilizar recursos para projetar uma melhor impressão estética ao usuário. Neste contexto, surgiram tendências estéticas que visavam explorar os recursos tecnológicos em busca de maior apelo estético e interatividade.

A partir da revisão sobre as primeiras IGUs, foi identificado que o *Skeuomorphism* é utilizado de forma recorrente no design de interfaces gráficas por relacionar os objetos do mundo analógico com os elementos gráfico-visuais do mundo digital, facilitando a compreensão dos usuários. No entanto, de acordo com alguns designers³, o *Skeuomorphism* está ultrapassado e deve dar lugar a uma nova tendência que concilie forma, funcionalidade e tecnologia.

O *Flat Design* é a denominação para a recente tendência do design de interfaces, discutida em blogs⁴ e fóruns⁵ da área. O *flat*, traduzido para português, significa plano. Sua popularidade é atribuída ao lançamento da Metro UI, uma interface gráfica desenvolvida pela *Microsoft* baseada em princípios do design funcionalista – originalmente desenvolvida para o *Windows Phone* e, posteriormente, adotada para as versões do *Windows*.

A Metro UI surpreendeu os usuários por possuir uma aparência estética diferente do

³ Scott Thomas, The Noun Project; Allan Yu, SVPPLY; Robert Lenne, Artsy; Kyle Meyer, Facebook; Rus Yusupov, Big Human; Ian Storm Taylor, Segment.io; Pasquale D’Silva, Elepath; Stuart Regan, Finely; Jon Friis, Kera.io; Mig Reyes, 37Signals; Patrick Algrim. Disponível em <<http://layervault.tumblr.com/post/32267022219/flat-interface-design/>> Acesso em 20 jan. 2019.

⁴ Chocola Design. Disponível em: <<http://chocoladesign.com/tendencias-de-ui-flat-design/>>. Acesso em 20 jan. 2019.

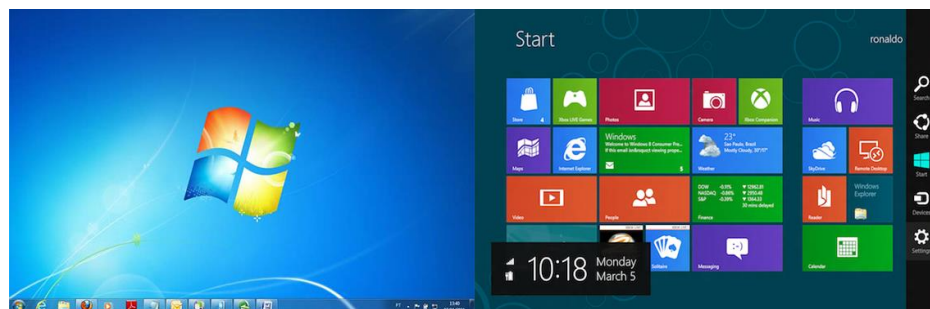
Gizmodo. Disponível em: <<http://gizmodo.uol.com.br/o-que-e-flat-design/>>. Acesso em 20 jan. 2019. Dzestudio. Disponível em: <<http://www.dzestudio.com.br/blog/5-razoes-para-o-sucesso-do-flat-design/>>. UX.Blog. Disponível em: <<http://www.uxdesign.blog.br/design-de-interfaces/flat-design-recultura-interface/>> Acesso em 20 jan. 2019.

⁵ Branch. Disponível em: <<http://branch.com/g/flat-design-conversions/>> Acesso em 20 jan. 2019.

que vinha sendo utilizado em interfaces gráficas, sendo inspirada em princípios clássicos da escola suíça de design gráfico. De acordo com a *Microsoft*, o nome dado à linguagem de design representa toda a velocidade, autenticidade e modernidade utilizada, bem como a constante “movimentação” de seu código – o que nos leva a crer que ele esteja em constante desenvolvimento. Para o design visual, a *Microsoft* utilizou uma aparência com menos elementos gráfico-visuais, excluindo itens considerados supérfluos. De acordo com a equipe de design da empresa, a tipografia utilizada nessa interface – chamada *Sergoe* – foi inspirada nos símbolos existentes no sistema público de metrô de Londres. A Metro UI foi projetada para tornar a experiência dos usuários mais agradável e fluída; para isso, a interface utiliza botões e títulos grandes, ícones planos (figura e fundo), tipografia sem serifa e com variações de tamanho, além de transições mais suaves para a navegação entre as telas.

