



por Iuri Silva

VERSAO 1.7

# Sinopse

Muitos desenvolvedores frontend me perguntam se é preciso aprender design para ser um bom desenvolvedor frontend ou atuar na área. A resposta é simples: não. Mas se você deseja se destacar entre vários desenvolvedores, saber alguns conceitos sobre design pode te ajudar. Nesse ebook juntei os conceitos mais importantes para melhorar a interface de um desenvolvedor frontend.

# Sumário

## UX

8 tópicos

Os princípios do design .....	05
Heurísticas de Nielsen .....	14
Psicologia das cores .....	25
Padrões .....	33
Wireframe .....	42
Design system .....	48
Usabilidade .....	53
Style Guide .....	59



MÓDULO 1

# Os princípios do design

“Design não é apenas o que parece e o que se sente.

Design é como funciona.” – Steve Jobs

✨ 7 DICAS NESTE MÓDULO

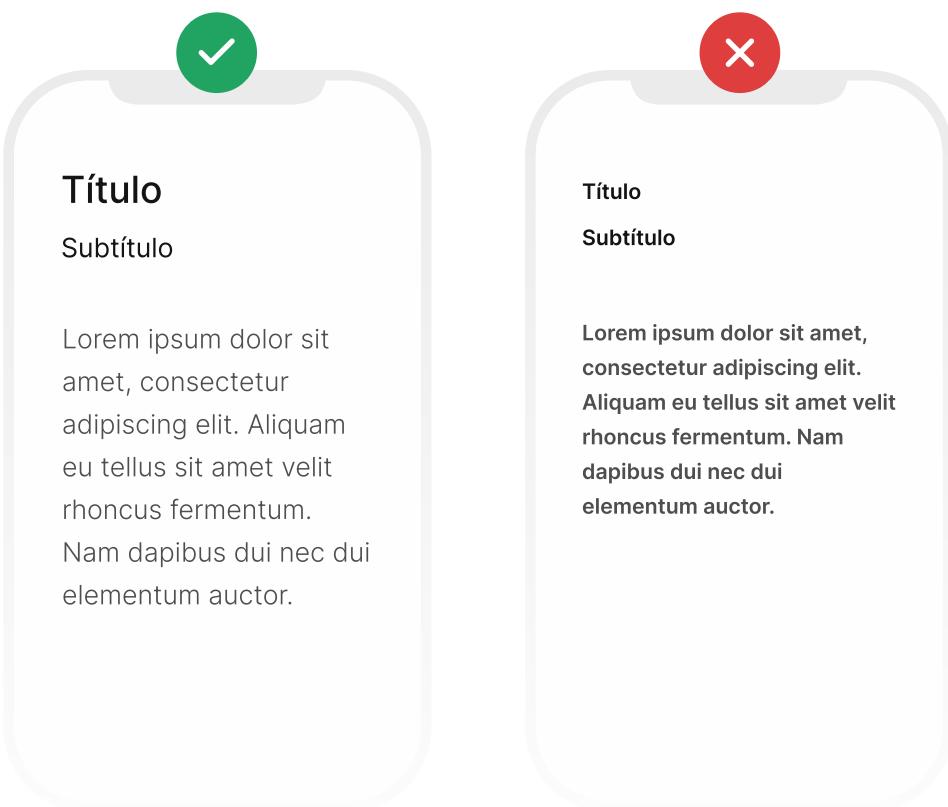
# O que é?

User Experience (UX) é a forma como as pessoas interagem com um produto ou serviço, seja no ambiente online, seja no mundo físico. Isso engloba as relações com os canais da empresa, a navegação no seu site, o recebimento do produto.

Ou seja, se o site não é responsivo, se demora para carregar as informações ou se algum processo é burocrático e confuso, o cliente está passando por uma UX que preferia esquecer.

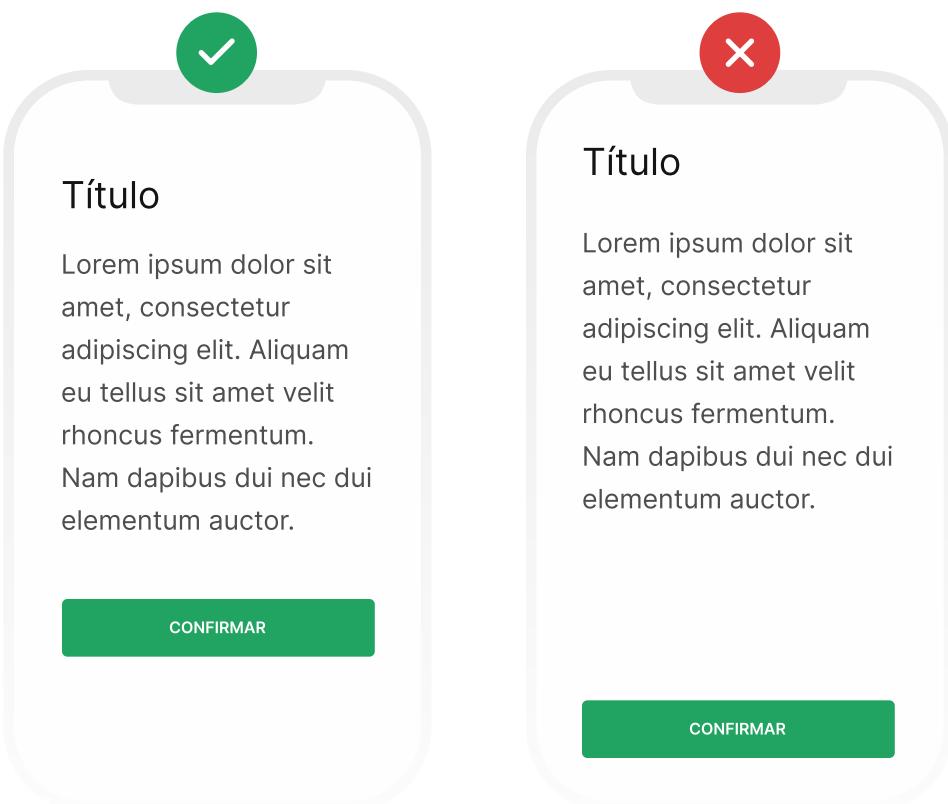
## Hierarquia

A hierarquia ajuda na definição do grau de importância. Quando um elemento de design possui várias informações, é importante dar mais peso para o que é mais importante.



