
AGENDA 4

NOÇÕES BÁSICAS DE DESIGN





Podemos dizer que design é a criação de um projeto para que o produto seja funcional, ou seja, para que a forma, a aparência e a utilização sejam eficazes e harmoniosas. É a solução para o problema forma + função. A forma do produto deve atender à sua função. No nosso caso, se aplica à aparência e à função dos sites, programas e aplicativos mobiles. Ou seja, eles devem ser visualmente agradáveis e, ao mesmo tempo, intuitivos e de fácil utilização.



Acesse o link a seguir para entender melhor o que palavra design quer dizer e onde esse conceito pode ser aplicado.

O que é Design?

<https://www.marketdesign.com.br/blog/o-que-e-design>

Aplicando este conceito à área de desenvolvimento de sistemas, o desenvolvedor de sistemas deve criar um projeto de design para que o layout das páginas atenda às necessidades do usuário que irá acessá-las.

E o que é layout?

É o termo que define a organização dos elementos na página, que são os textos, imagens, botões etc.

Agora que você já conhece o significado de design e de layout, que tal descobrir como se desenvolve o layout de uma página?

Pensando na aparência do layout, é preciso saber qual o objetivo do site/programa e qual o público alvo que fará a utilização. Essas informações são fornecidas pela empresa que contrata o desenvolvedor de sistemas para criar seu site, programa ou aplicativo mobile.



A partir das informações recebidas pela empresa é que o desenvolvedor criará o projeto do layout. A distribuição dos elementos na página dependerá das necessidades da empresa e do seu cliente.

Nesta agenda trataremos sobre como tornar a aparência do layout agradável e atrativa ao usuário. Para isso é preciso conhecer alguns conceitos de comunicação visual que auxiliarão na construção da página de forma que ela seja mais atrativa para o usuário final.

Em um layout de site, software ou aplicativo mobile trabalharemos basicamente com cores, tipografia e alinhamento. Vamos conhecer mais sobre estes tópicos a seguir.

Cores

As cores serão muito presentes em seu projeto, desde o plano de fundo, os textos, as imagens, os botões. Então é preciso escolher a cor certa para cada coisa de forma que o projeto como um todo fique harmonioso e atrativo.

Você pode utilizar algumas técnicas para escolher as cores baseando-se no círculo cromático, que é a representação de todas as cores que os nossos olhos conseguem enxergar, agrupadas em uma figura circular. Essas técnicas são chamadas de harmonias de cores.



Imagem 05 - freepik



Imagem 06 - Círculo Cromático - fonte: <https://designdeembalagem.com.br>

As principais harmonias de cores são:

Monocromática: combinação de tons de uma mesma matiz em que se altera a luminosidade e a saturação. Veja, por exemplo, esta combinação de tons de vermelho:



Imagem 07 - Fonte: <http://www.ifd.com.br/design/harmonia-das-cores-circulo-cromatico/>

Análoga: é formada por uma cor primária e duas cores vizinhas no círculo cromático.

Complementar: combinação de duas cores opostas no círculo.



Imagem 08 - Fonte: <http://www.ifd.com.br/design/harmonia-das-cores-circulo-cromatico/>

Triádica: harmonia de três cores equidistantes no círculo cromático.



Imagem 10 - Fonte: <http://www.ifd.com.br/design/harmonia-das-cores-circulo-cromatico/>

Imagem 09 - Fonte: <http://www.ifd.com.br/design/harmonia-das-cores-circulo-cromatico/>

Veja mais sobre combinações de cores nos links a seguir!

Teoria das cores - círculo cromático

<http://www.dcoracao.com/2010/10/teoria-das-cores-circulo-cromatico.html>

Descubra de uma vez por todas como utilizar o círculo cromático.

<https://www.publicitarioscriativos.com/descubra-de-uma-vez-por-todas-como-utilizar-o-circulo-cromatico/>

Na hora de desenvolver o projeto de um layout é importante também respeitar as cores pré-estabelecidas pela Identidade Visual da empresa que contrata seus serviços. Por exemplo, se as cores da organização são verde e azul, você deve priorizá-las para fixar a imagem da instituição na memória do cliente.

O McDonald's utiliza as cores vermelho e amarelo.

