

DESIGN DIGITAL

[HTTPS://PT.SLIDESHARE.NET/CPMART/AULA-04-LAYOUT-E-COMPOSICAO-DO-SITE-46183169?FROM_ACTION=SAVE](https://pt.slideshare.net/CPMART/AULA-04-LAYOUT-E-COMPOSICAO-DO-SITE-46183169?from_action=save)

Objetivos de Aprendizagem:

- Definir a conceituação e fundamentação do design da informação, estabelecer princípios do design e sua estrutura na organização visual em documentos gráficos e interfaces, utilizando planejamento visual no desenvolvimento de layouts com a prototipação de baixa e alta fidelidade modelando a navegação de acordo com regras de usabilidade.
- Identificar técnicas para modelagem e representação de tipografias e de objetos geométricos utilizados em aplicações.
- Aplicar folhas de estilo que atendam requisitos funcionais e não funcionais do projeto.
- Utilizar softwares de edição de imagem na segmentação e aplicação de filtros e transformações buscando técnicas de remoção de elementos ocultos, iluminação e aplicação de texturas e cores.

Conteúdo

- Conceitos de Design Gráfico aplicado à construção de aplicativos e sites.
- Softwares para edição e tratamento de imagens estáticas e em movimento.
- Teoria das Cores. Composição. Tipografia.
- Definição de formatos, resolução, tamanho de imagens.
- Recursos para a criação/manipulação de imagens para a construção de botões, banners, logomarca.
- Direitos Autorais e Direitos de Uso de elementos visuais (imagem, desenho, animação, vídeo, áudio, entre outros.).
- Planejamento visual e layout.
- Desenvolvimento do layout.
- Grid (grade) de meios impressos e digitais.

Metodologia proposta

- Aulas expositivas dialogadas.
- Aprendizagem Baseada em Projetos/Problema.
- Atividades em pares/grupos.
- Sala de aula invertida.
- *Design Thinking*.

Instrumentos de avaliação

- Avaliação Formativa:
 - Exercícios para prática.
 - Análise e Resolução de Problemas acompanhado de rubrica de avaliação.
- Avaliação Somativa:
 - Provas.
 - Projetos.
 - Avaliação em pares e Trabalhos Interdisciplinares.
 - Validação do projeto para inclusão no Portfólio Digital do aluno.

Bibliografia Básica

- DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. 3 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2015.
- GOMES FILHO, J. **Gestalt do Objeto: sistema de leitura visual da forma**. 9 ed. São Paulo. Escrituras, 2013.
- NILSEN, J; LORANGER, H. **Usabilidade na Web: projetando websites com qualidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

Bibliografia Complementar

- PRIMO, L. Estudo Dirigido de Coreldraw X5 Em Português. São Paulo: Érica, 2010.
- PRIMO, L. Estudo Dirigido de Adobe Photoshop Cs5 Em Português- Para Windows. São Paulo: Érica, 2011.



LAYOUT E COMPOSIÇÃO DE SITES

IMPORTANTE...

- O processo de construção de um web site ou sistema web envolve:
 - Pré-produção (planejamento, organização das informações)
 - Layout e Design (esboço do site):
 - Cores texturas, imagens, HTML e CSS.
 - Escrita: tipografia (escrever para web)
 - Navegação e Usabilidade.

IMPORTANTE...



freepik.com – 19362653.jpg

- O processo de construção de um web site ou sistema web envolve:
- Pré-produção (planejamento, organização das informações)
- Layout e Design (esboço do site):
 - Cores texturas, imagens, HTML e CSS.
 - Escrita: tipografia (escrever para web)
 - Navegação e Usabilidade.

PRÉ-PRODUÇÃO

- É a construção do site no papel, antes de escrever os códigos em XHTML e CSS.
- É uma oportunidade de troca de informação com o usuário, para que o mesmo faça sua análise do projeto e sua aprovação



Como o cliente explicou...



Como o líder de projeto entendeu...



Como o analista projetou...



Como o programador construiu...



Como o Consultor de Negócios descreveu...



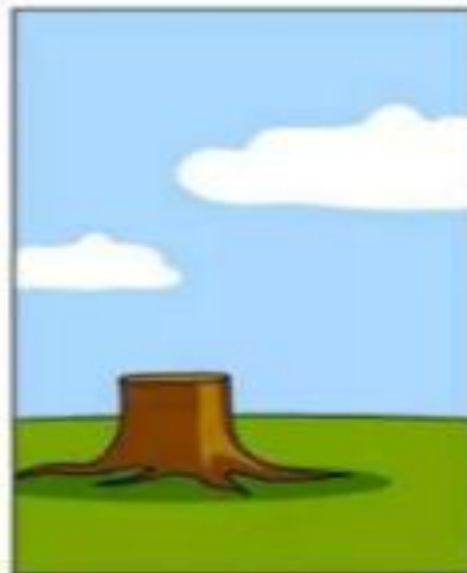
Como o projeto foi documentado...



Que funcionalidades foram instaladas...



Como o cliente foi cobrado...



Como foi mantido...



O que o cliente realmente queria...



DESIGN PROCESS

- Envolve a descoberta do projeto:
 - Reúne informações sobre quem são os clientes e como conduzem seus negócios
 - A partir disso, monta-se um design adequado e eficaz.

DESIGN PROCESS

- **Comp** (*componente de processo de design – BONECO*):
 - Indica a simulação completa de um layout impresso.
 - Criado antes de o layout ter sido enviado para impressão e do processo de programação.

COLETANDO INFORMAÇÕES

- Antes do primeiro encontro com o cliente, faça uma busca dos sites na Internet sobre o setor/segmento da empresa do cliente.
- Marque uma reunião com o cliente, pode ser no trabalho dele, em um lugar menos formal, como um café ou restaurante para um almoço.

COLETANDO INFORMAÇÕES

- O alvo da reunião é a comunicação, tente ouvir mais do que falar.
- Não leve o computador para anotar os dados, mas sim um bloco de anotações, caneta, lápis e se quiser, um gravador de voz.