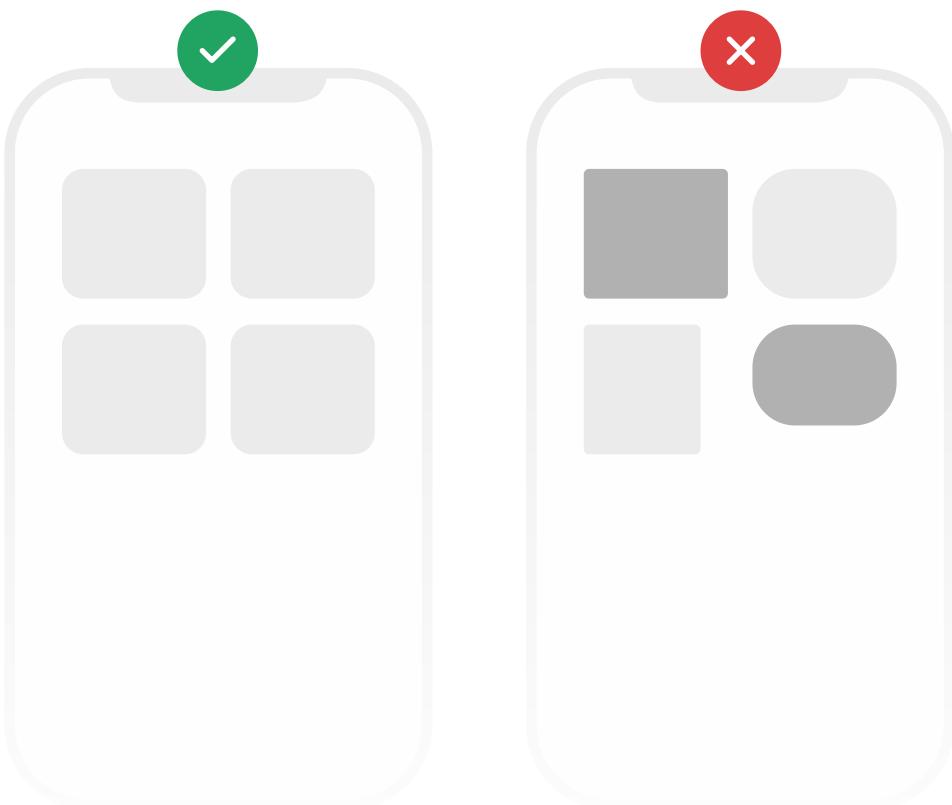
## Proximidade

Neste princípio temos a base de que informações similares devem estar próximas, ou seja, manter o conteúdo principal próximo das informações secundárias. Fica claro que esses itens pertencem a um grupo e não a outro mais distante.



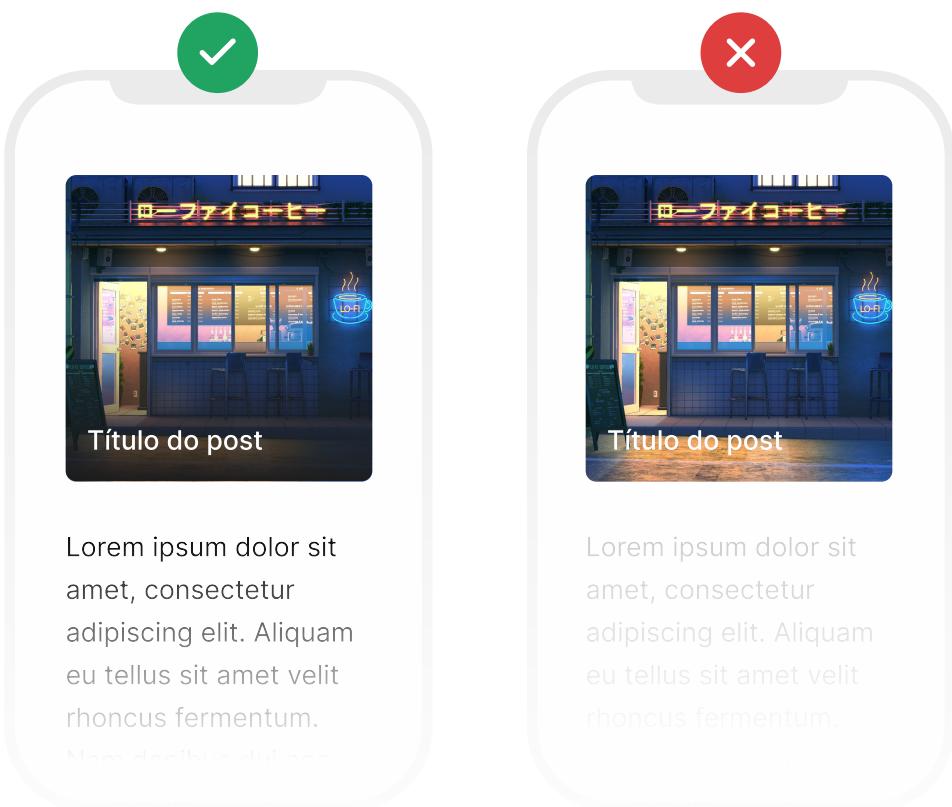
## Repetição

O princípio da repetição visa fortalecer o padrão visual, ou seja, o alinhamento, o contraste e a proximidade devem ser iguais nas artes seguintes. Assim você seguirá mantendo a consistência da marca.



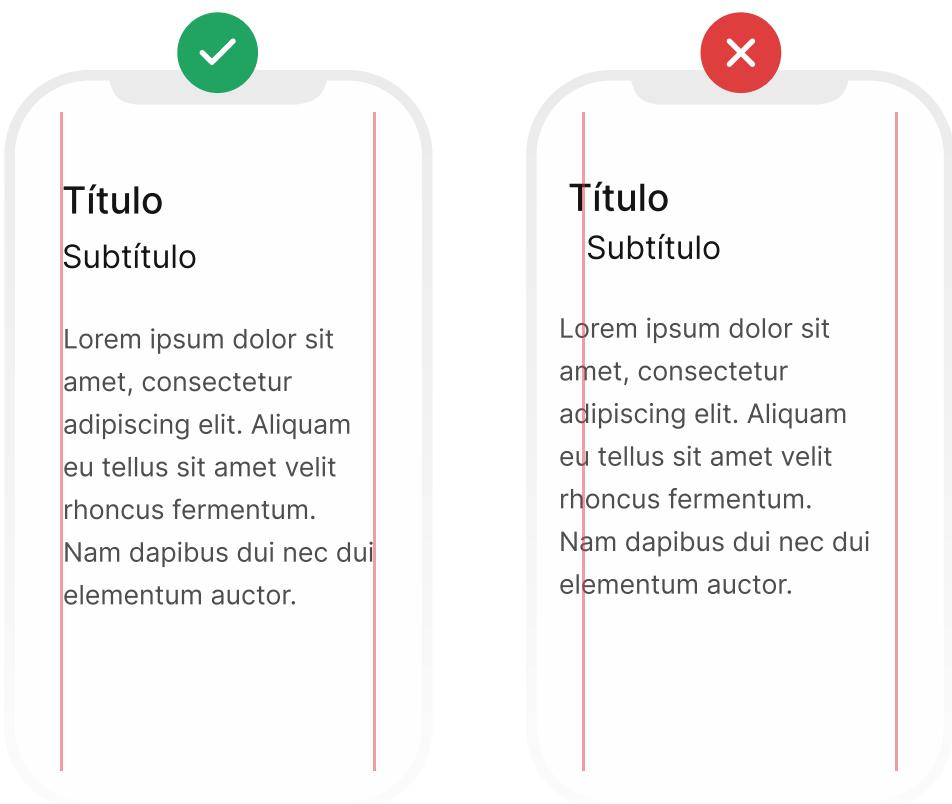
## Contraste

O contraste é o responsável por dar relevância visual ao que deve ser atrativo. Um exemplo é você colocar uma imagem com letras em branco por cima, se na imagem tiver cores claras não teremos contraste, ou seja, não há uma diferenciação de cores.