Veja como o site segue o padrão pré-estabelecido pela empresa:

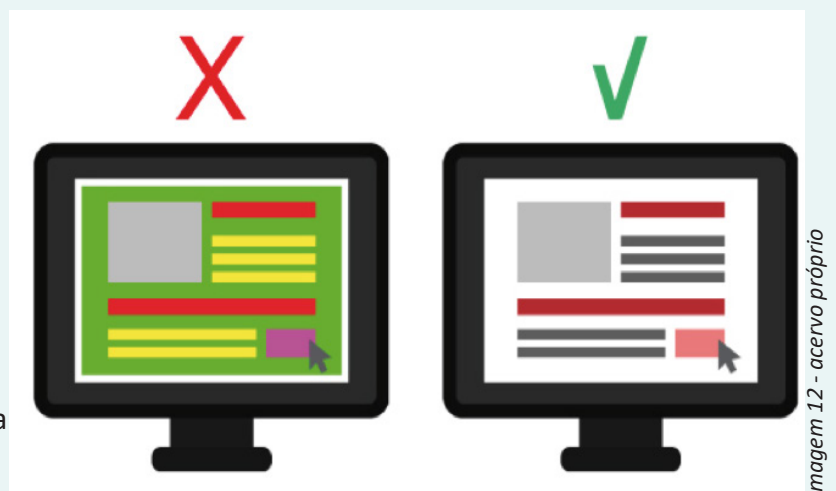


Imagem 11 - Fonte: <https://www.mcdonalds.com.br/cardapio/acompanhamentos>

Tome cuidado!

As cores também podem causar incômodo ao expectador. Por exemplo, se a cor do plano de fundo de um site for muito forte e brilhante, dificilmente alguém conseguirá olhá-lo por muito tempo, pois isso incomoda a visão.

Observe que, no exemplo do McDonald's, o desenvolvedor não utilizou vermelho nem amarelo no fundo, mas o branco, uma cor neutra que não incomoda a vista e, em contraste com o cinza das letras, facilita a leitura. Mesmo assim, ele utilizou vermelho e amarelo nos detalhes do site, obedecendo o padrão da empresa.



Ao escolher a cor do plano de fundo do seu site ou programa, dê preferência a tons mais neutros e menos saturados que tornem a visualização agradável. Paralelo a isso, escolha cores contrastantes para o texto que facilitem a leitura.

Algumas sugestões de combinações de cores que funcionam bem para layouts são: amarelo e azul; verde e branco; branco e cinza; cinza e vermelho; azul e branco.

Você deve tomar cuidado com algumas uniões de cores na hora de preparar seu layout, por exemplo: verde e amarelo; vermelho e laranja; roxo e preto.

Veja dicas de combinações de cores que funcionam bem para layouts e combinações:

Como combinar cores - 100% de sucesso para os seus layouts

<https://miltondesign.com.br/como-combinar-cores-100-de-sucesso-para-os-seus-layouts>

Psicologia das Cores

Um dos pilares do design no qual você pode se basear pensando na aparência do layout é a psicologia das cores, que é o estudo das reações humanas aos estímulos cromáticos. Ela explica que cada cor tem um significado e pode gerar diferentes sensações ou reações no consumidor. Veja a seguir os sentimentos relacionados à cada cor e alguns exemplos de empresas que utilizam estes conceitos a seu favor.



Imagem 13 - Fonte: <https://rabbitmidia.com/2017/08/15/psicologia-das-cores/>

Por exemplo, a cor azul está relacionada à segurança, harmonia, limpeza, frio, estabilidade. Costuma ser usada por empresas que querem transmitir confiança.

Já o vermelho está relacionado a energia, calor, amor, violência, perigo, intensidade, excitação, impulsividade. É utilizada quando a intenção é estimular ações e chamar a atenção.

Leia mais sobre o significado de cada cor e suas aplicações comuns nas peças gráficas e digitais.



Imagem 14 - Fonte: <https://blog.luz.vc/como-fazer/identidade-visual-corporativa>

Psicologia das Cores - Guia com significados das cores e aplicações comuns.

<https://www.chiefdesign.com.br/psicologia-das-cores/>

Significado Psicológico Das Cores No Comportamento Dos Consumidores

<https://miltontdesign.com.br/significado-psicologico-das-cores-no-comportamento-dos-consumidores/>

Você também pode usar a psicologia das cores a seu favor nos botões e avisos ao usuário. As cores dos botões têm o objetivo de estimular o cliente a clicar. Por exemplo, o vermelho dá a sensação de urgência e confiança, estimulando o consumidor a clicar rápido. Veja a imagem a seguir: em qual botão você clicaria, no vermelho ou no verde?

