

**Conceito de Responsividade**

**Conceito de Responsividade e Experiência de Usuário em UX e UI**

- UX – user experience - Experiência do usuário. Foca na interação do usuário com o produto

- UI – user interface – define como melhorar a interação entre usuário e o produto.

- Fundamentos

\* Briefing – entender o que é projeto, seu objetivo. O porquê do trabalho.

\* Imersão – Onde se procura entender o problema. As necessidades do cliente.

Unpack – é a etapa em que podemos ouvir várias informações diferentes. Onde se tem a comunicação com os vários profissionais envolvidos no projeto.

- Wireframes, Grids e hierarquia

\* Estrutura – Como os objetos estarão posicionados no layout.

\* Conteúdo – Como serão posicionados os conteúdos para a usabilidade e interatividade.

\* Hierarquia Informativa – Como o conteúdo será organizado e apresentado.

\* Funcionalidade – Como será a usabilidade da interface.

\* Grids – onde se irá projetar em proporções harmoniosas o balanço dos pesos dos elementos gráficos do layout. Dando atenção ao espaçamento e alinhamento dos elementos da interface, sempre focando na responsividade.

- Luzes, sombras, consistências e padrão

\* Luzes e sombras – são os recursos que garantem movimento, profundidade, sobreposição, e contraste na interface. É importante para demarcar áreas e indicar ações possíveis na navegação.

\* Consistência e padrão –

UX Writer - manter o mesmo tom de redação. Como o site conversa com o usuário.

Design System – o mesmo padrão visual. Botões, modo gráfico, menus.

UX Design – A mesma consistência em diversos devices. Comportamento em telas diferentes.

- Cores

\* Fazer uso da psicologia das cores para entregar algo factício ao objetivo do projeto.

\* Paleta Primária - azul, laranja e cinza. Tem maior importância no sistema.

\* Paleta Secundária – Também chamadas de cores de feedback e são essenciais pois já possuem um significado implícito para os usuários.

Vermelho – erro

Amarelo – aviso

Verde – sucesso

Laranja – notificação

Cinza – mensagem

\* Gradiente ou degradê – Visa um impacto visual que proporcione sensações de dinamismo e movimento. Que trazer uma aproximação e dar uma melhor experiência ao usuário.

- Tipografia

Tem por objetivo dar ordem estrutural e forma a comunicação escrita. Vejamos quatros categorias básicas:

\* Serifadas – apresentam pequenos traços ou prolongamentos ao final de suas letras. Seriedade e tradicionalidade.

\* Sem serifa – não apresentam linhas extras ao final das letras. Modernas e dinâmicas.

\* Cursivas – fontes manuscritas ou caligráficas. Elegante, pessoal, exclusivo, descontraído e divertido.

\* Decorativas – Destinam-se para chamar a atenção. Tem um efeito personalizado e deve ser usado com moderação.

\* Tamanho – o tamanho padrão de um texto em um browser é 16px.

\* Peso – é a grossura dos caracteres de um tipo. Atributo definido pela propriedade font-weight, onde os valores numéricos variam de 100 a 900.

Thin – 100 Ultra Light – 200 Light – 300 Normal – 400 Bold – 700 Black – 900

- Iconografia

Comunicar eficientemente uma mensagem através de uma linguagem visual comumente compreendida.

\* Simplifique o máximo possível evitando elementos desnecessários para que acha um entendimento da mensagem.

\* Combinar os ícones com palavras ajudam a esclarecer mensagem do ícone dando mais segurança quanto aos resultados de suas interações.

\* Escolha sempre ícones familiares.

\* Utilizar espaçamento em torno do ícone de pelo menos 1cm x 1cm para dar legibilidade e uma área de fácil toque em celulares.

\* Consistência – use elementos comuns. Considere a paleta de cores com não mais de três cores. Considere também os pesos e estilos.

- Imagens

São usadas de forma a chamar a atenção do usuário e diferenciar o produto.

Transmitir de maneira rápida uma mensagem que se precisaria de um texto elaborado.

Quebra as barreiras linguísticas.

Imagem não pode ser tratada como decoração. Elas podem fazer ou quebrar a UX.

\* Contexto relevante - A imagem deve trazer um contexto relevante. Verificar se os recursos visuais de apoio coincidem com o conteúdo.

\* Relevância – O objetivo não é exibir imagens, mas pode-se mostrar o propósito do seu produto com o uso destas. Faça uso de recursos visuais limitados e que realmente capture a atenção do usuário.

- Guia de Estilos

É o manual da marca. É um guia que contém todas as informações da marca, fornecendo todas as especificações, recomendações e normas fundamentais para a correta utilização da identidade visual.

- Processos de um Projeto

\* Responsividade - Pense primeiro no mobile e depois nas outras telas.

\* Acessibilidade – construir serviços que funcionam para todos.

\* Prototipagem – Pode ter fidelidade Baixa – Média – Alta

Baixa: Representação conceitual, análoga a ideia.

Média: Representação de aspectos de ideia.

Alta: “Moke-up” da ideia. Representação mais similar possível da ideia.

- Portifólio

Lista de projetos já realizados pelo profissional que podem ser apresentados a um potencial cliente.

Deve incluir: O desafio trazido pelo cliente.

A solução sugerida e o processo envolvido para chegar a esta.

Projeto final.

O portifólio pode ser feito por modelos projetados em soluções imaginárias de algum problema.