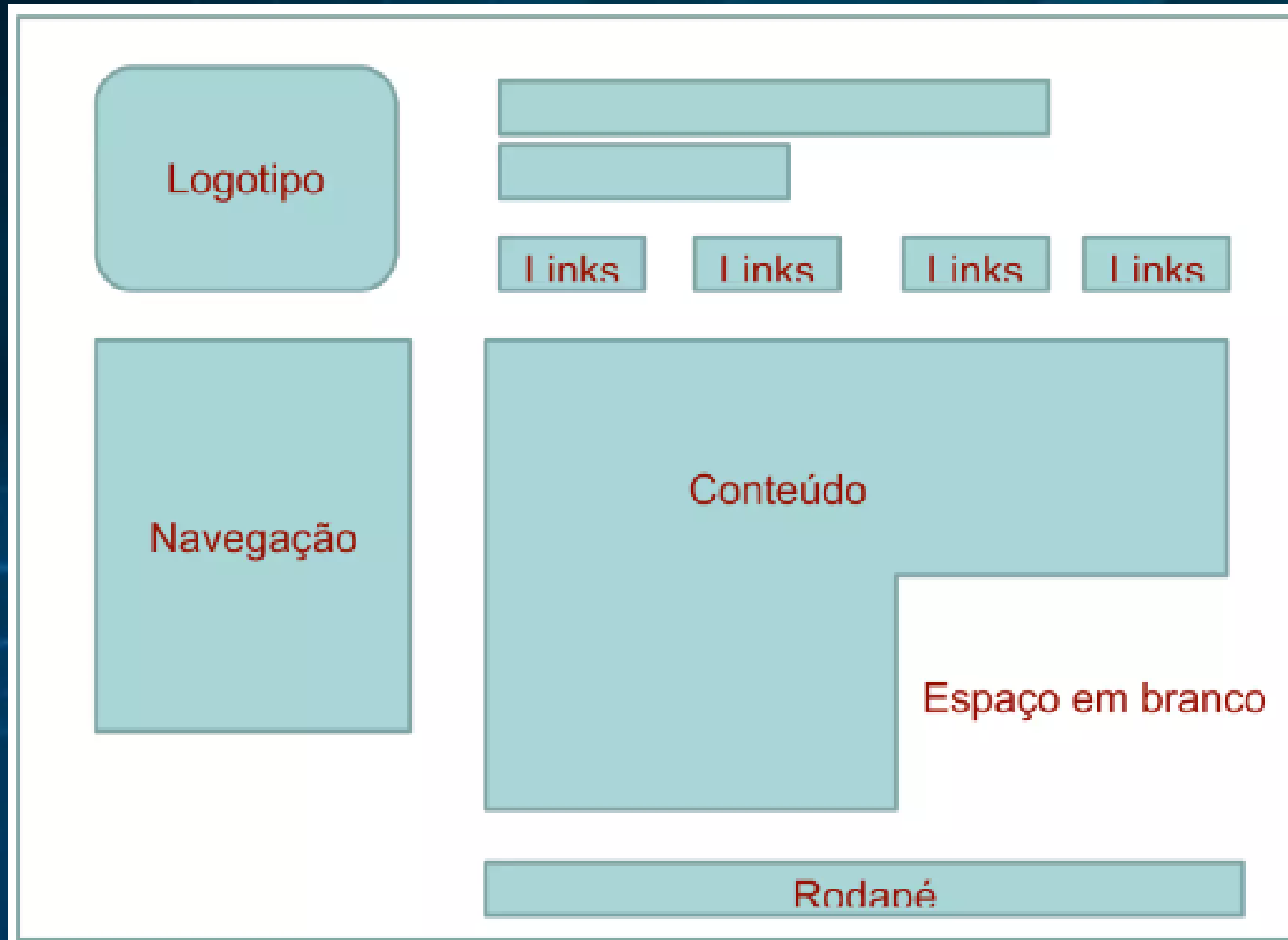
DADOS RELEVANTES PARA TRATAR

- O que faz a empresa?
- Qual sua função na empresa?
- A empresa possui um logotipo ou marca?
- Qual seu objetivo em desenvolver um (novo) website?
- Que informações gostaria de disponibilizar on-line?
- Que tipo de pessoas representa seu público-alvo? Elas compartilham algo em comum, como idade, sexo ou localização física?
- Quem são seus concorrentes? Eles possuem web sites?

PRÓXIMO PASSO: PROJETAR NO PAPEL

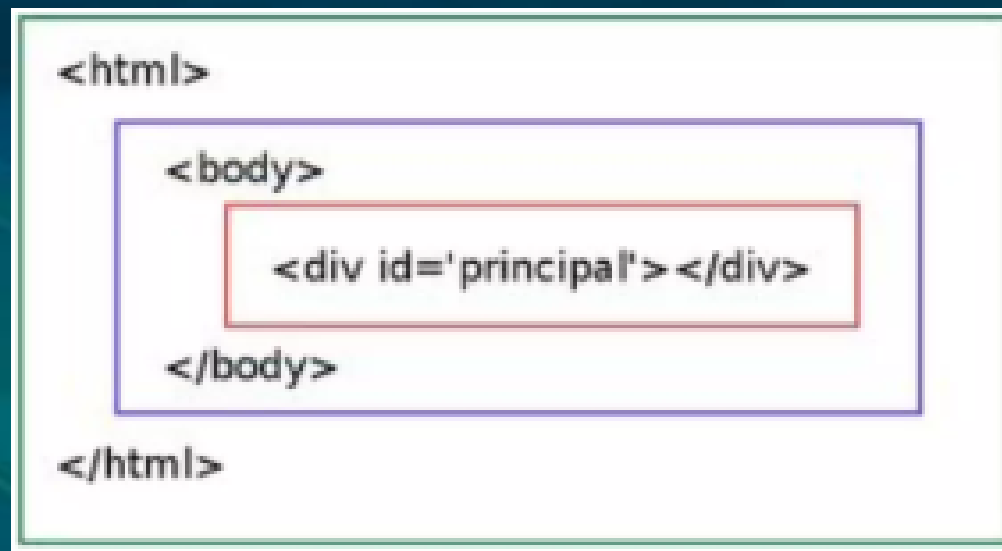
- Antes de programar ou projetar o design em softwares gráficos, faça um esboço do web site no papel. Use papel, lápis e borracha.
- Com isto, você garante a satisfação dos usuários com o conteúdo do web site, garante a navegação intuitiva e faz reconhecimento das demais páginas com a principal.

ANATOMIA DA PÁGINA



BLOCO DE CONTEÚDO

- É o local onde serão inseridas as informações pertencentes à página principal e demais páginas.
- Podemos defini-lo na forma de uma tag de corpo (body), uma tag div de conteúdo completo ou uma tabela.



BLOCO DE CONTEÚDO – LAYOUT

- Pode ser: **FIXO, LÍQUIDO ou ELÁSTICO**.
- Ao conceber ou redesenhar um web site, normalmente coloca-se sempre esta dúvida: o layout vai ser fixo ou líquido?
- Um **layout fixo** permite ter **mais controle sobre o web site** porque as páginas terão sempre a mesma largura e os conteúdos irão comportar-se sempre da mesma maneira.
- Um **layout líquido ou fluídico** permite que a **página se adapte à largura da tela do usuário**, ocupando todo o espaço visível em vez de ficar encostada a um canto ou centralizada, como acontece com os layouts fixos.