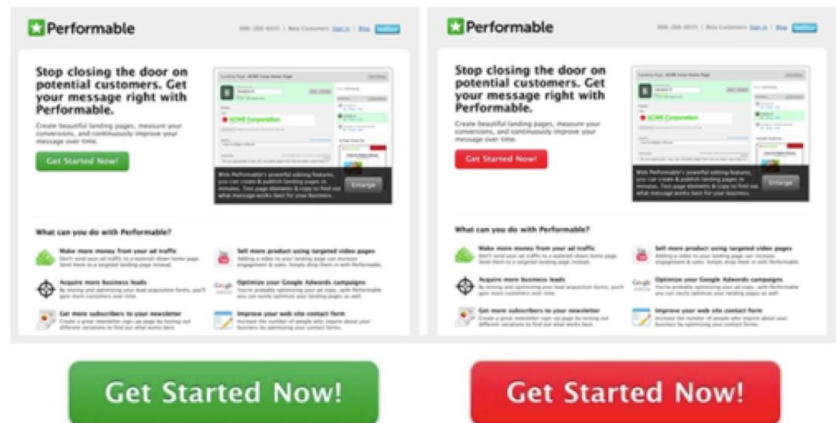


Imagem 15 - Fonte: <https://www.ecommercebrasil.com.br/eblog/2014/05/20/psicologia-das-cores-influencia-o-botao-comprar-de-um-e-commerce>

Leia este artigo para entender melhor como as ações do usuário podem ser influenciadas pelas cores dos botões.

A psicologia das cores influencia o botão comprar de um e-commerce?

<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/a-psicologia-das-cores-aplicada-ao-e-commerce/>

O verde e o vermelho também podem assumir o significado de “positivo” e “negativo”, e essas cores podem ser utilizadas em botões de escolha, por exemplo.

“Você deseja realmente cancelar a compra?”



Imagem 16 - acervo próprio

No caso de avisos, a cor comumente utilizada é o amarelo, pois chama a atenção e causa a sensação de alerta.



Imagem 17 - acervo próprio

Tipografia

Outro elemento importantíssimo na aparência do layout é a tipografia. Você sabe o que significa essa palavra?

O termo tipografia se refere ao estudo e à aplicação dos estilos e formatos das fontes, ou seja, da forma como as letras são desenhadas.

Existem algumas classificações de fontes, mas as mais comuns são sem serifa, com serifa e cursiva.



Imagem 18 - Fonte: <http://nextecommerce.com.br/serifar-ou-nao-serifar-quais-vantagens-cada-tipografia-oferece/>

Sem serifa: são fontes mais retas, com extremidades simples. São indicadas para títulos e chamadas, pois são mais impactantes.

Com serifa: as serifas são traços e prolongamentos nas extremidades das letras. Fontes serifadas têm mais curvas e suas pontas trabalhadas dão a sensação de continuidade, o que favorece a leitura de textos extensos.

Cursiva: são fontes mais trabalhadas que se parecem com a escrita humana. Normalmente são utilizadas em certificados e convites, pois dão ar sofisticado e elegante. Não são indicadas para textos longos devido ao excesso de detalhes.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Imagem 19 - acervo próprio

Leia mais sobre tipografia nos links a seguir:

Tipografia: como usar um dos pilares do Design Gráfico a seu favor

<https://rockcontent.com/blog/tipografia>

Conceitos e Aplicações das Tipografias

<https://www.printi.com.br/blog/conceitos-e-aplicacoes-das-tipografias>

Alinhamento

Todos os elementos de uma página devem seguir um formato de alinhamento para que ela seja harmoniosa. Se tratando de alinhamento de textos, basicamente, temos quatro padrões comuns: à direita, à esquerda, centralizado e justificado.