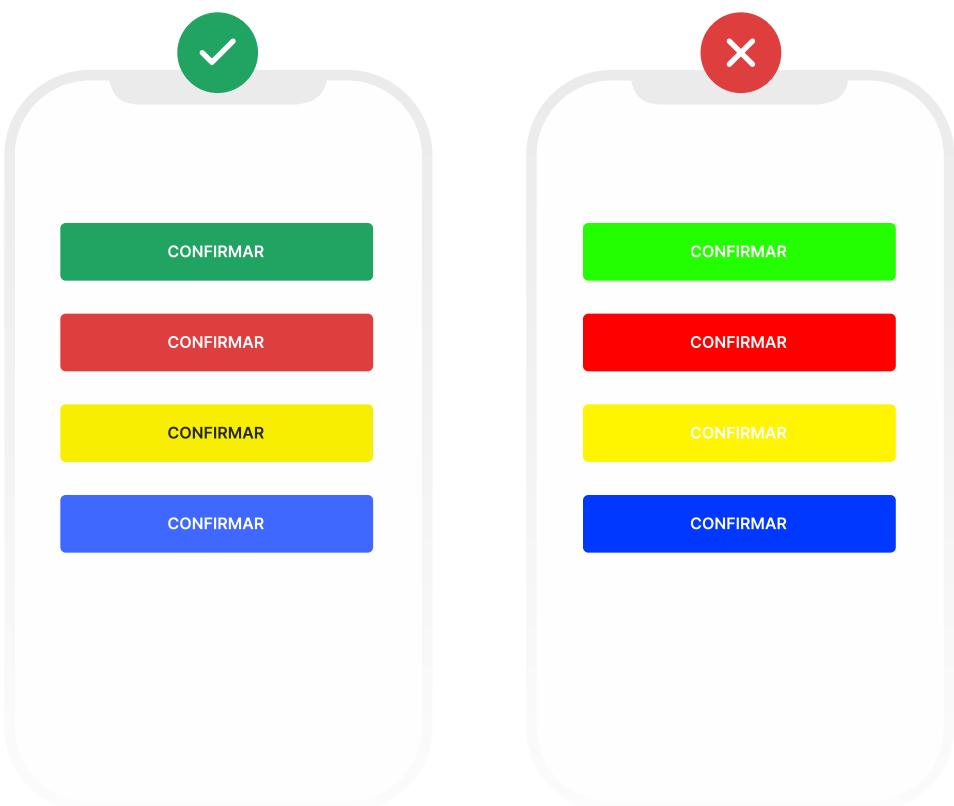
## Alinhamento

Ao inserir informações em um layout precisamos ter em mente que mantê-las organizadas é fundamental para a compreensão do usuário, e o alinhamento ajuda muito nisso.



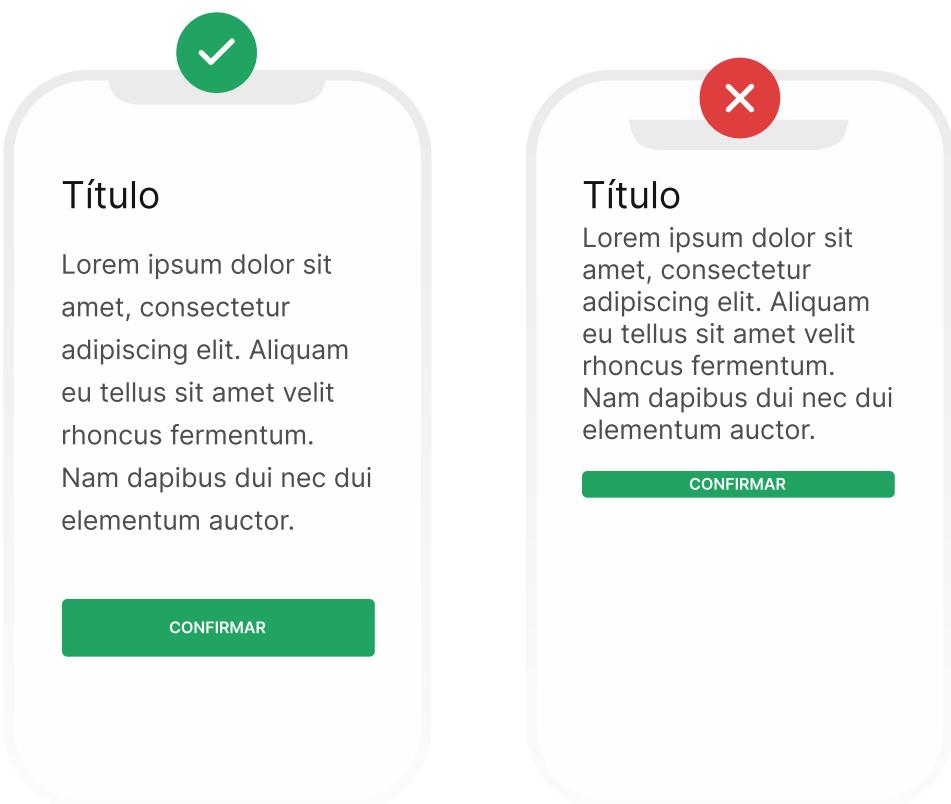
## Cores

Um dos princípios mais importantes é o tom da cor. Ela também é responsável por transmitir emoções, simbolismos e identificar elementos. A paleta de cores precisa ser cuidadosamente escolhida, para transmitir a ideia da marca, sua atmosfera e atrair o público.



# Espaçamento

Deixar espaços em branco é tão importante quanto todo o resto. Uma determinada quantidade de texto, por exemplo, precisa de espaço para respirar, para que o leitor não se canse ao lê-lo.



# Adquira meus outros materiais com 10% de desconto!

UTILIZE O CUPOM: **FRONT10**



Este material é **perfeito para quem quer se tornar freelancer**. Aprenda a conseguir freelas, fazer deploy, organizar o versionamento de código e outras atividades essenciais para quem deseja se tornar um freelancer.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Adquira este material e obtenha um **guias de boas práticas para a criação de interfaces**. Além de aprimorar suas aplicações frontend, você também melhorará sua compreensão de UX.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Se você está tendo **problemas para entrar na área de programação**, talvez precise adicionar alguns detalhes em suas redes. Neste guia, ensino como melhorar seu LinkedIn, GitHub, portfólio e currículo para chamar a atenção dos recrutadores.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



MÓDULO 2

# Heurísticas de Nielsen

“Design não é apenas o que parece e o que se sente.

Design é como funciona.” – Steve Jobs

💡 10 DICAS NESTE MÓDULO

# O que é?

"Mesmo os melhores designers produzem produtos de sucesso apenas se seus projetos resolverem os problemas certos. Uma interface maravilhosa com os recursos errados falhará." –Jakob Nielsen

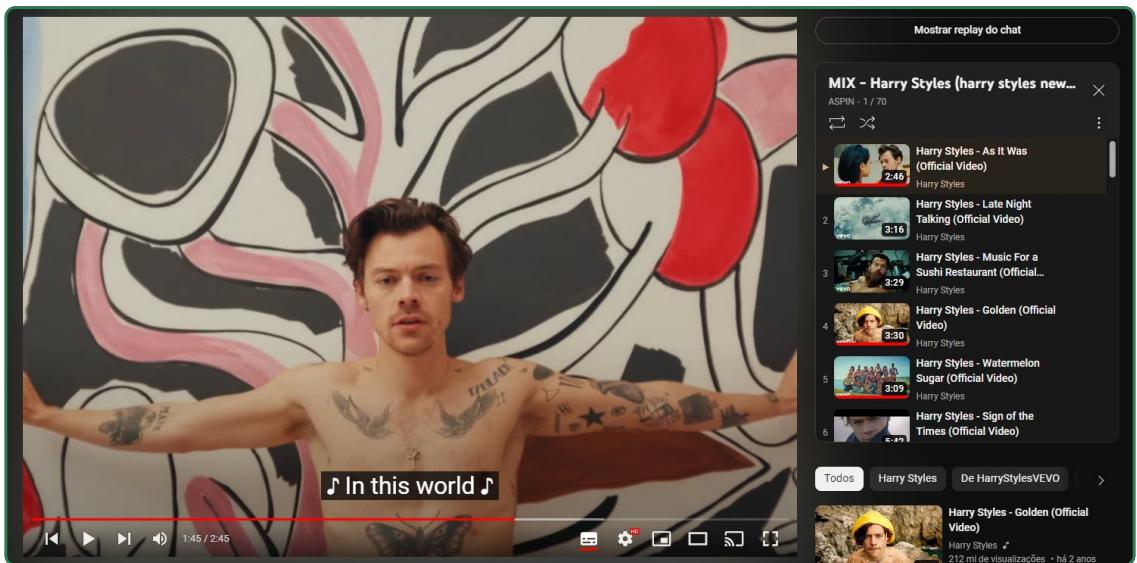
Desenvolvida em 1990 por Jakob Nielsen, cientista da computação, as 10 heurísticas são princípios de avaliação da usabilidade de interfaces.