BLOCO DE CONTEÚDO – LAYOUT

- **LAYOUT FIXO:**

- *Pontos positivos:*

- O web designer tem controle sobre a forma como a informação é apresentada;
 - As linhas de texto têm uma largura fixa e curta, o que facilita a leitura de texto na tela;

- *Pontos negativos:*

- Numa tela com uma resolução grande, o web site fica encostado a um dos lados ou centrado na página, com muito espaço disponível à sua volta;
 - Menor acessibilidade, uma vez que o layout não se adapta às necessidades do usuário;

BLOCO DE CONTEÚDO – LAYOUT

- **Layout Líquido/Fluídico:**

- *Pontos positivos:*

- Os conteúdos ocupam toda a área visível da tela, permitindo transmitir mais informação;
- Deixa de haver espaço vazio à volta do website;
- Maior acessibilidade. Os conteúdos adaptam-se melhor à resolução de tela do usuário;

- *Pontos negativos:*

- Maior dificuldade na leitura de linhas de texto demasiado longas;
- Perde-se o controle sobre o posicionamento de alguns elementos na página;

BLOCO DE CONTEÚDO – LAYOUT

- Não se pode dizer que um dos layouts seja melhor do que o outro, porque ambos são opções válidas, dependendo do contexto do web site que estamos desenvolvendo.
- No entanto, existe um ponto intermediário: o **layout elástico**:
deixa de haver espaço vazio à volta do website;

BLOCO DE CONTEÚDO – LAYOUT

- **Layout Elástico:**

- Este tipo de layout é uma mistura do layout fixo com o layout líquido/fluídico.
- A largura da página é extensível até um certo ponto, a partir do qual se torna fixa.
- Na prática, isto significa que podemos ter uma página que tenha uma largura mínima de 800px e uma largura máxima de 1280px.
- A partir dos 800px para baixo ou dos 1280px para cima (valores de exemplo), a largura não se altera e a página funciona como uma página com layout fixo.
- Isto permite ter, ao mesmo tempo, controle dos elementos na página por parte do web designer e controle da largura da janela por parte do usuário, eliminando assim alguns pontos negativos identificados nos dois tipos de layouts anteriores.

BLOCO DE CONTEÚDO – LAYOUT

- **Layout Elástico:**

- Outro item interessante é o fato de, num monitor com uma largura muito grande (vamos imaginar uma tela com 2028px de largura) o nosso web site elástico ocuparia cerca de metade da tela e o texto poderia tornar-se demasiado pequeno para se conseguir ler.
- Ao aumentar o tamanho do texto no browser , a largura da página irá aumentar na mesma escala.
- Desta forma, o web site irá aumentar a sua largura máxima consoante o tamanho do texto!

<http://www.acessibilidadelegal.com/13-layout.php>

LOGOTIPO



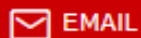
- Representa a empresa, deve ser colocado no bloco de identidade exibido em cada página do web site.
- Isto ajuda a reconhecer a marca e permite aos usuários se certificarem que estão visualizando uma página pertencente ao web site que entrou.

NAVEGAÇÃO (LINKS)

- A navegação deve ser de fácil localização e manuseio.
- Os usuários esperam encontrar a navegação (links) no alto da página, ou em um menu lateral, mas sempre no acima da “*dobra*”.
- “*Dobra*”: é uma referência a dobra de um jornal, as principais notícias e manchetes ficam acima dela.



NAVEGAÇÃO (links)



EMAIL

Ainda não tem um email UOL? [Assine](#)

PagBank O BANCO COMPLETO

Dólar 4,915 Euro 5,405

Rio Claro
27°C 19°C

BUSCAR NO UOL

PRODUTOS

NOTÍCIAS

CARROS

ECONOMIA

FOLHA

ESPORTE

SPLASH

UNIVERSA

VIVABEM

TILT

EOCA

CANAL UOL

MOV

NOSSA

TAB

UOL PRIME

Colunas

Cotidiano

Educação

Governo Lula

Internacional

Política

Previsão do tempo

Saúde

UOL Confere

Newsletters

Últimas notícias

Loterias

Mega Sena

Quina

Lotofácil

Lotomania

Outras loterias

Podcasts

Posse de Bola

Sexoterapia

Splash Vê TV

UOL Entrevista

UOL Investiga

UOL Líderes

Mídia e Marketing

NAVEGAÇÃO (links)



NAVEGAÇÃO (links)

- Mídia
- Páginas
- Comentários
- Personnel
- Portfolio
- Contato

Aparência

Plugins

Usuários

Ferramentas

Configurações

Agora

Atividade

Temas

Personalizar

Widgets

Menus

Install Plugins

Editor de temas

RODAPÉ

- Localizado na parte inferior da página, contém informações sobre direitos autorais, contatos e informações legais, políticas de uso, mapa do site, etc.
- Indica o final da página ao usuário.



ESPAÇO EM BRANCO

- Também chamado de “espaço negativo”, se refere literalmente a qualquer área da página não preenchida por letras ou ilustrações.



- Dá ao usuário a sensação de que o site não o sufocará com tanta informação, ou seja, é uma área de equilíbrio do site.
- Corresponde à área vazia ao redor e entre os principais elementos de um site.



CONSTRUINDO UM TEMA E UMA METÁFORA VISUAL

- É a hora de pensar sobre a melhor maneira de transmitir e exibir o conteúdo do site para os usuários de seu cliente,
- Depois de definir cor, layout e localização dos elementos, vamos definir a metáfora visual.

CONSTRUINDO UM TEMA E UMA METÁFORA VISUAL

- É uma técnica utilizada no Web Design para reforçar o tema do site a ser construído, através das cores, gráficos, tipografia, etc., aproveitando os elementos familiares.
- O objetivo é reforçar o **tema** do site.

CONSTRUINDO UM TEMA E UMA METÁFORA VISUAL

- A metáfora pode ser:
- **SUTIL**: usando cores que dão ao usuário uma sensação abstrata de que o designer deseja associar ao tema do site.
- **DIRETA**: usando gráficos que ligam ao nome ou a identidade do site.

COMO CRIAR A METÁFORA VISUAL

- Escolha algumas paletas de cores
- Projete layouts baseados em conteúdos
- Use elementos visuais para reforçar o tema, para isto, defina:
 - Temais centrais
 - Elementos da interface (ex: cabeçalho com imagem grande, fotografia do local ou objetos, navegação principal e seção lateral).

