

Alguns princípios de DIAGRAMAÇÃO

1. Alinhamento

O princípio do alinhamento, também conhecido como princípio da **boa continuidade**, prevê que nada deve ser colocado arbitrariamente em uma página.

Ao distribuir elementos visuais aleatoriamente em uma página, sua aparência tende a ficar desorganizada. O alinhamento é uma linha invisível ligando os elementos, uma operação que torna ordenada e lógica uma composição. Sua intenção é criar uma relação de

harmonia entre os elementos que compõe o layout.

Um layout sem alinhamento transmite a sensação de desordem. Nossos olhos gostam de apreender os objetos de forma organizada, porque dá uma sensação de calma e de segurança.

Geralmente, o alinhamento é compreendido como: à esquerda, centralizado, à direita e justificado. Contudo, vale observar que esse tipo de alinhamento se refere apenas a textos verbais. Quando consideramos um texto verbal como um objeto visual, e quando ele estabelece relação com outros objetos visuais da página, outros alinhamentos podem acontecer, como os ali-



Neste folheto, encontramos três formas de alinhamento: à esquerda, à direita e pelo topo.

nhamentos: pela base, pelo topo e pelo meio.

COMECE SUA EXPERIÊNCIA DE MERCADO
EM UMA DAS MAIORES AGÊNCIAS
DIGITAIS DO
PAÍS

VOCÊ GOSTA DE INTERNET, SABE ESCREVER,
CURTE DESAFIOS E ESTÁ
PREPARADO PARA APRENDER DE TUDO UM POUCO?

VENHA FAZER ESTÁGIO DE

REDATOR
CONTEUDISTA
NA AG2 PUBLICIS MODEM

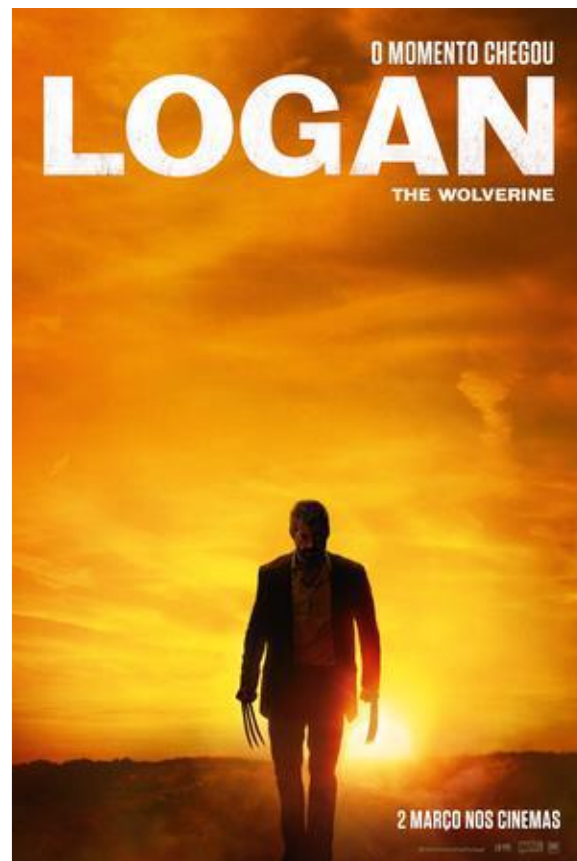
FOIÇA POR DENTRO DE COMO FUNCIONA A REDACÇÃO E A MANUTENÇÃO DE CONTEÚDO DE GRANDES WEBSITES E AINDA GANHE BOLSA PARA ISSO.

ESTUDANTES DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA, JORNALISMO, MARKETING E ÁREAS AFINS.
CONHECIMENTO DE Pacote Office e INTERNET.
DIFERENCIAIS: CONHECIMENTOS EM REDACÇÃO PUBLICITÁRIA, REDES SOCIAIS, INGLÊS INTERMEDIÁRIO,
INTUITIVO NO ENTENDIMENTO DE PROGRAMAS DIVERSOS.