Na Figura 7, é possível observar as mudanças do *Windows 8* em comparação com o *Windows 7*. Enquanto o *Windows 7* utiliza ícones realistas – possuindo sombras, gradientes, efeitos em 3D –, no *Windows 8* os ícones são planos e com desenho simplificado – organizados em blocos coloridos. Desta forma, compreende-se que o *Windows 7* representa o *Skeuomorphism* e o *Windows 8* o *Flat Design*.

Figura 7: Desktop *Windows 7* e *Windows 8*, respectivamente.



Fonte: Captura realizada pela autora.

Após a mudança de design visual da *Microsoft*, a *Apple* também realizou mudanças na interface do iOS. Em comparação ao iOS 6, o iOS 7 é mais *clean*, simplificado e colorido. A empresa defendeu o novo design do sistema operacional afirmando que seu objetivo é criar uma experiência mais simples, prática e divertida, sem deixar de lado os motivos que levam as pessoas a adorarem o iOS.

A busca pela simplicidade dos elementos da interface é uma das principais características do *Flat Design*, sendo caracterizado pela clareza na organização do *layout* e uso de formas planas. De acordo com Maeda (2005), a simplicidade é uma busca constante por sanidade, pois:

[...] as pessoas não só compram, porém, o que é mais importante, amam os designs que podem tornar suas vidas mais simples. Em um futuro previsível, as tecnologias complicadas continuarão a invadir nossos lares e locais de trabalho, e por isso a simplicidade está fadada a ser uma indústria em expansão. (Ibid., p. 6).

A redução dos elementos é uma das características visuais do *Flat Design*, sendo a primeira lei da simplicidade de acordo com Maeda (2005). O autor defende que uma redução consciente é a maneira mais simples de alcançar a simplicidade (Ibid., p. 10). Em interfaces *flat*, observa-se a redução de elementos gráfico-visuais, como sombras, gradientes, texturas,

entre outros, que possam causar interferência visual. O *Flat Design* contraria a premissa de que para se ter uma interface atraente é necessário adicionar muitas camadas de efeitos. Embora pareça simples, isso não significa que o *Flat Design* é fácil de ser executado – a estética exige que o designer faça um estudo atencioso de cores, tipografias e elementos gráfico-visuais e interativos

3. Análise iOS 6 vs. iOS 7

As interfaces gráficas dos produtos *Apple* são consideradas referência de estética e usabilidade desde o lançamento do primeiro computador pessoal comercializado pela empresa, o *Macintosh*, em 1984 (ROYO, 2008). Em 2007, a empresa lançou o *iPhone*, aparelho que revolucionou o mercado de dispositivos móveis por eliminar o teclado – característico nos celulares da época – e disponibilizar todas as ações através do *touch* na interface gráfica, contando apenas com dois botões físicos. Neste contexto, a interface gráfica dos dispositivos móveis adquiriu maior importância, pois sem o teclado físico, os elementos gráfico-visuais e interativos necessitavam possuir características formais e estéticas para auxiliar os usuários na compreensão das funcionalidades e recursos do dispositivo.

O iOS é o nome dado ao sistema operacional móvel da *Apple*, submetido a atualizações e reformulações a cada ano. O iOS 6⁶ trouxe algumas mudanças para o usuário, tais como implementações nas funcionalidades e na aparência estética dos aplicativos. A cada atualização do sistema operacional, a *Apple* visa aprimorar a interface gráfica e as funcionalidades dos aplicativos, possibilitando que os usuários possam usufruir de todos os recursos do seu dispositivo móvel. Ao lançar o iOS 7⁷, a empresa apostou em um redesign, apresentando uma interface gráfica completamente diferente das anteriores – repercutindo em críticas no mercado profissional. Com a aparência mais limpa, o iOS 7 possuía uma estética simplificada quando comparada à utilizada nas versões anteriores.