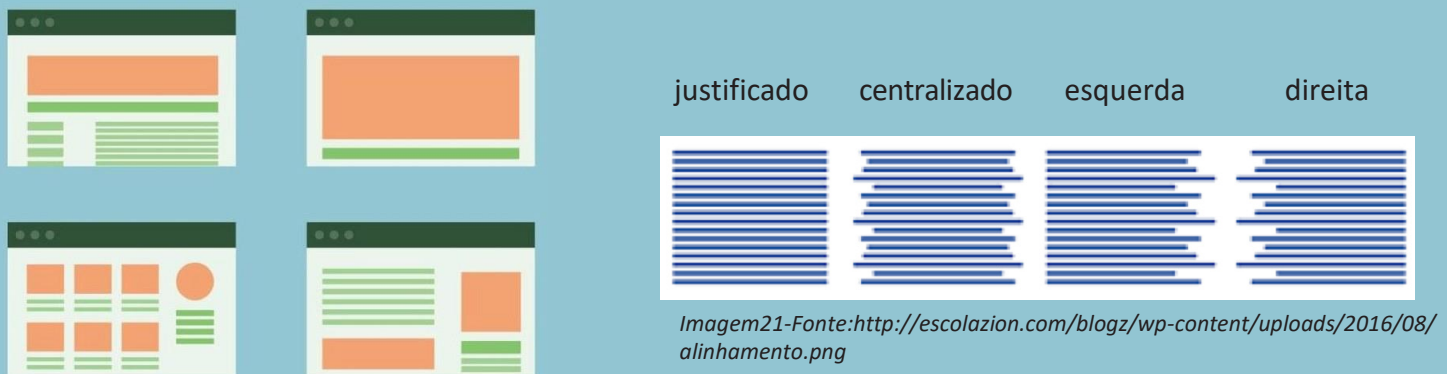


Imagem 20 - Fonte: <https://pt.vecteezy.com/arte-vetorial/131255-vetores-de-layout-do-portal-de-sites>

À esquerda: quando as linhas de um texto partem todas da esquerda, podendo ter diferentes comprimentos. Este tipo de alinhamento é muito utilizado para web e mobile, pois é a maneira mais rápida de se ler um texto. Títulos são comumente alinhados à esquerda.

Justificado é quando as linhas ficam do mesmo comprimento, começam e terminam juntas, parecendo um bloco dando a impressão de um texto mais organizado. No entanto, é necessário cuidado na adoção desse tipo de alinhamento, pois podem se formar grandes espaços entre as palavras.

Para textos longos, normalmente se usa o alinhamento à esquerda ou justificado, pois dessa forma o leitor tem a sensação de continuidade, já que a leitura é feita da esquerda para a direita.

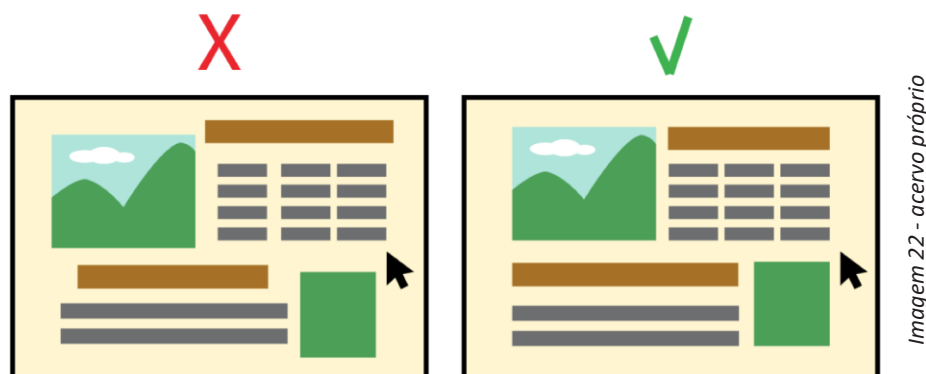
No link a seguir você pode ler mais sobre as diferenças desses dois formatos de alinhamento.

Alinhamento justificado versus à esquerda. <https://comunidade.rockcontent.com/alinhamento-justificado-versus-a-esquerda>

Centralizado: quando o alinhamento se dá pelo centro das linhas. Verifique na imagem que as pontas do texto ficam desiguais. Esse tipo de alinhamento é muito utilizado para dar destaque a citações no meio de um texto, por exemplo. Títulos também podem ser alinhados ao centro.

À direita: quando as linhas de um texto partem todas da direita, podendo ter diferentes comprimentos. Este formato de alinhamento é comumente utilizado para destacar parte do texto.

Quanto ao alinhamento dos objetos (textos, imagens, botões) na página, é importante estejam alinhados entre si. Dessa forma você terá uma página mais organizada, o que torna a utilização visualmente mais agradável ao usuário. Veja no exemplo:



Leia a partir da página 11 do documento a seguir para ver mais sobre a organização da página.

10 dicas de design para websites de sucesso

<https://www.viaagenciadigital.com.br/blog/design-para-websites/amp/>

Veja alguns layouts para se inspirar.



Imagem 23 - Fonte: <http://bonstutoriais.com.br/inspire-se-com-estes-layouts-internos-de-revistas/>



Imagem 24 - Fonte: <http://bonstutoriais.com.br/inspire-se-com-estes-layouts-internos-de-revistas/>

Inspire-se com estes layouts internos de revistas

<http://bonstutoriais.com.br/inspire-se-com-estes-layouts-internos-de-revistas>