CONSULTE AS CONDIÇÕES DE ESTÁGIO DA SUA INSTITUIÇÃO DE ENSINO

ENVIE
SEU CURRÍCULO OU PORTFÓLIO PARA
CURRICULOS@AG2.COM.BR

 **AG2 | PUBLICIS MODEM**
the webnative agency



30º FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOTOGRAFIA DE AVINTES

30 SETEMBRO A 31 OUTUBRO
PAÍSES PORTUGAL ESPANHA BRASIL
INDONÉSIA ROMÊNIA VENEZUELA MÉXICO

ORGANIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



portugal

homem cardoso | joão ferreira | pedro moreira | flávio andrade | alicia vr
pereira lopes | josé pedro martins | manuel moura | filipe p. neto | benjamin l. medeiros

brasil

milton ostetto | varal da trajano

méxico

ignácio valdez

venezuela

nelson garrido

indonésia

randi pratama

roménia

rodica tanase

espanha

miguel chaparro | street soul photography | ana gili

iNstantes

FESTIVAL INTERNACIONAL DE FOTOGRAFIA DE AVINTES

vestibular 2009

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO



curso superior em
Administração Pública

01/09 a 10/10 | 2008

1ª etapa - 29 e 30/11 | 2008
2ª etapa - 14 e 15/01 | 2009

www.fundep.br/concurso
www.fjp.mg.gov.br/vestibular

Fundep - (31) 34996827
FJP - (31) 34489595

Inscrições Provas Informações

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO
GOVERNO DE MINAS GERAIS

GOVERNO DE MINAS
Construindo um novo tempo

MINISTÉRIO DA SAÚDE
MAIS ATENÇÃO A VOCE

O SEU FILHO QUER DUAS GOTINHAS DA SUA ATENÇÃO.



10 DE JUNHO

VACINE SEU FILHO MENOR DE 5 ANOS CONTRA A PARALISIA INFANTIL.

PROCURE UM POSTO DE VACINAÇÃO NA SUA CIDADE E NÃO ESQUEÇA DE LEVAR O CARTÃO DA CRIANÇA.

www.saude.gov.br
DISQUE SAÚDE 0800 61 1997

SECRETARIAS ESTADUAL
E MUNICIPAL DE SAÚDE

Ministério
da Saúde

GOVERNO FEDERAL

O uso do alinhamento centralizado não é muito incentivado, porque denota amadorismo do diagramador. Isso ocorre, porque o alinhamento centralizado é o mais óbvio. Contudo, isso não impede que seu uso ocorra de maneira criativa, como um texto centralizado, mas visualmente deslocado na página.



**maxi
orto**

CONHEÇA O PLANO ORTODÔNTICO QUE VEM COM SORRISO INCLUÍDO.

- ★ Cobertura total para documentação ortodôntica;
- ★ Cobertura total para aparelho;
- ★ Manutenção mensal por conta do plano;
- ★ Profissionais especializados;
- ★ Canal, Nuvafill e Clareamento inclusos.

Ligue e agende uma visita!

Condição especial para clientes do ATEMDE ODONTO.

www.atemde.com.br 74 3612-8246

ATEMDE ODONTO

Muitas vezes, encontramos layouts aparentemente desalinhados, em que o desalinhamento é intencional. Contudo, é necessário conhecer as regras de alinhamento para que se possa compor uma peça aparentemente desorganizada. Por isso, ao planejar a distribuição da informação em uma página, comece de forma segura, procurando sempre uma linha-guia que oriente a relação entre os elementos da página. Se a intenção for transmitir desequilíbrio, por exemplo, tudo bem em desalinhar os elementos visuais, mas cuidado ao fazê-lo, pois pode parecer falta de profissionalismo.

Um erro muito comum em relação ao alinhamento de textos verbais é o uso de títulos centralizados em textos alinhados à esquerda ou à direita. Essa combinação não é positiva, causando uma sensação de desconforto para quem está em contato com a peça. Em peças com uma grande quantidade de elementos verbais, o ideal é manter um único alinhamento.