EXEMPLO

- Um site de comunidade on-line para crianças de 7 a 10 anos. Por exemplo:
<http://clubpenguin.com/pt>



- É um site que reforça o tema de ser: orientado para crianças, divertido, instrutivo, cores claras, etc.

https://github.com/jeaneam/Fatec_DesignDigital

PLANEJAMENTO VISUAL

PRINCÍPIOS BÁSICOS DO DESIGN

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

- Para se interpretar um design é necessário compreender quais propriedades foram utilizadas para a sua criação.
- Muitas etapas estão atreladas desde o estágio inicial até o produto final, mas alguns princípios básicos como **contraste**, **repetição**, **alinhamento** e **proximidade** são fundamentais e utilizados frequentemente pelos designers

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

- **Contraste**
- Esse princípio é direto e claro: acenda os holofotes para as áreas que devem atrair a atenção.
- O contraste é o responsável por dar relevância visual ao que deve ser atrativo.
- Ou seja, dar destaque a algumas áreas no layout.
- Isso além de atribuir um ritmo a arte, define o que possui maior relevância e possibilita o observador a compreender todo o enredo do layout com apenas uma passagem de olhar.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

- **Contraste**
- Esse princípio pode ser aplicado de diversas formas em um layout como através de textos em negrito, backgrounds coloridos, elementos destacados, imagens, entre outras.
- O importante é colocar em evidência o que é valioso.
- Cuidado: os elementos que criam contraste devem ser destacados de verdade, se não, ao invés de contraste eles causaram conflitos.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design



- **Contraste**
- Provavelmente seu olhar correu pela imagem da capa e fixou após encontrar o nome da autora do livro, certo?
- Nossos olhos sempre buscam um ponto de equilíbrio, porém, no caso dessa imagem, isso aconteceu propositalmente e é fruto da boa utilização do princípio do contraste.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design



- **Contraste**
- Analisando novamente a imagem, agora com mais atenção aos detalhes, é possível perceber que existe a prevalência das cores amarelo, preto e laranja, bem como, letras enormes sangrando toda a área útil do material.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design



- **Contraste**
- Aprofundando um pouco mais, conseguimos observar que as letras grande estão ocupando o preenchimento preto da capa.
- Mas, para grifar o que realmente interessa, o designer aplicou o nome da autora, Paula Scher, com a cor preta dentro de um preenchimento laranja, exatamente o inverso do contraste utilizado na capa e contracapa.
- Essa alternativa foi suficiente para compreendermos que o nome da autora possui mais peso que o nome do livro.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

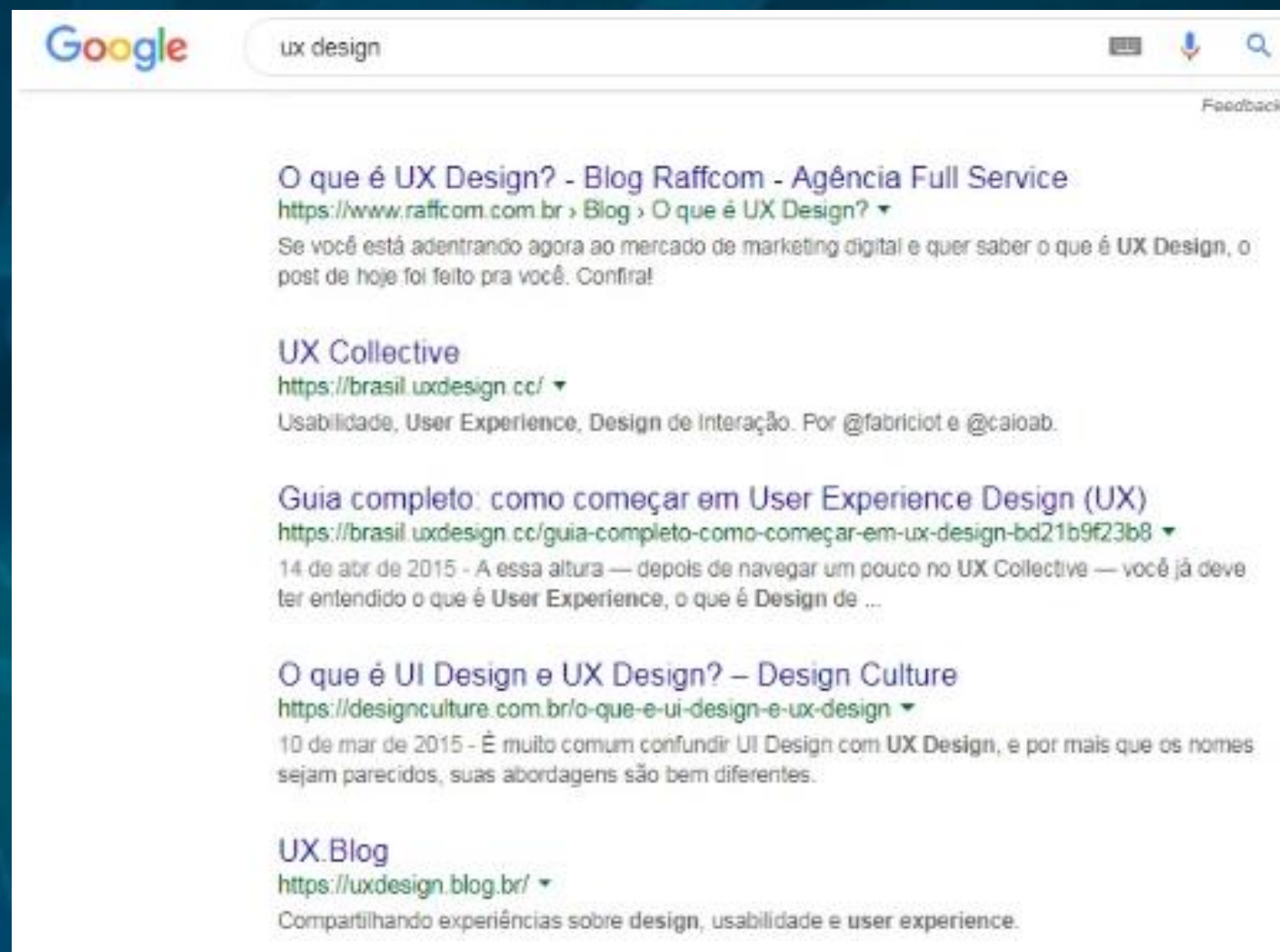
- Repetição

O elemento pode ser uma fonte em negrito, uma linha horizontal, entre outros, qualquer aspecto que o leitor reconheça visualmente (WILLIAMS, 1995).