Nesse contexto, heurística significa uma regra geral que tem como objetivo reduzir a carga cognitiva do usuário. Assim, permite-se que sua navegação, jornada e experiência sejam menos cansativas.

As heurísticas podem ser aplicadas em qualquer momento do produto, mas são mais utilizadas em duas fases, durante o desenvolvimento, na qual a avaliação pode ser aplicada de base para criação de um layout funcional, e após a execução de uma nova funcionalidade, em que elas são usadas por especialistas em usabilidade que testam o produto e identificam problemas na interface.

## 1. Visibilidade do status do sistema

É importante que o sistema traga feedbacks instantâneos que servem para informar qual o status de uma informação, além de orientar e conduzir para os próximos passos.



Quando assistimos a uma playlist no YouTube, somos informados de tudo que ocorre na tela, como a barra do player que mostra o quanto do vídeo já foi carregado, em qual parte o vídeo está, o tempo de duração dele, o quanto já foi assistido, do lado direito fica claro qual vídeo está sendo reproduzido, quais já foram assistidos e quais os próximos.

## 2. Correspondência entre o sistema e o mundo real

A segunda heurística de Nielsen diz respeito a criar uma interface funcional e acessível que fale a linguagem do usuário. Ou seja, que utiliza palavras, frases e conceitos que sejam familiares ao usuário.



Menu



Menu

Por exemplo, utilizar ícones que remetem ao mundo real (elementos com usos parecidos); usar termos e nomes de produtos ou serviços que o seu usuário normalmente utiliza.

Agora imagine criar um menu com o ícone do Instagram. Estranho né?

### 3. Liberdade e controle do usuário

Nesta heurística, a preocupação é de passar pro usuário a liberdade de ele fazer o que quiser dentro do sistema com exceção das regras que vão contra o negócio ou interferem em outra funcionalidade.



**Iuri Silva**

@iuricode



Programador sem café é um poeta sem poesia. [#code](#)



13

2:40 PM – Jul 02, 2024

Por exemplo, quando criamos um tweet é bacana poder deletá-lo se estivermos afim. Mas não dá pra editar um tweet. Imagina se você dá um retweet e depois o usuário que fez o tweet muda o texto pra uma coisa que você não acha legal. Sacanagem né?

## 4. Consistência e padronização

É fundamental manter uma padronização para que a pessoa identifique qual marca está se comunicando, essa heurística de Nielsen garante que o usuário saiba em que plataforma ele está navegando.

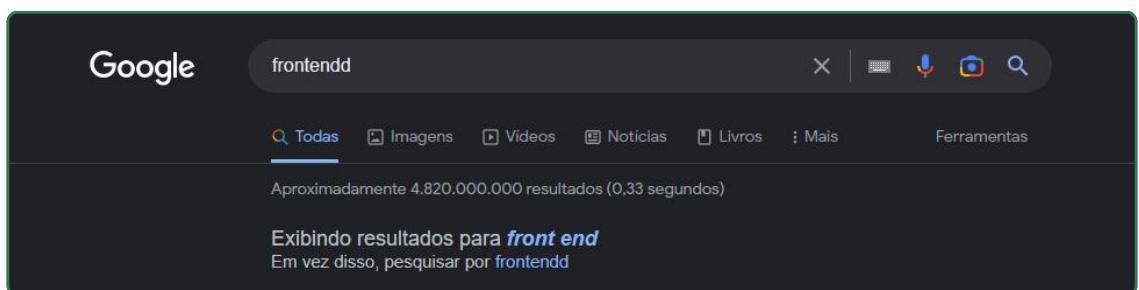


Por exemplo, os aplicativos do Google sempre seguem as mesmas cores nos ícones. Dessa forma, é fácil de saber qual está por trás de tal produto.

## 5. Prevenção de erros

Não é uma boa ideia deixar seu usuário errar sem explicar previamente o motivo do erro. Melhor do que isso, tente criar um interface que permite o usuário não errar.

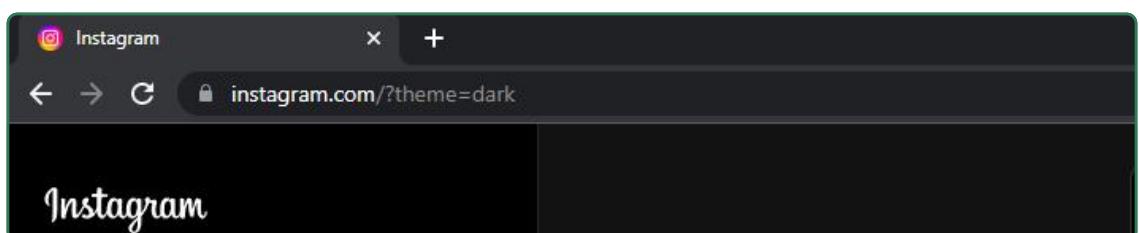
Caso a ação tenha consequências que não podem ser desfeitas, o melhor a se fazer é dar um aviso prévio, para confirmar que o usuário está ciente da ação que está realizando.



A busca do Google faz isso de uma forma muito inteligente. No momento que começamos escrever nossa busca ele já te entrega algumas sugestões, mesmo se a gente escrever a busca com uma ortografia errada ele realiza a busca e pergunta se estamos procurando outra informação com a ortografia correta

## 6. Reconhecimento em vez de memorização

Para entregar uma boa experiência do usuário, é importante reduzir a carga de esforço, evitando também possíveis erros, dentre outras dificuldades. Para trabalhar essa heurística, é importante apostar em possibilidades de preenchimento automático ou acesso a preferências e uso recente.



Quando utilizando um navegador sempre procuramos a barra de pesquisa na parte superior. Imagine que em um navegador X a barra de pesquisa fique na parte inferior.

## 7. Eficiência e flexibilidade de uso

A interface deve atender tanto as necessidades dos usuários leigos quanto a dos experientes, os leigos precisam ter as informações bem detalhadas para conseguirem realizar uma tarefa, mas a medida que vão conhecendo a interface precisam conseguir interagir de forma mais rápida, portanto a interface deve permitir que os usuários adaptem ações frequentes de acordo com o nível em que estão.



O VS Code é um bom exemplo disso. No começo, toda ação é feita de forma manual (clicks), mas a medida que vamos nos familiarizando com o software, deixamos a forma manual e começamos a utilizar comandos para realizar as ações.