Nos softwares editores de texto, para facilitar o manuseio do alinhamento dos conteúdos

O que é o Socorismo?

Todo cidadão é responsável por uma vida de socorismo - dedicar-se à vida - dedicado a salvar nos momentos de emergência, para salvar vidas em situações de emergência.

Princípios Gerais do Socorismo:

- **Prevenir** - evitar o perigo de acidentes e o socorismo.
- **Alertar** - comunicar o acidente de emergência, informando o tipo de acidente, o local, o número de vítimas e o seu estado.
- **Socorrer** - socorrer as vítimas.

O que fazer em caso de emergência?

- 1 - **Preocupações** - não se preocupar com a vida própria.
- 2 - **Verificar** - observar se as vítimas respiram, se estão conscientes, se há ferimentos, se há sangramento.
- 3 - **Chamar** - chamar o socorro.
- 4 - **Atender** - atender as vítimas.
- 5 - **Transportar** - transportar as vítimas para o local de atendimento.
- 6 - **Não tocar** - não tocar as vítimas se não estiverem seguras, não tocar as vítimas se não estiverem seguras.
- 7 - **Procurar** - procurar o cartão de identificação que a vítima possui e que contém o nome, o endereço e o telefone de contato.

Que informação deve dar à pessoa que atende o telefone de emergência (192)?

Deve informar, de forma simples e clara:

- O tipo de situação de emergência.
- O endereço de onde se encontra a emergência.
- A localização exata e, sempre que possível, pontos de referência.
- A quantidade aproximada de vítimas.
- O estado, o sexo e a idade aproximada das pessoas e o número de vítimas.
- As medidas tomadas e as ações das vítimas.
- A existência de qualquer situação que possa agravar a emergência, por exemplo, liberação de gases, presença de explosivos, etc.

As informações são transmitidas por pessoal qualificado que trabalha para o socorro. Segue as instruções indicadas pelas instruções de emergência.

Desligue o telefone apenas quando o operador indicar.

textuais, existem ícones responsáveis pela automação dessa tarefa, como no caso do Word ou Google Docs:



Os alinhamentos de texto, geralmente, são os demonstrados acima: A) alinhamento à esquerda; B) alinhamento centralizado; C) alinhamento à direita; D) alinhamento justificado.

Nos softwares utilizados para editoração eletrônica, tais como Illustrator, In Design ou Corel Draw, existem ícones responsáveis pelo alinhamento de objetos na página:



Os alinhamentos de objetos são: A) alinhamento à esquerda; B) alinhamento centralizado; C) alinhamento à direita; D) alinhamento pelo topo; E) alinhamento pelo meio; F) alinhamento pela base.

2. Proximidade

O princípio da proximidade entende que vários itens, quando estão próximos de si, formam uma unidade visual, sugerindo que tais elementos mantêm relação de alguma maneira. Isso quer dizer que elementos que mantêm algum tipo de relação entre si devem ser agrupados. A recíproca também é verdadeira: elementos que não possuem relação entre si devem manter-se afastados. Essa relação de proximidade/distância oferece ao leitor uma pista visual da organização e do conteúdo de uma página.



Vejam este quadrado.

Na verdade, não é um quadrado! São várias bolinhas dispostas uma ao lado da outra. Mas, pelo princípio da proximidade, interpretamos que isso é um quadrado! Pura ilusão... ;~)

