



TEMA 03 - Conteúdo Digital e Identidade Visual



APOSTILA DO ESTUDANTE

🎯 Objetivos de Aprendizagem

Ao final desta aula, você será capaz de:

# Objetivo	Já sei? Aprendi	
1 Explicar o que é identidade visual e sua importância	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Criar uma paleta de cores com significado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Escolher fontes adequadas para web	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Estruturar uma notícia usando pirâmide invertida	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Escrever manchetes e leads eficientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Organizar conteúdo com cards e layouts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Publicar conteúdo com identidade visual no GitHub	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



PARTE 1: IDENTIDADE VISUAL

1.1 O que é Identidade Visual?

Identidade visual é o conjunto de elementos gráficos que representa uma marca, empresa ou projeto. É a **personalidade visual** que faz com que as pessoas reconheçam e se lembrem de você.

Pense assim:

Se sua agência fosse uma pessoa, como ela se vestiria? Que cores usaria? Que tom de voz teria? **Isso é identidade visual!**

Exemplos do Mundo Real:

Marca	Cores	Fonte	O que transmite
Google	Azul, Vermelho, Amarelo, Verde	Sem serifa	Diversão, acessibilidade
Nike	Preto, Branco	Negrito	Força, movimento
McDonald's	Vermelho, Amarelo	Arredondada	Energia, fome
Itaú	Azul, Laranja	Serifada	Confiança, tradição

1.2 A Psicologia das Cores

As cores **comunicam emoções**. Antes de escolher suas cores, pergunte: "**O que quero que meu público sinta?**"

Significado das Cores:

Cor	Emoção/Associação	Usado por	Use para
 Azul	Confiança, segurança, tecnologia	Facebook, LinkedIn, Intel	Sites institucionais, tecnologia
 Verde	Natureza, saúde, sustentabilidade	Starbucks, Whole Foods	Meio ambiente, educação
 Vermelho	Urgência, paixão, energia	Netflix, Coca-Cola	Destaques, promoções
 Amarelo	Otimismo, criatividade	McDonald's, National Geographic	Alertas, alegria
 Roxo	Sofisticação, mistério	Nubank, Halls	Luxo, inovação
 Laranja	Entusiasmo, diversão	Fanta, SoundCloud	Chamadas para ação
 Preto	Elegância, poder	Chanel, Nike	Luxo, sofisticação
 Branco	Simplicidade, pureza	Apple, Google	Minimalismo, espaço

🎯 ATIVIDADE PRÁTICA 1: Escolha suas cores

javascript

```
// Sua paleta deve ter:  
// 1 cor PRINCIPAL (cabeçalhos, rodapé, títulos)  
// 1 cor SECUNDÁRIA (botões, detalhes)  
// 1 cor de DESTAQUE (tags, CTAs, números)
```

// EXEMPLO:

Agência Jovem Notícias

- 🎨 Principal: #1a535c (verde escuro) → Confiança, maturidade
- 🎨 Secundária: #4ecdc4 (turquesa) → Criatividade, modernidade
- 🎨 Destaque: #ff6b6b (vermelho claro) → Urgência, atenção

// AGORA É SUA VEZ!

Minha Agência: _____

- 🎨 Principal: _____ → Significado: _____
 - 🎨 Secundária: _____ → Significado: _____
 - 🎨 Destaque: _____ → Significado: _____
-

1.3 Tipografia: A Voz do Texto

abc Famílias Tipográficas:

Tipo	Exemplo	Sensação	Uso
Com Serifa	Times New Roman	📜 Tradicional, confiável	Jornais impressos
Sem Serifa	Arial, Verdana	💻 Moderno, limpo	Sites, telas
Monoespaçada	Courier New	⌨️ Técnico, código	Programação
Cursiva	Brush Script	✍️ Manual, pessoal	Convites

💻 Para Web: SEM SERIFA é MELHOR!

Por quê?

Telas têm baixa resolução comparada ao papel. Fontes **sem serifas** (como Arial, Verdana, Open Sans) são mais **legíveis** em dispositivos digitais.