## 8. Estética e design minimalista

Quanto maior a quantidade de informações, mais tempo o usuário vai levar para analisá-las e poder tomar uma decisão, aumentando assim as chances dele abandonar a aplicação por achar confuso demais. Portanto o design da interface deve ser minimalista e o conteúdo o mais direto possível.

CEP

Adicione seu CEP



Entrar na conta

Imagine preencher um formulário de login onde pede nosso CEP, RG, Email secundário... a utilização desse formulário iria se tornar chato. Caso essa informações realmente precisem ser solicitadas, podemos deixá-las em segundo plano, como aba de dados dentro do sistema (após o login).

## 9. Ajude os usuários a reconhecer, diagnosticar e recuperar erros

Caso dê algo de errado, é importante mostrar ao usuário qual foi o erro e como se recuperar dele, para isso, as mensagens de erro devem ser claras, em linguagem simples e próximas da ação que causou o erro.

Senha

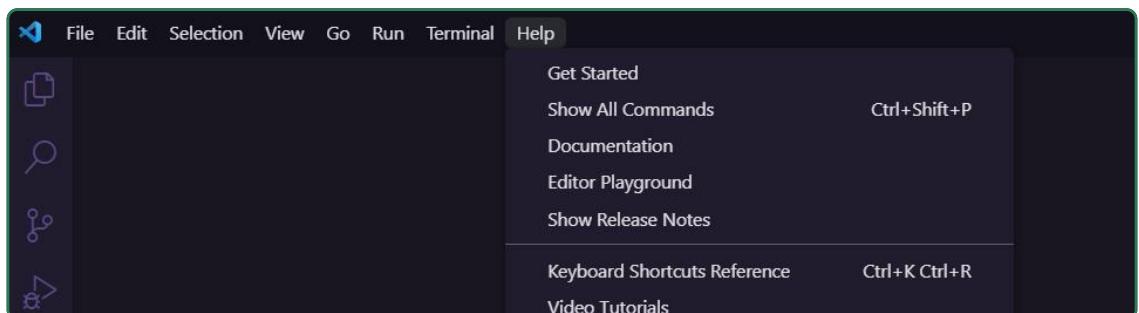
 X

Este campo não pode ficar vazio.

No formulário de cadastro, caso você não preencha os dados necessários ele deverá deixar bem claro quais campos estão faltando, com um mensagem clara e objetiva.

## 10. Ajuda e documentação

Se as heurísticas anteriores forem usadas, então é pouco provável que o usuário precise de ajuda. Afinal, esse é o objetivo das heurísticas de Nielsen. Mesmo assim, outro ponto fundamental é que a central de ajuda seja de fácil acesso.



# Adquira meus outros materiais com 10% de desconto!

UTILIZE O CUPOM: **FRONT10**



Este material é **perfeito para quem quer se tornar freelancer**. Aprenda a conseguir freelas, fazer deploy, organizar o versionamento de código e outras atividades essenciais para quem deseja se tornar um freelancer.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Adquira este material e obtenha um **guias de boas práticas para a criação de interfaces**. Além de aprimorar suas aplicações frontend, você também melhorará sua compreensão de UX.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Se você está tendo **problemas para entrar na área de programação**, talvez precise adicionar alguns detalhes em suas redes. Neste guia, ensino como melhorar seu LinkedIn, GitHub, portfólio e currículo para chamar a atenção dos recrutadores.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



MÓDULO 3

# Psicologia das cores

“Design não é apenas o que parece e o que se sente.

Design é como funciona.” – Steve Jobs

✨ 11 TÓPICOS NESTE MÓDULO

# O que é?

As cores tem um grande impacto nas interfaces de uma páginas na web. É comum dizer que uma boa paleta e esquema de cores pode transformar um design de “bom” para “ótimo”, ou até mesmo “ruim”.

A escolha certa da paleta de cores consegue refletir toda a mensagem e o propósito da marca ou de seu produto.

As cores possuem um apelo psicológico e conseguem transmitir para o usuário qual a personalidade da marca.

A psicologia das cores é o estudo que relaciona as cores e o comportamento humano. Através dos estudos é possível analisar e entender como cada cor pode afetar decisões cotidianas e causar efeitos, como mudança de sentimentos, emoções, desejo e mais.

Dessa forma, o usuário pode tomar a decisão de usar o seu produto ou não, baseado somente no esquema de cores apresentados a ele.

Portanto, a escolha da cor é algo a ser feito logo no começo do projeto para que as decisões de design posteriores estejam coerentes e de acordo com essa identidade.

Nesse sentido, um esquema de cor bem definido ajuda na legibilidade de uma interface, realça ações de Call To Action e estimula interações de forma menos incisiva.

Observe abaixo o significado que traz cada cor:

- **Significado das cores: Verde**

A cor verde está fortemente ligada ao conceito de natureza e a ideia de dinheiro. Além disso, também está associada às emoções e sentimentos de: meio ambiente, saudável, tenacidade, autoconsciência, fertilidade, orgulho, cura, calma, perseverança, imutabilidade, boa sorte, renovação, juventude, vigor, Primavera, generosidade.

A John Deere é uma das marcas mundialmente conhecidas que usa verde. A cor é característica tanto em sua identidade visual, quanto em seus produtos, associando a marca ao meio ambiente, campo, fertilidade, orgulho e tenacidade.

- Significado das cores: Vermelha

A cor vermelha é associada à paixão, ação, energia, fome, perigo, força, velocidade, calor, amor, fogo. É uma das cores mais intensas e está relacionada com sentimentos fortes. Isso significa que se usada de forma exagerada, pode despertar emoções negativas como raiva, agressão e medo. Portanto, é bom medir a dose certa na hora de usá-la.

Uma das marcas que tem o vermelho como característica é o McDonald's. Sua utilização busca reforçar as ideias de energia, felicidade e principalmente fome, associando sensações e ideias positivas à marca.

- Significado das cores: Laranja

A cor laranja está associada ao humor, entusiasmo, criatividade, amizade, energia, vibração, calor, equilíbrio, alegria, confiança, aventura. O laranja também é uma cor intensa, porém menos agressiva que o vermelho e mais agradável aos olhos.

Um dos principais exemplos de marcas que utilizam o laranja é a Nickelodeon, um canal televisivo infantil. Essa escolha reforça a criatividade, alegria, acessibilidade e espírito jovem do canal que tem crianças como seu público-alvo exclusivo..

- Significado das cores: Amarelo

A cor amarela está diretamente ligada ao sol, por isso os sentimentos positivos associados a ela são: otimismo, felicidade, alegria, calor, idealismo, imaginação, esperança, verão, sabedoria. Porém, alguns conceitos negativos também estão diretamente ligados à cor, como: alerta, falsidade, covardia, traição, cobiça, inveja, engano e perigo.

Apesar de usar mais a cor vermelha em seu material visual, a marca McDonald's é amarela. Essa é uma escolha que busca associar a empresa a sensações de alegria e liberdade. Outra marca que usa a cor busca de ser ligada à jovialidade, energia, calor e otimismo é a Renault.

- Significado das cores: Rosa

A cor rosa está associada com: delicadeza, feminilidade, inocência, saúde, felicidade, satisfação, charme, brincadeira, leveza, romantismo. Muitas vezes é usada em marcas e produtos infantis, por também remeter à brincadeiras e descontração.