- Este princípio atribui consistência ao design através da repetição de elementos.
- O ato de repetir um elemento no layout faz com que o observador siga um fluxo de leitura.
- E ausentar a repetição de elementos pode deixar a arte sem um conectivo visual, fazendo com que o observador se sinta perdido.
- É óbvio que a repetição em demasia também cria confusão, então para evitar esse ruído visual utilize o princípio da repetição com o intuito de organizar as informações da composição.

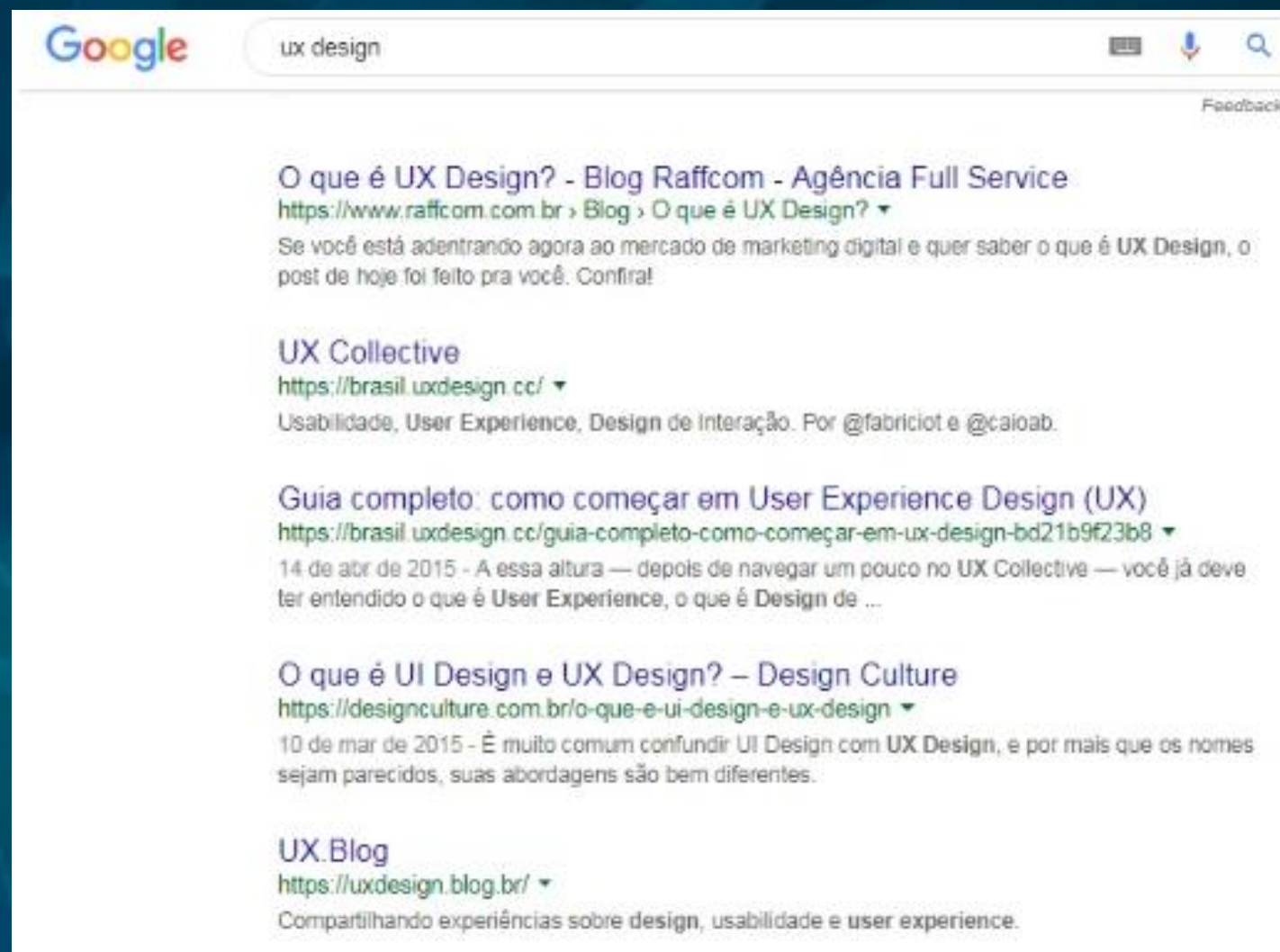
PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

- Repetição
- Nesse exemplo conseguimos perceber facilmente a repetição:
- Link para o site com a cor azul;
- Url do site com a cor verde;
- Descrição do conteúdo do link na cor cinza.



PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

- Repetição
- Básico, né?
- Mas funciona perfeitamente!
- Esse padrão é replicado ao longo de todas as páginas de pesquisa, o que facilita imediatamente a leitura do observador
- Guiado-o a realizar apenas uma ação neste momento: acessar o link que apresenta o melhor resposta para a sua busca.



PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

- Repetição
- Esse exemplo serve para perceber que a repetição não precisa ser apenas com elementos distribuídos um embaixo do outro. Perceba a consistência das repetições:
- Título em negrito;
- Mancha textual sem negrito;
- Botão com uma “chamada para ação”.