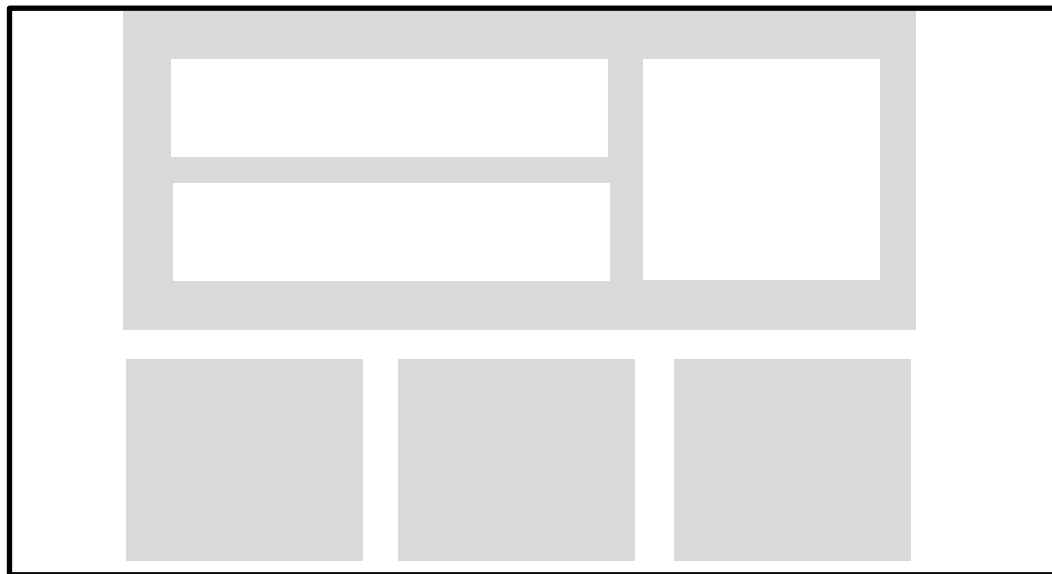


As mesmas bolinhas, dessa vez dispostas um pouco diferentes, "transformam-se" em uma série de colunas!

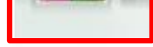
A palavra-chave do uso do princípio da proximidade é **relação**. Aproximar itens que se relacionam organizam a página, inclusive o espaço em branco, também necessário na organização de uma página. Os espaços vazios ou espaços em branco, além de delimitarem os conjuntos de informação, também funcionam como “zonas de descanso” para os olhos.

Ao agrupar elementos, algumas informações devem ser alteradas, como o tamanho, peso e posicionamento de figuras. A proximidade é um importante elemento na confecção de um layout, seja para material impresso, seja para material digital.

A página do site Web Major abaixo utiliza o princípio da proximidade através dos espaçamentos e das cores. O retângulo escuro, é a “chamada” principal (tem letras maiores e fica na parte superior); ele é “separado” das “chamadas” secundárias, que estão abaixo. Estas secundárias, por sinal, são “divididas” umas das outras através do espaçamento e do fundo aplicado a cada um. Elas são inter-relacionadas, e isto é transmitido devido ao fato de todas apresentarem igual distância e terem o mesmo background.

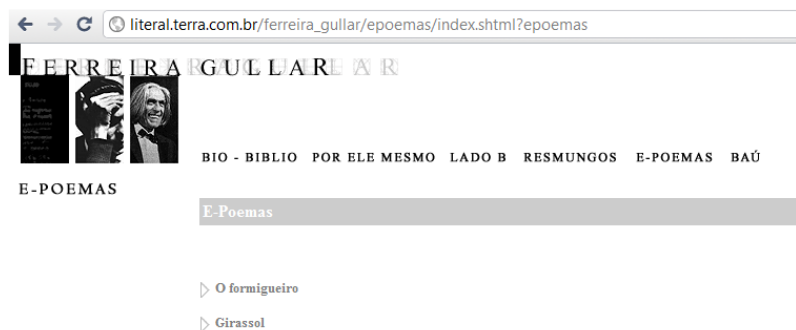


Observe que, antes de apreendermos o conteúdo da página, o nosso primeiro contato visual “mapeia” a distribuição de informações, construindo tal mapeamento a partir dos espaços que separam os elementos na página. Posteriormente a essa primeira “leitura” visual/espacial, inicia-se a leitura mais exploratória, mais detalhada da página, a fim de apreender seu conteúdo ou localizar uma informação específica.