A mudança significativa na aparência estética do iOS possibilitou um olhar investigativo sobre as características visuais e interativas utilizadas em ambas versões. A partir da revisão bibliográfica, inferiu-se que a interface do iOS 6 possui semelhanças com o *Skeuomorphism*, enquanto o iOS 7 representa o *Flat Design*. A fim de identificar características de ambas tendências estéticas, foi realizada uma análise comparativa dos aplicativos Notas, *Game Centes* e Mensagem – ambos nativos do iOS. Para a análise, foram utilizados dois *iPads*: um com o sistema operacional iOS 6 e outro com o iOS 7. A partir da observação entre as duas versões, foram analisadas mudanças relativas à estética, à usabilidade e à interação dos aplicativos. Os resultados da análise são descritos a seguir.

3.1. Aplicativo Notas

No iOS 6 a aparência estética do aplicativo Notas remetia a uma agenda física. Ao analisar a Figura 8, é observado uma série de elementos gráfico-visuais que reforçam o *Skeuomorphism* utilizado na interface gráfica do aplicativo, tais como texturas, sombras, gradientes, tipografia

⁶ O iOS 6 foi apresentado pela Apple em junho de 2012 (APPLE, 2012). Disponível em: <<https://www.apple.com/br/newsroom/2012/06/11Apple-Previews-iOS-6-With-All-New-Maps-Siri-Features-Facebook-Integration-Shared-Photo-Streams-New-Passbook-App/>>. Acesso em: 14 mai. 2019.

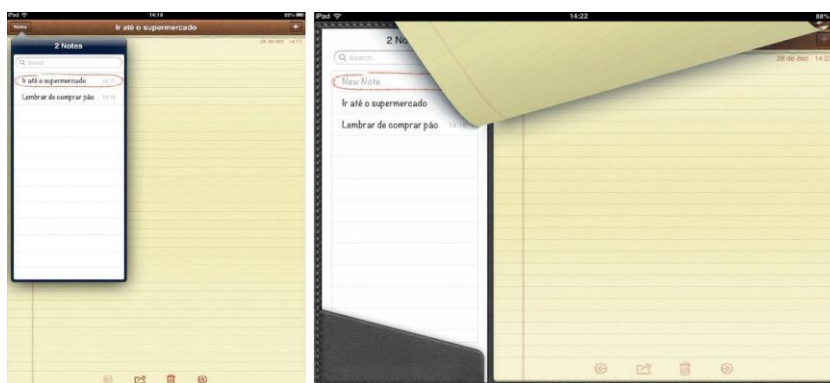
⁷ O iOS 7 foi disponibilizado para os usuários em setembro de 2013 (APPLE, 2013). Disponível em: <<https://www.apple.com/br/newsroom/2013/09/10iOS-7-With-Completely-Redesigned-User-Interface-Great-New-Features-Available-September-18/>>. Acesso em 14 mai. 2019.

manuscrita, entre outros. A tipografia manuscrita faz referência a caligrafia manual, bem como o traço vermelho e irregular utilizado para demarcar novos itens, assemelhando-se a um risco de giz. O desenho dos ícones – localizados no rodapé – remetiam a traços manuais.

Observou-se que ao adicionar uma nova nota, a transição entre uma página e outra simulava o movimento de uma folha de papel. O menu principal do aplicativo era organizado em uma barra superior marrom com textura de couro; logo abaixo, a folha amarela com diferença de luz e sombra reforçava a relação com o objetivo físico.

Na orientação horizontal, o aplicativo mostrava dois blocos de papel: o maior em amarelo – destinado para adicionar novas notas – e o menor em branco – contendo as notas já adicionadas. Uma aba de couro envolvia o bloco de papel branco com as notas já armazenada. Todos os elementos gráfico-visuais utilizados no aplicativo tinham o objetivo de torná-lo semelhante a uma agenda de couro do mundo físico, tornando-o extremamente realista: as sombras utilizadas remetiam a profundidade, as texturas de couro e de papel e a borda costurada imitavam texturas físicas, e os gradientes reforçavam as sombras, enfatizando o aspecto realista do aplicativo.