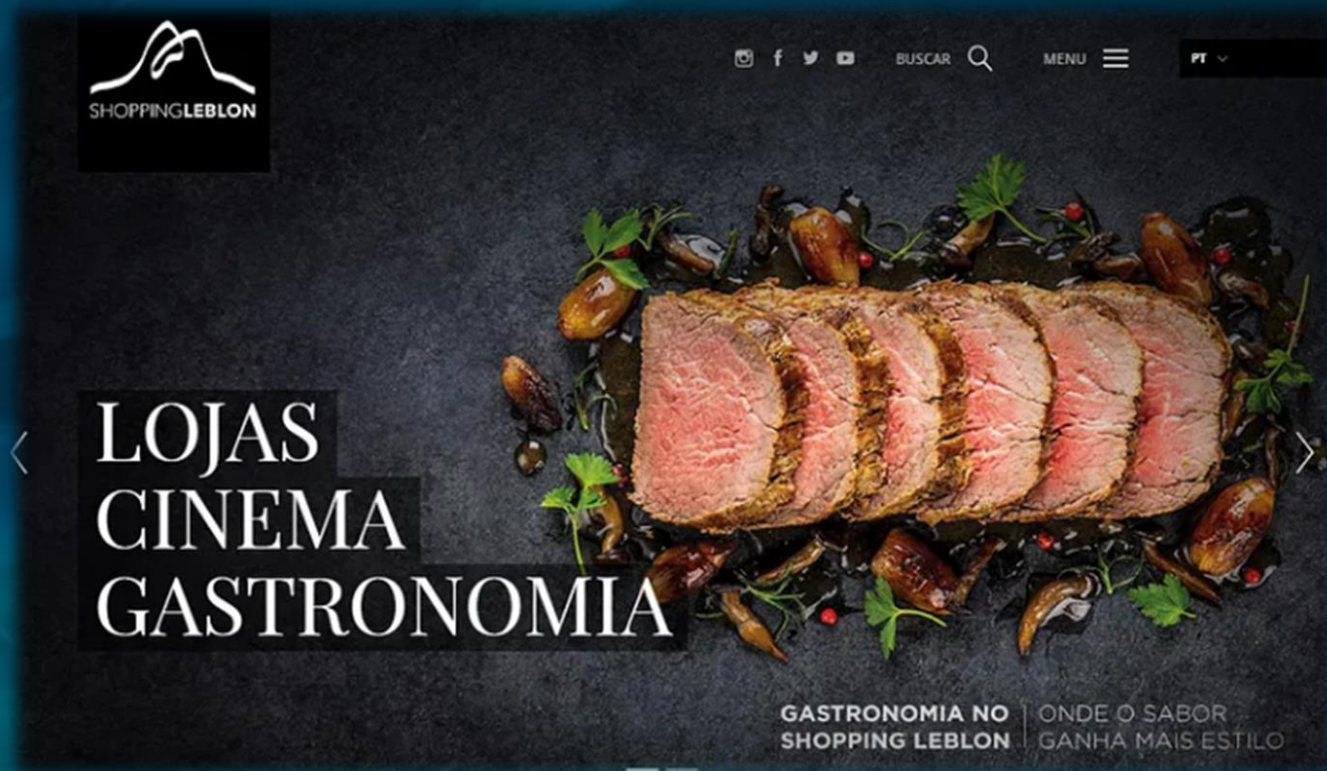
PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

- **Alinhamento**
- Ao inserir textos e imagens em um layout precisamos ter em mente que mantê-las organizadas é fundamental para a compreensão do observador, e o alinhamento ajuda muito nisso.
- Nós, seres humanos, começamos a alinhar informações desde a nossa alfabetização, onde nossas professoras nos ensinam que devemos escrever de cima para baixo, da esquerda para a direita (escrita e leitura ocidental).
- Esse ensinamento desenvolve em nós o **senso de estética**, que nos possibilita alinhar um texto à esquerda, à direita, ao centro ou justificá-lo.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

Alinhamento

- O alinhamento desse banner é claro:
- Título com **texto serifado** alinhado à esquerda e com o princípio do contraste;
- Subtítulo com **texto sem serifa** e alinhamento justificado também com o princípio de contraste;
- Complemento com **texto sem serifa** alinhado à esquerda.



SERIFA: refere-se aos pequenos pés presentes nas partes superior e inferior de cada letra

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

Alinhamento

- Nesse exemplo, foram utilizadas três tipos diferentes de fontes, cada uma respeitando o seu espaço sem deixar de transmitir e complementar a mensagem do layout como um todo.
- E claro, receberam um succulento apelo visual da carne posicionada à direita do banner, em uma área disponível para ela.



PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

Alinhamento

- Esse outro exemplo possui o princípio do alinhamento, com imagens à esquerda do texto, todos os títulos e subtítulos alinhados à esquerda, complementados com o princípio da repetição com títulos em negrito e subtítulos com peso normal.

	Responsabilidade social e ambiental Acesse políticas, práticas e procedimentos que nos orientam para uma atuação responsável		Relações com investidores Aqui você tem acesso às informações financeiras das empresas que compõem o Sistema BNDES
	Educação Conheça as diretrizes, as iniciativas e os instrumentos de apoio do BNDES à educação		Inovação Confira nossas soluções financeiras para o seu projeto de inovação
	Infraestrutura Saiba como o BNDES apoia projetos de energia, saneamento e transporte, entre outros		Exportação Com o BNDES Exim, os produtos e serviços da sua empresa vão longe
	Desestatização Acompanhe os processos em andamento, conheça o Programa de Parcerias para Investimentos (PPI) e veja também como apoiamos licitações e concessões de infraestrutura		Turismo Conheça os instrumentos de apoio do BNDES ao turismo

Alinhamento dos textos do blog do site do BNDES.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

- Proximidade
- Aproxime ou forme grupos com elementos que se relacionam.
- Quando aproximamos os elementos que se relacionam conseguimos dar pistas para o observador de qual a ordem de leitura ele deve seguir.
- Isso acontece instantaneamente, pois, primeiramente, o nosso cérebro escaneia o layout como um todo e depois inicia o processo de leitura das partes.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

• Proximidade

- Não haveria sentido se o nome do produto, estivesse distante de sua descrição e do seu preço.
- Agrupar informações facilita a leitura,
- Organiza os elementos do design e
- Auxilia o observador na tomada de decisões:
 - “Irei comprar essa piscina pois ela possui a litragem ideal para a minha casa e está com um ótimo preço. Agora vou aproveitar o solzão!”.
- O observador percebeu os produtos, focou na piscina, leu as descrições e comprou. Um processo rápido, esclarecido e satisfatório



PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

- CONTRASTE

- REPETIÇÃO

- ALINHAMENTO

- PROXIMIDADE

- *Os princípios do design possuem um objetivo em comum: **organizar**.*

- *A organização do layout é uma das habilidades que distingue o designer.*

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design

- CONTRASTE: dê destaque ao que deve chamar a atenção.
- REPETIÇÃO: crie consistência repetindo alguns elementos.
- ALINHAMENTO: defina o processo de leitura do observador.
- PROXIMIDADE: faça grupos com elementos que se relacionam.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- PROXIMIDADE

- Itens relacionados entre si devem ser agrupados e aproximados uns dos outros

- ALINHAMENTO

- REPETIÇÃO

- CONTRASTE

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- PROXIMIDADE

- ALINHAMENTO

- Cada elemento deve ter uma ligação visual com o outro elemento da página

- REPETIÇÃO

- CONTRASTE

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- PROXIMIDADE

- ALINHAMENTO

- REPETIÇÃO

- Crie uma organização: repita cores, texturas, bordas, formas;
- Tenha uma identidade visual

- CONTRASTE

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- PROXIMIDADE

- ALINHAMENTO

- REPETIÇÃO

- CONTRASTE

- Não utilize elementos similares.
- Tenha-os iguais ou completamente diferentes.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- PROXIMIDADE