 **Recomendadas para web:**

- Arial (padrão, seguro)
- Verdana (feita para telas)
- Open Sans (moderna)
- Roboto (Android)
- Segoe UI (Windows)

 **Evite para textos longos:**

- Times New Roman (serifa fina)
 - Comic Sans (muito informal)
 - Fontes cursivas (ilegíveis)
-

 **ATIVIDADE PRÁTICA 2: Escolha suas fontes**

```
javascript

// REGRA DE OURO:
// 1 fonte para TÍTULOS (personalidade)
// 1 fonte para CORPO (Legibilidade)

// EXEMPLO:
Agência Jovem Notícias
 Títulos: 'Poppins', sans-serif → Moderno, chamativo
 Corpo: 'Open Sans', sans-serif → Muito legível

// AGORA É SUA VEZ!
 Títulos da minha agência: _____
 Corpo dos textos: _____
```

1.4 Regras de Ouro da Identidade Visual

 **As 5 Regras:**

#	Regra	Por quê?	Exemplo
1	Máximo 3 cores	Não poluir visualmente 1 principal + 2 complementares	

#	Regra	Por quê?	Exemplo
2	Máximo 2 fontes	Manter consistência	1 título + 1 corpo
3	Contraste adequado	Ser legível	Texto escuro/fundo claro
4	Consistência	Criar reconhecimento	Mesmas cores em todo site
5	Espaço de respiro	Não poluir	Margens, padding

◆ PARTE 2: ESCRITA PARA WEB

2.1 Como as Pessoas Leem na Internet?

🔬 Fato Científico:

Usuários **NÃO LEEM** páginas web palavra por palavra.
Eles **ESCANEIAM** o conteúdo em busca de palavras-chave.

👀 Padrões de Leitura:

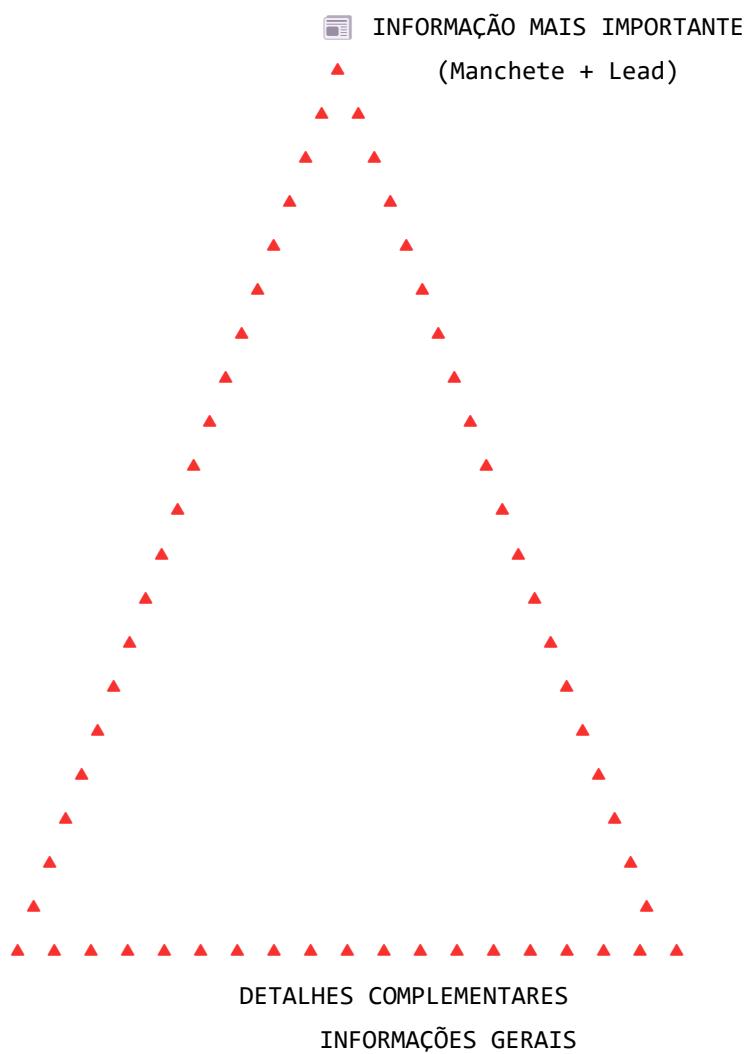
text

- | | | |
|-------------------|-----|-------------------------|
| 📱 Em celular: | --- | 💻 Em desktop: |
| ----- ----- | | |
| 1. Manchete | | 1. Manchete |
| 2. Subtítulo | | 2. Imagem |
| 3. Primeira frase | | 3. Primeiro parágrafo |
| 4. Listas | | 4. Destaques em negrito |
| 5. Rola a tela | | 5. Escaneia laterais |

2.2 A Pirâmide Invertida

🏛️ A Estrutura que Todo Jornalista Usa:

text



Camadas da Pirâmide Invertida:

Nível	Elemento	Função	Tamanho
1	MANCHETE	Chamar atenção, resumir	~70 caracteres
2	LEAD (LIDE)	Responder 6 perguntas	1 parágrafo
3	INFORMAÇÕES IMPORTANTES	Detalhes essenciais	2-3 parágrafos
4	DETALHES COMPLEMENTARES	Contexto, histórico	1-2 parágrafos
5	INFORMAÇÕES GERAIS	Curiosidades, menos relevante	Opcional