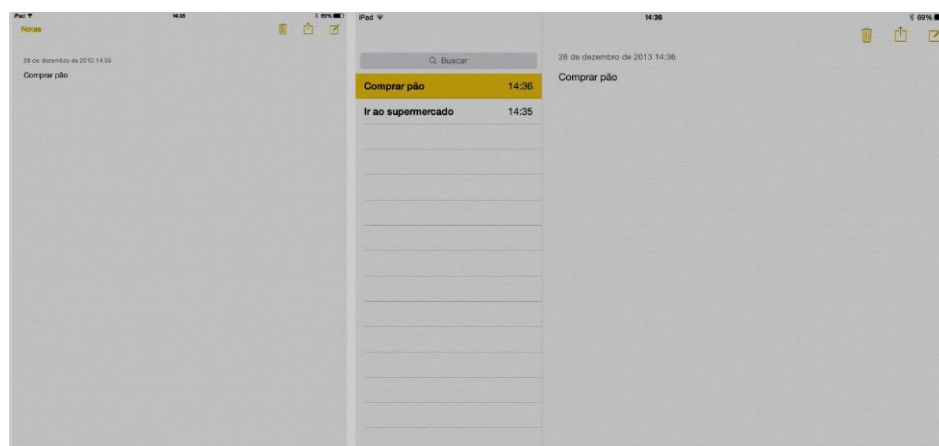
Figura 8: Aplicativo Notas iOS 6



Fonte: Captura realizada pela autora.

A Figura 9 apresenta a interface do aplicativo Notas para o iOS 7, sendo possível observar mudanças significativas. De forma geral, foi observado que a interface não faz mais referência direta à objetos físicos. O menu – localizado anteriormente em uma barra superior – foi simplificado: a barra e o botão “+” foram retirados. Ao escrever a nota, ela é automaticamente armazenada no aplicativo, ou seja, não precisa ser adicionada através de um botão. Os botões “enviar”, “deletar” e “avançar” foram inseridos no topo do aplicativo, localizados à direita.

Figura 9: Aplicativo Notas iOS 7



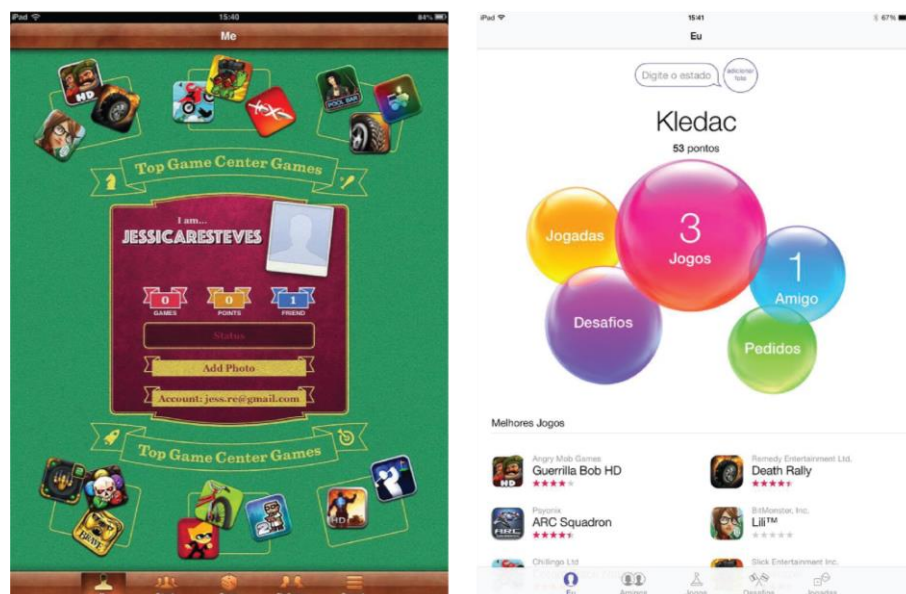
Fonte: Captura realizada pela autora.

A partir da comparação entre as duas interfaces gráficas, observou-se que a nova interface é composta por uma tela em branco e a tipografia utilizada é uma fonte bastão. Identificou-se ainda a utilização de uma textura de papel no fundo do aplicativo, de forma sutil. Para a seleção de notas armazenadas utiliza-se um preenchimento amarelo, assemelhando-se a uma seleção de menus em um *software*. As sombras e gradientes foram retirados e deram lugar a uma interface mais simples, contendo as mesmas funcionalidades da anterior. No entanto, para um usuário que não estava familiarizado com a versão anterior, a nova interface pode parecer simples demais, fazendo com que haja dificuldade na interação.