Um dos exemplos mais tradicionais do uso da cor rosa é a marca Barbie. Os tons de rosa são característicos e ajudara

- Significado das cores: Azul

Assim como o amarelo está diretamente ligado ao sol, o azul está relacionado ao mar e ao céu. Por isso a cor azul está associada a: espiritualidade, fé, contentamento, paz, tranquilidade, calma, lealdade, estabilidade, harmonia, unidade, confiança, verdade, confiança, segurança, limpeza, ordem, céu, água, frio, tecnologia.

O azul também é uma escolha muito popular para marcas de tecnologia, como a Dell, Twitter, Skype e HP.

- Significado das cores: Roxa

Historicamente a cor roxa está ligada à nobreza e a realeza, ela também pode ser associada a: espiritualidade, erotismo, cerimônia, o misterioso, transformação, sabedoria, conhecimento, criatividade, iluminação, crueldade, arrogância, luto, poder, sensibilidade, intimidade.

Algumas marcas conhecidas que utilizam o roxo são a Vivo e a Twitch, associando sua identidade visual à intimidade e comunicação.

- **Significado das cores: Marrom**

A cor marrom está associada a elementos como segurança, conforto, terra, madeira, pedra, casa, ar livre, confiabilidade, conforto, resistência, estabilidade, rústico, simplicidade.

A Cacau Show é um exemplo que utiliza bem o marrom em sua identidade visual, associando sua imagem de todas as maneiras ao chocolate.

- **Significado das cores: Branca**

A cor branca está associada a: paz, humildade, tranquilidade, bondade, inocência, precisão, amor, respeito, limpeza, neve, inverno, casamento, frio.

Uma das marcas muito conhecida por utilizar diversas versões brancas de seu logo é a Adidas.

- **Significado das cores: Preta**

A cor preta também é neutra, porém poderosa. Geralmente está associada a: sofisticação, formalidade, poder, elegância, riqueza, mistério, estilo, sexualidade. A cor também representa vários conceitos negativos, como: medo, tristeza, mal, remorso e raiva.

Algumas das marcas mais conhecidas que utilizam o preto em seu logo estão ligadas à moda e ao luxo, como GUCCI, Chanel, Nike e Puma.

- **Significado das cores: Cinza**

Por fim, o significado da cor cinza está ligado ao equilíbrio e à neutralidade. Por ser uma cor que chama pouca atenção, geralmente é utilizada em cabeçalhos, gráficos e plano de fundo para dar destaque a outros elementos. Além disso, a cor também evoca emoções negativas como depressão, monotonia e perda.

Uma das marcas que usa a cor cinza tanto em sua logo como em seus produtos é a Apple. Seu site e suas interfaces também utilizam bastante a cor, emitindo uma sensação de equilíbrio, leveza e limpeza em seus produtos.

Dessa forma, a escolha das cores que vão compor a marca e, consequentemente, toda a interface do seu produto deve ser feita com bastante cautela.

É preciso ter em mente a mensagem que se quer passar, atribuindo as cores com os valores e objetivos do produto e da marca.

# Adquira meus outros materiais com 10% de desconto!

UTILIZE O CUPOM: **FRONT10**



Este material é **perfeito para quem quer se tornar freelancer**. Aprenda a conseguir freelas, fazer deploy, organizar o versionamento de código e outras atividades essenciais para quem deseja se tornar um freelancer.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Adquira este material e obtenha um **guias de boas práticas para a criação de interfaces**. Além de aprimorar suas aplicações frontend, você também melhorará sua compreensão de UX.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Se você está tendo **problemas para entrar na área de programação**, talvez precise adicionar alguns detalhes em suas redes. Neste guia, ensino como melhorar seu LinkedIn, GitHub, portfólio e currículo para chamar a atenção dos recrutadores.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



MÓDULO 4

# Padrões

“Design não é apenas o que parece e o que se sente.

Design é como funciona.” – Steve Jobs

✨ 3 TÓPICOS NESTE MÓDULO

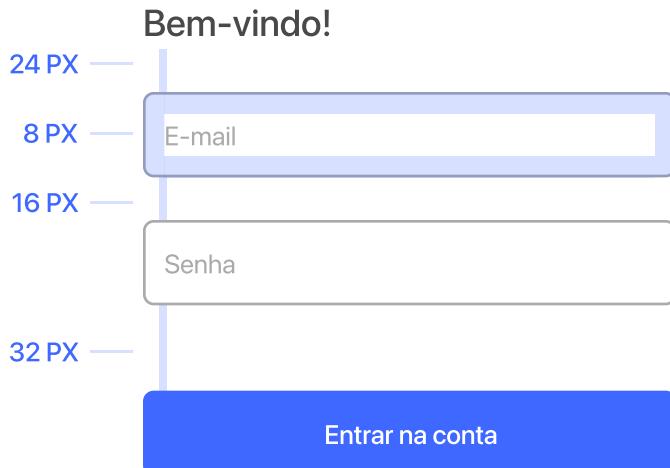
# Grid de 8 pontos

O grid de 8 pontos é uma técnica que tem sido amplamente utilizada no mundo do design e da programação nos últimos anos. O grid de 8 pontos é quando usamos múltiplos de 8 para definir tanto o espaçamento, quanto o tamanho dos elementos da página em que estamos construindo.

A utilização de números como 8 para dimensionar e espaçar elementos torna o dimensionamento para uma ampla variedade de dispositivos. Além disso, a maioria dos tamanhos de tela populares é divisível por 8, o que facilita o ajuste. O princípio do grid de 8 pontos é usar múltiplos de 8 para layout, dimensões, preenchimento e margem dos elementos.

Utilizar o grid de 8 pontos em espaçamentos nos projetos é tão simples quanto parece. Simplesmente vai fazer com que a distância de um elemento para o outro seja múltipla de 8.

Geralmente usamos uma certa distância para espaçamento entre elementos que fazem parte do mesmo conteúdo e o dobro desse espaçamento para separar novos conteúdos. Veja no exemplo abaixo:



O grid de 8 pontos é uma técnica poderosa que pode ajudar designers e desenvolvedores a criar projetos consistentes e organizados. Utilizando grid de 8 pontos, é fácil manter a consistência no design, garantir que os elementos estejam equilibrados entre si. Em resumo, a utilização do grid de 8 pontos é essencial para qualquer projeto de design ou desenvolvimento que exija organização e harmonia.

# Estrutura F e Z

Existem dois formatos que podemos utilizar quando estruturamos os elementos de uma aplicação. Os formatos que iremos abordar são baseados nos movimentos dos nossos olhos e podem ser aplicados dentro do contexto da cultura ocidental (leitura da esquerda para direita). Essas diretrizes acabam por definir quais são os pontos mais nobres de um conteúdo, ou seja, aqueles que devem conter as informações mais importantes.

## Padrões “F”

Os padrões “F” se aplicam a páginas tradicionais com muitos textos, como artigos ou postagens em blogs.

Um leitor escaneia o lado esquerdo da página, procurando por palavras-chave interessantes em cabeçalhos alinhados à esquerda ou frases de tópicos iniciais, depois para em um ponto e segue lendo em linha à direita, parando quando encontra algo interessante.

O resultado se parece com um “F” (ou “E,” ou algo com ainda mais barras horizontais; mas o termo “F” pegou).