2.3 A Manchete (Título)

✍ Técnicas para Manchetes Eficientes:

markdown

- ✗ RUIM: "Aconteceu uma coisa na escola ontem"
→ Vaga, não informa, não prende
- ✓ BOA: "Alunos do Técnico lançam Agência de Notícias"
→ Quem? O quê? → Claro e direto
- ✓ ÓTIMA: "🎓 Alunos criam site de jornalismo e publicam na internet"
→ Emoji + Ação + Resultado → Chama atenção

📏 Regras da Manchete:

1. **Máximo 70 caracteres** (aparece inteira no Google)
 2. **Verbo forte** no presente (lançam, criam, inauguram)
 3. **Responda:** O quê aconteceu?
 4. **Use palavras-chave** no início
-

2.4 O Lead (Lide)

❓ As 6 Perguntas que TODO Lead Deve Responder:

Pergunta Tradução Exemplo

WHO? QUEM? Alunos do curso técnico

WHAT? O QUÊ? Lançaram uma agência de notícias

WHEN? QUANDO? Nesta segunda-feira (10/03)

WHERE? ONDE? No laboratório de informática

HOW? COMO? Com sites publicados no GitHub

WHY? POR QUÊ? Para praticar desenvolvimento web

Modelo de Lead Perfeito:

markdown

[QUEM] [FEZ O QUÊ] [QUANDO] [ONDE] [COMO] [POR QUÊ].

EXEMPLO:

"Alunos do curso técnico em Desenvolvimento de Sistemas lançaram uma agência de notícias nesta segunda-feira (10) no laboratório de informática da escola, com sites publicados na internet via GitHub Pages, como parte do projeto integrador da disciplina."

 **Contém TODAS as 6 perguntas em 1 parágrafo!**

2.5 O Corpo do Texto

Regras para Web:

Regra	Por quê?	Exemplo
Parágrafos de 2-3 linhas	Tela cansa a vista	 10 linhas →  3 linhas
Frase curtas	Leitura escaneável	 30 palavras →  15 palavras
Negrito em palavras-chave	Destacar info importante	resultado, data, local
Listas	Organizar informações	• Item 1 • Item 2 • Item 3
Citações	Dar voz a fontes	"Disse a aluna"

ATIVIDADE PRÁTICA 3: Escreva sua primeira notícia

markdown

 **MANCHETE (máx 70 caracteres):**

 **LEAD (responda as 6 perguntas):**

QUEM: _____

O QUÊ: _____

QUANDO: _____

ONDE: _____

COMO: _____

POR QUÊ: _____

 CORPO (2-3 parágrafos curtos):

1º parágrafo (info mais importante):

2º parágrafo (detalhes):

3º parágrafo (citação ou curiosidade):



PARTE 3: LAYOUT E ORGANIZAÇÃO

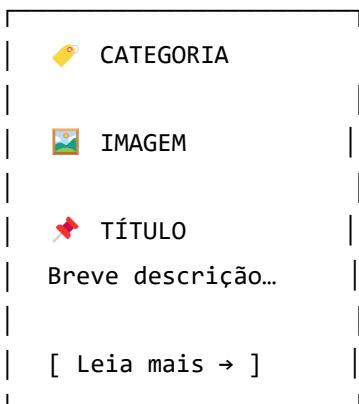
3.1 Cards: O Bloco de Construção da Web



O que são Cards?

Cards são **blocos de conteúdo** retangulares que organizam informações de forma visual e escaneável.

text



Vantagens dos Cards:

Vantagem	Explicação
Escaneável	Usuário identifica rapidamente
Responsivo	Se adapta a qualquer tela
Consistente	Todas notícias têm mesmo formato
Atraente	Design moderno e profissional

3.2 Hierarquia Visual

O que o usuário vê PRIMEIRO?

text

- 1º. MANCHETE PRINCIPAL (maior, em destaque)
- 2º. IMAGENS (chamam atenção)
- 3º. TÍTULOS DOS CARDS (notícias secundárias)
- 4º. TAGS E CATEGORIAS (filtros visuais)
- 5º. BOTÕES (chamadas para ação)
- 6º. TEXTOS (corpo da notícia)
- 7º. RODAPÉ (informações complementares)

Tamanhos e Pesos:

css

```
/* HIERARQUIA CORRETA */  
h1 { font-size: 32px; } /* Manchete principal */  
h2 { font-size: 24px; } /* Títulos de seção */  
h3 { font-size: 20px; } /* Títulos de cards */  
h4 { font-size: 18px; } /* Subtítulos */  
p { font-size: 16px; } /* Texto corrido */  
small { font-size: 14px; } /* Legendas */
```