3.2. Game Center

Na **Erro! Fonte de referência não encontrada.** é possível observar a interface gráfica do aplicativo *Game Center*, uma rede social de jogos do sistema. Observa-se que a versão anterior da interface do aplicativo possuía topo e base com textura de madeira e um fundo verde – remetendo a uma mesa de pôquer. Os botões eram ilustrados como se fossem fitas e possuíam a mesma textura do fundo do aplicativo. Todo o aplicativo possuía os mesmos elementos: o fundo verde, os botões e detalhes em amarelo, topo e base com textura de madeira.

Figura 10: Aplicativo Game Center iOS 6 e 7, respectivamente.



Fonte: Captura realizada pela autora.

O *Game Center* – no iOS 6 – possuía uma estética visual caracterizada pela utilização de muitos ornamentos, de modo que esses elementos podiam dificultar a interação com o aplicativo – tornando-se exaustiva a compreensão do que é ornamento e do que é elemento da interface. Os dados do jogador – número de games, pontos e amigos – eram organizados em fitas no centro da tela, ficando com pouca evidência na página inicial. Os ícones dos “*top game center games*” eram distribuídos em uma ordem aparentemente aleatória, no topo e na base. No centro da página principal haviam as informações do jogador, organizadas em um elemento vermelho com contorno amarelo.

No iOS 7, o *Game Center* passou por um redesign que alterou toda a aparência estética do aplicativo. A metáfora visual da mesa de pôquer foi substituída por uma interface limpa, com fundo branco e utilização de tipografia sem serifa. Na página principal, as informações importantes – jogadas, jogos, desafios, amigo e pedidos – foram organizadas em bolhas coloridas e flutuantes, adquirindo destaque na interface. Os “melhores jogos” foram organizados em uma lista, contendo informações adicionais como nome, empresa criadora e classificação (número de estrelas).

A interface foi extremamente simplificada, perdendo todos os elementos da versão anterior. Observou-se, ainda, uma melhora na usabilidade do aplicativo: antes era difícil diferenciar os elementos de interação dos ornamentos – devido a quantidade de elementos que a interface possuía – a nova versão possui menos elementos, o que resultou em uma melhor organização da interface.

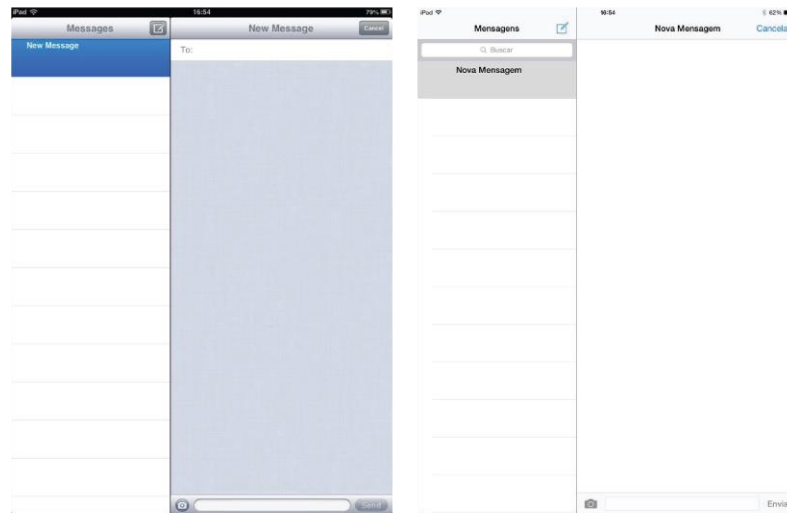
3.3. Aplicativo Mensagem

A **Erro! Fonte de referência não encontrada.** apresenta, respectivamente, a interface gráfica do aplicativo Mensagem para o iOS 6 e o iOS 7. Foi observado que, de modo geral, a estrutura e organização do aplicativo iOS7 é muito semelhante ao anterior; entretanto, o uso de gradientes é destacado no iOS 6.