- Não significa que tudo precise estar próximo.
- Elementos logicamente conectados, devem estar visualmente conectados.
- A proximidade ou a falta de proximidade indica a relação.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- PROXIMIDADE

PUCRS

<http://www.pucrs.br/uni/poa/faced/>

Psicopedagogia

Faculdade de Educação

3320-3558

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- PROXIMIDADE

Psicopedagogia

Faculdade de Educação

<http://www.pucrs.br/uni/poa/faced/>

PUCRS

3320-3558

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- PROXIMIDADE

CD ROM
CD infantil
CD educacionais
CD de lazer
Editor de texto
Editor gráfico
Editor de slides
Disquetes
Impressoras
Cabos



CD ROM
CD infantil
CD educacionais
CD de lazer
Aplicativos
Editor de texto
Editor gráfico
Editor de slides
Hardware
Disquetes
Impressoras
Cabos

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- ALINHAMENTO

Psicopedagogia

Faculdade de Educação

<http://www.pucrs.br/uni/poa/faced/>

PUCRS

3320-3558

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- ALINHAMENTO

Psicopedagogia

Faculdade de Educação

<http://www.pucrs.br/uni/poa/faced/>

PUCRS

3320-3558

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- ALINHAMENTO

Psicopedagogia

Faculdade de Educação

<http://www.pucrs.br/uni/poa/faced/>

PUCRS

3320-3558

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- REPETIÇÃO
- Crie uma organização

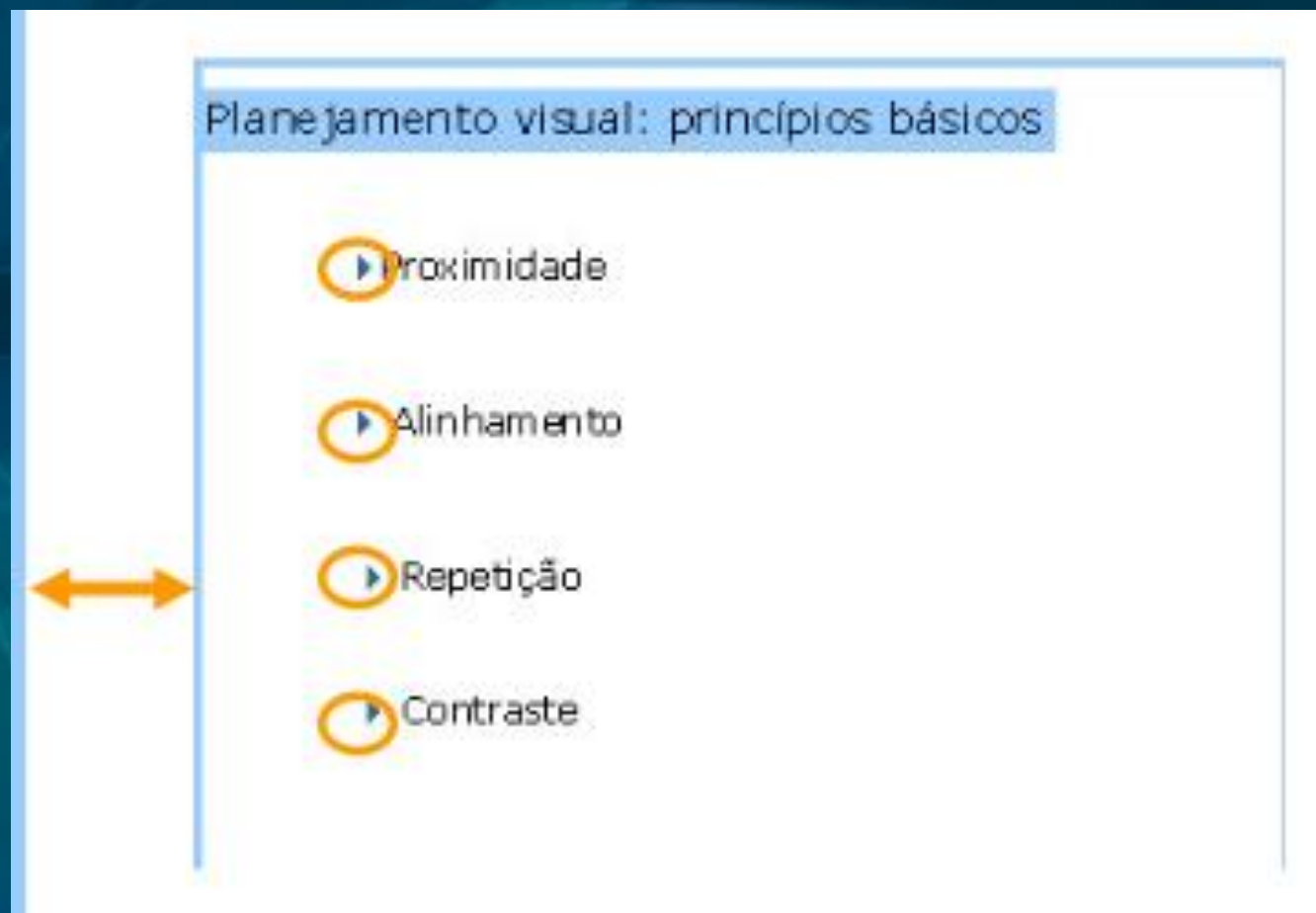
- Serviços da Internet
 - ▶ Web
 - E-mail
 - Lista de discussão
 - ✕ Fórum
 - ➔ Videoconferência



- Serviços da Internet
 - ▶ Web
 - ▶ E-mail
 - ▶ Lista de discussão
 - ▶ Fórum
 - ▶ Videoconferência

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- REPETIÇÃO
- Crie uma organização



PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- CONTRASTE
- O contraste é o responsável por dar relevância visual ao que deve ser atrativo. Ou seja, dar destaque a algumas áreas no layout. Isso além de atribuir um ritmo a arte, define o que possui maior relevância e possibilita o observador a compreender todo o enredo do layout com apenas uma passagem de olhar.