2. Repetição

O princípio da repetição prevê que determinados elementos devem se repetir durante todo o material. A finalidade desse princípio é manter a unidade do material. Se, no princípio da proximidade, os elementos que se relacionam devem ser agrupados, e os elementos que não se relacionam devem se afastar, a união entre os elementos próximos e distantes se dá pela repetição de elementos. Tais elementos podem ser o efeito de uma fonte (bold, itálico, sublinhado), uma linha, sinais de tópico (•, ›, ♦, ○ etc.), formatos específicos, relações espaciais ou qualquer coisa que o leitor reconheça visualmente.



A palavra-chave para esse princípio é **consistência**. Ao se deparar com um material muito extenso, como um jornal ou um site com muitas páginas, é a repetição de determinados elementos que faz com que cada parte desse material mantenha sua unidade (consistência).

É a repetição que proporciona a unidade dos elementos do design. No caso de sites da internet, a disposição dos frames, cores e formatos de botões ajudam a compor a ideia de repetição.

Ao navegar, seja por páginas impressas ou digitais, é a repetição que

garante a unidade dessas páginas. Mesmo que o documento tenha apenas uma página, a repetição de elementos estabelece uma continuidade sofisticada.

Institucionalmente, o princípio da repetição à reiteração dos padrões visuais adotados na marca da empresa, denominado “identidade visual”. Elementos como tipografia, cor e formas que constituem determinada marca são repetidos em materiais visuais, gráficos ou não, a fim de criar uma consistência desse padrão, reforçando a presença da marca por onde esses materiais circularem:

The image is a screenshot of the Habib's website. At the top, the Habib's logo is circled in red. The navigation menu includes links for HOME, PRODUTOS, PROMOÇÕES, SOBRE O HABIB'S, LOJAS, FRANQUIAS, and KIDS. There is also a 'HABIB'S DELIVERY' section with phone numbers for SP e GRANDE SP (5696 2828) and OUTROS LOJAS (0800 778 2828). A search bar with the text 'EU QUERO' and a magnifying glass icon is present.

The first banner is for 'KIT HABIB'S HALLOWEEN' featuring four Halloween-themed figurines (pumpkin, skull, Frankenstein, and vampire) and a haunted house in the background. The text 'SURPRESAS DIVERTIDAS' is on the right. Below the banner, small text reads: 'IMAGENS ILUSTRATIVAS. PREÇO SUJEITO A ALTERAÇÃO SEM PRÉVIO AVISO. CADA KIT CONTÉM 1 SURPRESA. AS SURPRESAS PODERÃO SER ADQUIRIDAS SEPARADAMENTE MEDIANTE O PAGAMENTO DE R\$ 8,00 CADA. QUANTIDADE LIMITADA DE MODELOS POR LOJA.'

The second banner is for 'Almoco HABIB'S' featuring a plate of food (filé de frango, arroz, and fries) and a bowl of soup. A red price tag shows 'R\$ 4,90'. Text on the right says 'Filé de Frango Grelhado com Arroz e fritas. Exclusivo para o horário de almoço, das 11h às 16h.' Below the banner, small text reads: 'PREÇOS SUJEITOS A ALTERAÇÃO SEM PRÉVIO AVISO E EXCLUSIVOS PARA O HORÁRIO DO ALMOÇO, DAS 11H ÀS 16H, DE DOMINGO A DOMINGO, SOMENTE PARA OS PRATOS DA PROMOÇÃO. BEBIDAS, SOBREMESAS E TAXA DE SERVIÇO SERÃO COBRADOS À PARTE. PROMOÇÃO VÁLIDA POR PRAZO INDETERMINADO. IMAGENS ILUSTRATIVAS. VIDE TABELA NUTRICIONAL NO SITE.'

The third banner is for 'BIB'SFIHA' featuring a pizza. The text 'DELICIOSO,79' is prominently displayed, with 'Muito mais do que você imagina.' below it. Below the banner, small text reads: 'IMAGENS ILUSTRATIVAS. PROMOÇÃO VÁLIDA POR TEMPO INDETERMINADO E SOMENTE PARA BIB'SFIHA DE CARNE. VIDE TABELA NUTRICIONAL NO SITE.'