No iOS 6, identificou-se que as barras superiores e inferiores possuíam um gradiente do branco para o cinza e para a demarcação de uma “nova mensagem” era utilizado um

gradiente azul, com diferenças de claro e escuro. O campo de “nova mensagem” possuía ao fundo uma textura leve na cor azul. Os botões eram compostos por um retângulo com bordas arredondadas com gradientes.

Figura 11: Aplicativo Mensagem iOS 6 e 7



Fonte: Captura realizada pela autora.

No iOS7, o aplicativo perdeu os gradientes e a textura ao fundo. A interface possui mais espaços em branco e seu *layout* é determinado por linhas e blocos em cinza. Os botões são compostos só pela tipografia, sem o retângulo demarcados. Logo, compreendeu-se que a nova versão possui menos elementos que a anterior, sendo mais *flat*.

A partir das análises das interfaces dos aplicativos, foi possível elementos gráfico-visuais e interativos do *Skeuomorphism* e do *Flat Design*, destacando suas principais diferenças. Se, no passado, era necessário que as IGUs utilizassem elementos que imitavam o mundo analógico a fim de diminuir as barreiras existentes entre usuários e computadores; no presente, os usuários estão mais expostos a computadores e celulares, fazendo com que as interfaces gráficas pudessem buscar *affordances* menos literais e mais digitais, condizentes com o meio em que são utilizadas.

4. Considerações Finais

O design de interfaces gráficas é uma atividade recente; portanto, ainda não é possível definir sua história de forma precisa, abrangendo todos os movimentos estéticos utilizados desde as primeiras interfaces gráficas do usuário. Por isso, a realização desta pesquisa foi um desafio: como buscar teorias para explicar uma terminologia de design surgida na Internet? Para isso, foi necessário ir em busca de conhecimentos de outras áreas e realizar análises, a fim de qualificar teoricamente a pesquisa.

Os resultados do estudo apontaram que o *Skeuomorphism* é uma estética visual que utiliza ornamentos ou detalhes para representar objetos da vida real. Essa tendência é caracterizada pelo uso de sombras, gradientes, texturas, efeitos 3D, chanfro, entre outros recursos visuais, a fim de tornar os elementos de uma interface gráfica semelhantes à sua forma do mundo real. Já o *Flat Design* é uma tendência visual contemporânea, caracterizada pela simplificação dos elementos de interface com foco na forma, funcionalidade e tecnologia.

Por isso, essa tendência faz uso de botões e títulos grandes, ícones planos, tipografias sem serifa e transições mais suaves para a navegação entre os elementos.

A partir da revisão bibliográfica e das análises dos elementos gráfico-visuais dos aplicativos do iOS 6 e 7, foi possível identificar a influência do *Flat Design* no design de interfaces. Embora tenha sido tratada como uma tendência durante toda a pesquisa, o *flat* parece estar atrelado a uma evolução no design de interfaces. Se, no *Skeuomorphism*, as interfaces preocupavam-se em “parecer” – utilizando uma quantidade de elementos gráfico-visuais para fornecer metáforas e *affordances* –, o *Flat Design* entende que grande parte dos usuários já compreendem os elementos de interação comuns à grande parte das interfaces gráficas e, por isso, tem como objetivo “informar” – utilizando poucos elementos visuais para enfatizar o conteúdo.

As análises evidenciaram a influência da tendência do *Flat Design* no produto de duas grandes empresas – a *Microsoft* e a *Apple*. O *Flat Design* adquiriu popularidade com o anúncio da Metro UI pela *Microsoft*, influenciando diversos designers a adotarem a tendência em seus projetos. A repercussão do Metro UI foi uma novidade no mercado, fazendo com que o *Windows Phone* se destacasse de seus principais concorrentes – o iOS e o *Android*. A *Apple*, por sua vez, sentiu a necessidade de revitalizar seu sistema operacional, incorporando a tendência no iOS 7. Desta forma, foi identificado uma tendência estética recorrente no design de interfaces da atualidade, fazendo com que duas grandes empresas mudassem a aparência estética de seus consolidados sistemas operacionais.