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- CONTRASTE

Visão geral do PowerPoint

O QUE PODE SER FEITO

MODOS DO POWERPOINT

Modo de slides - Modo de tópicos - Modo de classificação de slides - Modo de anotações - Modo de apresentação de slides

JANELA DO POWERPOINT

Janela principal - Barra de status - Barras de Ferramentas

Exibindo - Movendo e redimensionando barras de ferramentas

Ocultando botões - Adicionando botões a barras de ferramentas

PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos

- CONTRASTE

VISÃO GERAL DO POWERPOINT

O que pode ser feito

Modos do PowerPoint

Modo de slides - Modo de tópicos - Modo de classificação de slides

Modo de anotações - Modo de apresentação de slides

Janela do PowerPoint

Janela principal

Barra de status

Barras de Ferramentas

Exibindo

Movendo e redimensionand

Ocultando botões

Adicionando botões

IDENTIDADE VISUAL

- É o conjunto de *vários elementos gráficos e visuais* que comunicam alguma mensagem. Ainda que de forma indireta, ela pode expressar os *valores da marca, sua personalidade e nicho de atuação.*

PSICOLOGIA DAS CORES

- A Psicologia das cores é um estudo voltado para a *análise de como o cérebro humano identifica as cores e como as sensações são transmitidas através de cada cor* utilizada.
- A identificação dos tons é algo subjetivo, entretanto os efeitos que as cores transmitem é universal.

PSICOLOGIA DAS CORES



EXERCÍCIO:

- Procure sites sobre os temas abaixo e selecione um com um excelente design e outro com um péssimo desing.
- Site de cursos online
- Site de supermercado
- Site de loja de jóias
- Site de venda de automóveis
- Site de jogos educativos para crianças
- Site de agência de marketing digital
- Site de empresa que desenvolve sistemas
- Site de notícias



PSICOLOGIA DAS CORES

PRINCÍPIOS BÁSICOS DO DESIGN

PSICOLOGIA DAS CORES

- 1986 - Universidade de Minnesota e 3M
- Constataram através de um estudo que a utilização de recursos visuais tornam 43% mais efetivos os apresentadores em persuadir o público à ação.

IMPORTÂNCIA DAS CORES

- A cor exerce influência decisiva nos olhos dos seres humanos, afeta a atividade muscular, mental e nervosa.
- A combinação das cores afeta o psicológico e pode tornar um ponto importante no interesse do público na apresentação.
- A combinação certa pode causar efeitos como de excitação, urgência, contentamento, calma, vulgaridade, melancolia, segurança etc., e ainda destacar algum elemento em relação a outro

IMPORTÂNCIA DAS CORES

- O fator mais importante é a LEGIBILIDADE, que nunca deve ser sacrificada em favor da combinação agradável das cores.
- A forma como respondemos a cores é baseado parcialmente nos vínculos culturais, conceitos e preconceitos.
- As cores de fundo ajudam a lidar com a emoção da apresentação.
- As cores de primeiro plano (textos, tabelas e gráficos) afetam a compreensão e retenção de idéias.

Sensações psicológicas que as cores passam

Cores	Sensações
Laranja	Força, dureza, euforia
Amarelo	Conforto, alerta, esperança.
Vermelho	Dinamismo, baixeza, energia, revolta, calor, violência.
Verde	Bem-estar, paz, saúde, equilíbrio.
Azul	Viagem, verdade, intelectualidade, advertência
Roxo	Fantasia, mistério, egoísmo, espiritualidade.
Púrpura	Estima, valor, dignidade.
Marron	Pensar, melancolia.

LIMITAÇÕES DOS OLHOS HUMANOS

- Evitar as seguintes combinações de cores:
- vermelho e verde (parecem vibrar)
- azul e preto (retina tem menos receptores para o azul)

PERCEBA a dificuldade em diferenciar as bordas do texto e o fundo preto.

LIMITAÇÕES DOS OLHOS HUMANOS

- Deficiências específicas do sexo masculino para distinguir as seguintes cores:
 - vermelho e verde
 - marrom e verde
 - púrpura e azul

Cores de fundo



- O verde estimula a interação.
- O verde escuro é uma boa cor para treinadores, educadores e outros cujas apresentações espera-se que gere discussão
- Por exemplo, nos EUA, a cor verde é associada ao dinheiro



Cores de fundo



- O vermelho, é uma das cores mais poderosas pois pode produzir algumas reações fisiológicas no público (aumento do pulso e respiração) ou até arrancar emoções como desejo e paixão.
- Já no mundo dos negócios o vermelho conota
perda financeira

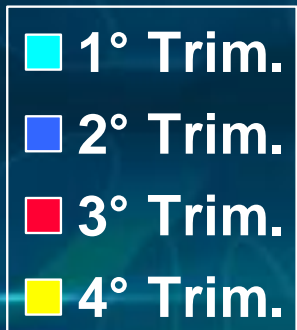
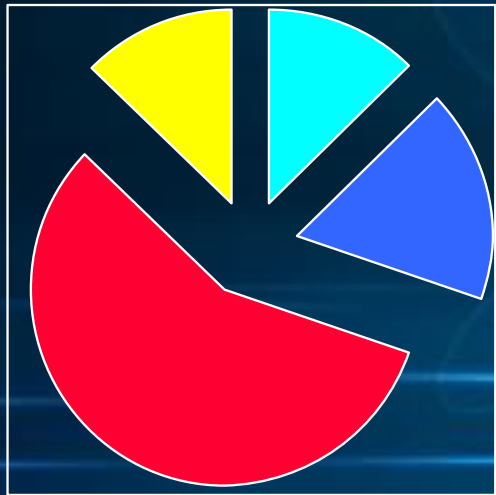


Cores de fundo



- O azul básico é uma cor fria, calma e conservadora, que tem o poder de diminuir a pulsação e respiração.
- O azul é muito popular nas apresentações de negócios e para tornar as apresentações originais, os profissionais misturam imagens e fundos tridimensionais.

Movimentação dos olhos



- Quando um novo slide é apresentado, nossos olhos gravitam em direção a formas geométricas, colunas de bolas e outros elementos gráficos antes que leiamos os texto.

Movimentação dos olhos

- Os olhos procuram:
 - Primeiro: o mais simples, as formas mais obvias;
 - Segundo: formas e padrões mais complexos
 - Terceiro: texto
- Porém os itens mais notados no texto são aqueles visivelmente diferentes dos outros que o rodeiam.
- O item diferenciado por contraste ou isolação proporciona melhor retenção do próprio item e do texto todo.

Quebre a monotonia!

- **Crie alívios gráficos em pelo menos metade de sua apresentação;**
- **A variedade e o elemento surpresa ajudam a manter o público atento;**

ATIVIDADE PARA NOTA

Comporá a nota da PROVA 1

Com os conteúdos vistos até agora :

- LAYOUT E COMPOSIÇÃO DE SITES
- PLANEJAMENTO VISUAL – Princípios básicos de Design
- PSICOLOGIA (a importância) DAS CORES

Crie um site utilizando HTML e CSS para uma das empresas abaixo:

- Marketplace
- Educação
- Empresa de consultoria empresarial
- Empresa de desenvolvimento de sistemas
- Empresa de alimentos