The fourth banner is for 'HAPPY HOUR HABIB'S' featuring two glasses of beer. The text 'O QUE É BOM DE VERDADE, VEM EM DOBRO.' is on the left. On the right, it says 'Compre 1 bebida e ganhe + uma' and 'Segunda a sexta das 17h às 19h30'. Below the banner, small text reads: 'IMAGENS ILUSTRATIVAS. PROMOÇÃO VÁLIDA POR TEMPO INDETERMINADO E SOMENTE PARA BIB'SFIHA DE CARNE. VIDE TABELA NUTRICIONAL NO SITE.'

A repetição do padrão da identidade visual não se restringe apenas a uma peça. A contrário, esse padrão precisa se repetir em todos os materiais visuais da instituição, como dissemos anteriormente:



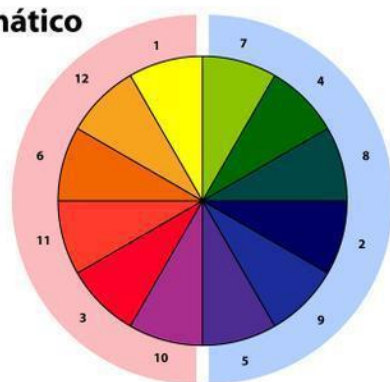
4. Contraste

O princípio do contraste é o princípio que trata da diferenciação dentre elementos de uma página. Essa diferença geralmente opera com a oposição de características: contrastam-se alto e baixo, claro e escuro, perto e longe, liso e áspero, horizontal e vertical, quente e frio etc. Na publicidade, por exemplo, é comum o uso de cores contrastantes. Para saber quais são as cores que combinam entre si, para o efeito de contraste, utilizamos o círculo das cores. As cores contrastantes são as que estão opostas uma das outras no círculo.

Círculo Cromático

- .primárias**
 - 1. AMARELO
 - 2. AZUL
 - 3. VERMELHO
- .secundárias**
 - 4. VERDE
 - 5. VIOLETA
 - 6. LARANJA
- .terciárias**
 - 7. VERDE-AMARELADO
 - 8. VERDE-AZULADO
 - 9. VIOLETA-AZULADO
 - 10. VIOLETA-AVERMELHADO (vinho)
 - 11. LARANJA-AVERMELHADO
 - 12. LARANJA-AMARELADO

■ Cores frias
■ Cores quentes



A finalidade do contraste é tornar o material mais atrativo visualmente. Uma página com elementos contrastantes atrai o olhar e desperta o interesse pelo seu conteúdo.

Elementos contrastantes guiam o olhar pela página, criam uma hierarquia de informações. Em

qualquer peça de design, seja ela uma tela, papel ou pacote, é preciso haver um ponto focal. Algo precisa ser a força dominante, os elementos acompanham uma hierarquia a partir daquele ponto.

Contudo, essa diferença entre os elementos precisa ser facilmente verificável, caso contrário o contraste não se realiza. Quando uma relação entre elementos é malsucedida, dá-se o nome de *conflito*. O conflito é responsável por uma sensação de incômodo, de estranhamento. Tais sensações não são recomendadas em trabalhos comerciais, a não ser que se

pretendam tais sensações. O conflito pode, ainda, dificultar a “leitura” da peça, uma vez que os elementos visuais não se apresentam distinguíveis. Letras claras com fundo claro, por exemplo, torna difícil a leitura do texto. Por outro lado, as marcas d’água, que são aquelas imagens bem claras sobre um papel geralmente branco, apesar de dificultar a compreensão da imagem, possui uma finalidade meramente estética, não comprometendo, dessa forma, a compreensão da peça. Ao contrário, se uma marca d’água não possuir transparência suficiente, essa imagem de fundo pode se misturar com o texto que a cobre e, aí sim, teremos um problema de leitura.