Assim, foi compreendido que o *Flat Design* difundiu-se de forma discursiva, a partir da utilização da estética *flat* pela *Microsoft* e, posteriormente, pela *Apple*. A partir da mudança na aparência estética da interface gráfica do *Windows Phone*, observou-se um movimento contra o *Skeuomorphism*. Designers utilizaram *blogs* para propagar a ideia que de o *Skeuomorphism* estava ultrapassado e o *Flat Design* era a nova tendência a ser utilizada no design de interfaces. Enquanto alguns acreditavam que o *flat* era tendência datada, outros afirmavam que este era uma evolução do design de interfaces.

É importante ressaltar que o *Flat Design* nem sempre pode ser a melhor alternativa para a aparência estética de uma interface gráfica, tendo em vista que cada projeto possui as suas especificidades e características próprias. Portanto, o *flat* é apenas uma possibilidade estética que pode ser utilizada e não uma regra no design de interfaces da atualidade. Por fim, é esperado que os resultados desta pesquisa empírica possam contribuir para discussões acerca do aprimoramento da estética visual das interfaces gráficas, com o objetivo de descobrir melhores formas de transmitir informações, conceitos e experiências aos usuários.

Referências

CALDAS, D. **OBSERVATÓRIO DE SINAIS: TEORIA E PRÁTICA DA PESQUISA DE TENDÊNCIAS**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2004.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. **FUNDAMENTOS DE METODOLOGIA CIENTÍFICA**. São Paulo: Atlas, 2010.

LÖBACH, B. **DESIGN INDUSTRIAL: BASES PARA A CONFIGURAÇÃO DOS PRODUTOS**. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

MAEDA, J. **AS LEIS DA SIMPLICIDADE**. São Paulo: Novo Conceito, 2007.

MÜLLING, T. T. **DESIGN EXPERIENCIAL, DA TEORIA A PRÁXIS: RECOMENDAÇÕES PARA O PROJETO DE HIPERMÍDIAS EXPERIENCIAIS**. Florianópolis: 2010. Projeto de Dissertação

(Mestrado em Design e Expressão Gráfica) – Programa de Pós-Graduação em Design e Expressão Gráfica, UFSC, 2010. 214 p.

NORMAN, D. **O DESIGN DO DIA-A-DIA**. São Paulo: Rocco, 2006.

OSWALD, D.; KOLB, S. **FLAT DESIGN VS. SKEUOMORPHISM—EFFECTS ON LEARNABILITY AND IMAGE ATTRIBUTIONS IN DIGITAL PRODUCT INTERFACES**. In DS 78: Proceedings of the 16th International conference on Engineering and Product Design Education (E&PDE14), Design Education and Human Technology Relations, University of Twente, The Netherlands, 2014 (pp. 402-407). Disponível em: <
<https://www.designsociety.org/publication/35915/Flat+Design+vs.+Skeuomorphism+%E2%80%93+Effects+on+Learnability+and+Image+Attributions+in+Digital+Product+Interfaces>> Acesso em 20 jan. 2019.

PICOLI, J. I. **DESENVOLVIMENTO DE METODOLOGIA COOLHUNTING**. Guimarães: Universidade do Minho, 2008. Disponível em <<http://hdl.handle.net/1822/9308>>. Acesso em: 10 jan. 2018.

PIRAUÁ, J. TAE. **WEB-U { A CONSTRUÇÃO DE UMA TÉCNICA PARA AVALIAÇÃO ESTÉTICA DE WEBSITES COM USUÁRIOS**. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Pernambuco, 2007.

RAYMOND, M. **THE TREND FORECASTER'S HANDBOOK**. Londres: Laurence King, 2010.

ROYO, J. P. **Design Digital**. São Paulo: Rosari, 2008.

STEVENS, J. E., ROBINSON, A. C., e MacEachren, A. M. **DESIGNING MAP SYMBOLS FOR MOBILE DEVICES: CHALLENGES, BEST PRACTICES, AND THE UTILIZATION OF SKEUOMORPHISM**. In 26th International Cartographic Conference, 2013. Disponível em: <
https://icaci.org/files/documents/ICC_proceedings/ICC2013/_extendedAbstract/356_proceeding.pdf> Acesso em 5 jan. 2018.

VEJLGAARD, H. **ANATOMY OF A TREND** (e-book). New York: Confetti Publishing at Smashwords, 2007.