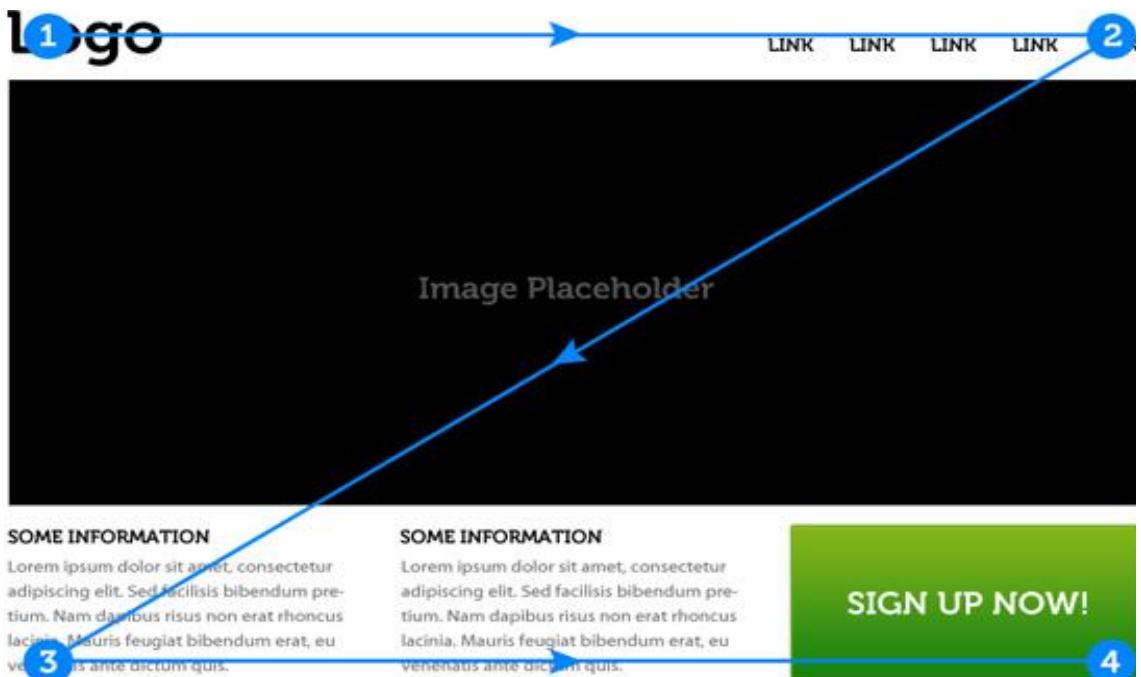


Como você pode utilizar isso? Use negrito, itálico, cores ou sublinhado com moderação para destacar informações cruciais. Isso ajuda a guiar os olhos dos leitores para os pontos-chave.

## Padrões “Z”

Os padrões “Z” se aplicam a outros tipos de páginas, como anúncios ou sites, em que as informações não são necessariamente apresentadas em parágrafos em bloco.

O olho de um leitor primeiro escaneia a parte superior da página, onde é possível encontrar informações importantes, depois dispara para o canto oposto na diagonal e faz a mesma coisa na parte inferior da página.



Por isso é quase um padrão universal que os sites sigam esse comportamento, colocando as informações mais importantes nos cantos e orientando outras informações importantes nas barras superior e inferior.

É importante entender como os seus usuários fazem a leitura das informações antes de adotar um padrão. Uma boa hierarquia visual irá diminuir o processo cognitivo dos usuários e destacar os pontos mais importantes para que concluem suas tarefas de uma forma mais eficaz.

# CTA

CTA significa "Call to Action" em inglês, que traduzido para o português significa "Chamada para Ação". Uma CTA pode ser uma frase, botão, imagem ou qualquer outro elemento que incentiva o público-alvo a realizar uma determinada ação. Essa ação pode ser qualquer coisa, desde clicar em um link, fazer uma compra, inscrever-se em uma newsletter, preencher um formulário, entre outras.

## Newsletter

Inscreva-se

## Frase do dia

"Design não é apenas o que parece e o que se sente. Design é como funciona." - Steve Jobs

Copiar frase

## Frases curtas

Usando frases curtas e simples, o usuário consegue entender facilmente o que acontecerá ao clicar na CTA.

Inscreva-se



Inscreva-se para receber novidades



## Cores vivas

A CTA deve ser mais atrativa do que os botões comuns. Portanto, escolha uma cor chamativa da sua paleta para destacá-la.



## Localização

A CTA deve estar em um lugar bem óbvio para o usuário, pois isso facilita a interação. Dê preferência às áreas superiores do site ou aplicativo, onde o usuário pode encontrá-la facilmente para interagir.

## Espaçamento

Com um espaçamento interno maior na CTA, ela se destaca mais e ganha uma presença mais expressiva dentro do contexto.



# Adquira meus outros materiais com 10% de desconto!

UTILIZE O CUPOM: **FRONT10**



Este material é **perfeito para quem quer se tornar freelancer**. Aprenda a conseguir freelas, fazer deploy, organizar o versionamento de código e outras atividades essenciais para quem deseja se tornar um freelancer.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Adquira este material e obtenha um **guias de boas práticas para a criação de interfaces**. Além de aprimorar suas aplicações frontend, você também melhorará sua compreensão de UX.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Se você está tendo **problemas para entrar na área de programação**, talvez precise adicionar alguns detalhes em suas redes. Neste guia, ensino como melhorar seu LinkedIn, GitHub, portfólio e currículo para chamar a atenção dos recrutadores.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



MÓDULO 5

# Wireframe

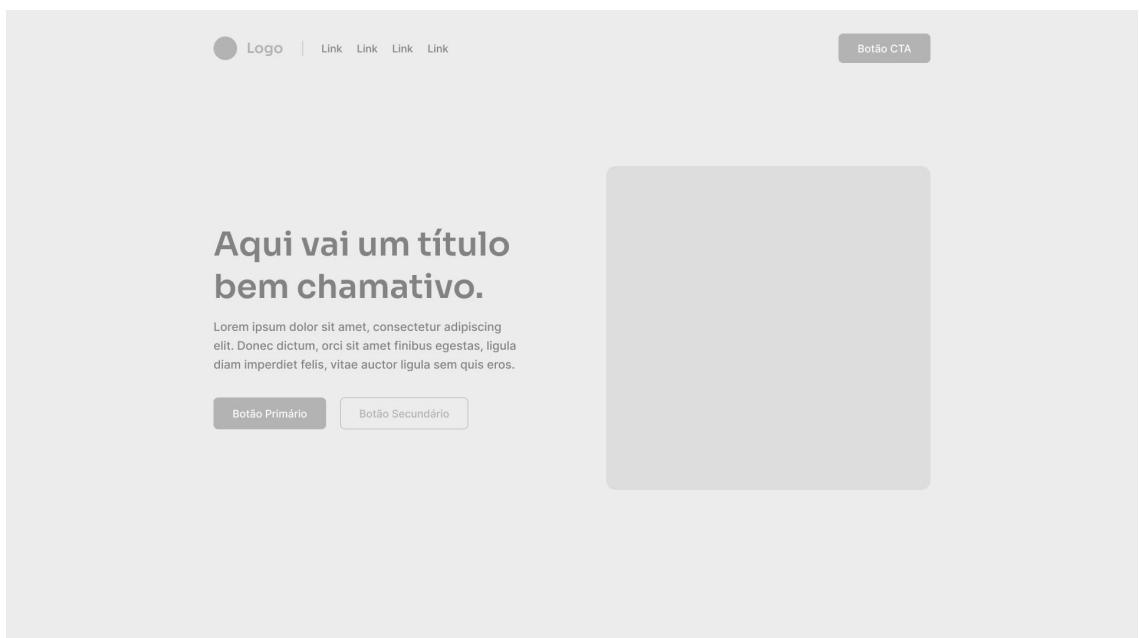
“Design não é apenas o que parece e o que se sente.

Design é como funciona.” – Steve Jobs

✨ 4 TÓPICOS NESTE MÓDULO

# O que é

Wireframe é um diagrama visual que esboça a estrutura de um site ou aplicativo. Às vezes conhecido como protótipo de baixa qualidade, o wireframe demonstra como os elementos se relacionam entre si e como são estruturados. Designers de User Experience (UX) geralmente o utilizam para mapear o design e o layout de seu trabalho sem entrar em muitos detalhes; esta é a etapa do processo de design antes de entrar em mais detalhes sobre cores, fontes e imagens.



# Qual é a sua importância

Imagine-se tendo uma empresa e acabando de fechar negócio com um cliente. Você vai lá, faz o briefing e executa o projeto de acordo com o que foi passado na reunião. Quando chega a hora da entrega, seu cliente diz que não gostou do projeto. Esta é uma situação bastante chata, e se tivesse feito o wireframe, isso não teria acontecido. Pois ao elaborar wireframes antes de detalhar, você evita esse tipo de transtorno e tem um alinhamento melhor com o cliente.

Muitas vezes, o que imaginamos não corresponde ao que o cliente deseja. É preciso desenhar e testar para validar a ideia. O cliente também fica mais tranquilo quando participa das etapas de criação.

# O que colocar no wireframe

O wireframing (que é o ato de realizar os wireframes) tem um processo de criação. Aqui estão alguns pontos para começar;

- Liste todos os elementos que devem estar presentes na página, como cabeçalhos, menus de navegação, campos de formulário, botões de call-to-action, etc.
- Garanta que os elementos mais importantes tenham destaque visual adequado. Isso pode ser alcançado através de diferenças de tamanho (não precisa ser o tamanho real que vai estar no processo final) e espaçamento para criar uma hierarquia clara na página.
- Se o projeto for para web design, lembre-se de considerar como os elementos se adaptarão em diferentes dispositivos e tamanhos de tela. Isso pode incluir a reorganização de elementos ou até mesmo a exclusão de alguns em dispositivos menores.
- Adicione anotações ou descrições claras aos elementos do wireframe para explicar funcionalidades específicas, comportamentos de interação ou requisitos técnicos.

# Tipos de wireframes

Existem quatro tipos diferentes de wireframes, que variam desde os mais simples (preto-e-branco ou de planta) até os mais complexos (que praticamente simulam a realidade):

- Wireframes básicos, também conhecidos como representações de baixa fidelidade, são esquemas de página bastante simples, geralmente em preto e branco.
- Wireframes anotados adicionam uma ampla gama de detalhes a um wireframe básico. Anotações são notas breves que descrevem cada item do wireframe, normalmente separadas por áreas de conteúdo e funcionalidade, e explicam brevemente o motivo e propósito de cada item.
- Wireframes do fluxo de usuários podem ser visualizações estáticas de um wireframe totalmente interativo, e podem incluir uma apresentação de slides para exibir a série de um fluxo de usuário.

- Wireframes interativos de alta definição permitem experimentar interações, como toques, cliques e deslizes, dentro do próprio wireframe. Esta variação de wireframes só pode ser realizada com software de apresentação e design gráfico; o Figma é perfeito para isso.

# Adquira meus outros materiais com 10% de desconto!

UTILIZE O CUPOM: **FRONT10**



Este material é **perfeito para quem quer se tornar freelancer**. Aprenda a conseguir freelas, fazer deploy, organizar o versionamento de código e outras atividades essenciais para quem deseja se tornar um freelancer.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Adquira este material e obtenha um **guias de boas práticas para a criação de interfaces**. Além de aprimorar suas aplicações frontend, você também melhorará sua compreensão de UX.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Se você está tendo **problemas para entrar na área de programação**, talvez precise adicionar alguns detalhes em suas redes. Neste guia, ensino como melhorar seu LinkedIn, GitHub, portfólio e currículo para chamar a atenção dos recrutadores.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



MÓDULO 6

# Design System

“Design não é apenas o que parece e o que se sente.

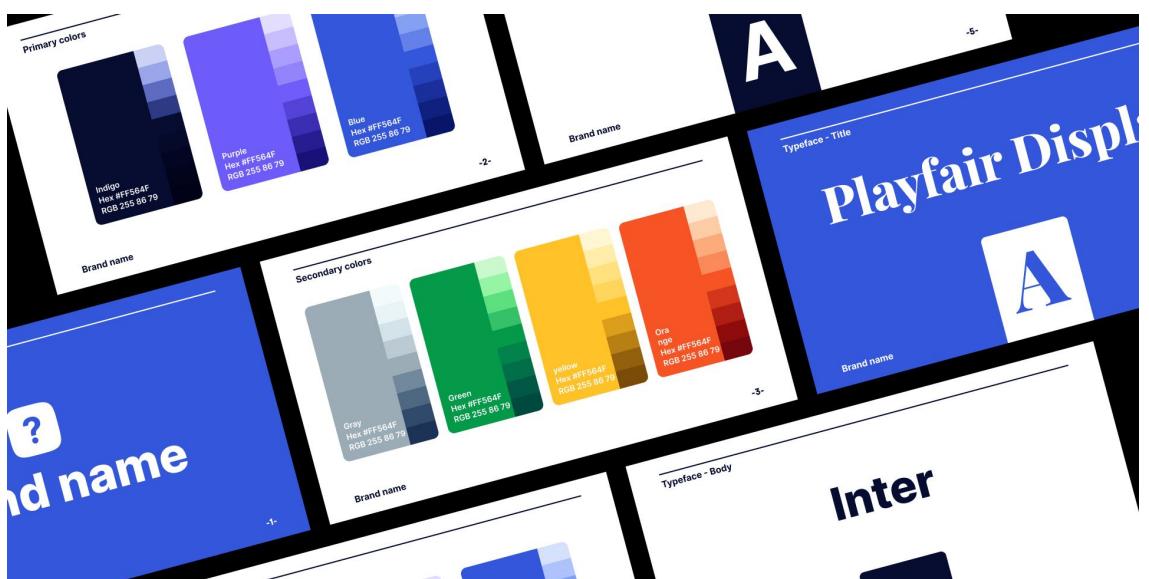
Design é como funciona.” – Steve Jobs

✨ 4 TÓPICOS NESTE MÓDULO

# O que é

Design system é um sistema de padronização dos elementos, regras e princípios que orientam o desenvolvimento das interfaces. Seu objetivo é criar uma identidade para o usuário e facilitar o trabalho dos designers e desenvolvedores.

Trata-se de um recurso fundamental para garantir agilidade e precisão no desenvolvimento de produtos digitais. As características básicas do design system são: consistência, padronização e identidade da marca.



# Por que usar

O Design System, quando bem implementado, fornece muitos benefícios para uma equipe de desenvolvimento de um produto digital. O principal benefício da ferramenta é a capacidade de replicar designs rapidamente, utilizando componentes e elementos de interface do usuário pré-fabricados.

Como os elementos de interface do usuário mais simples já foram criados e reutilizáveis, os recursos de design podem se concentrar menos em ajustar a aparência visual e mais em problemas mais complexos nos produtos da empresa.

# Como funciona

O Design System funciona como um guia definitivo para o design de uma empresa. O documento deve ser consultado para a construção de novas interfaces e configurações dos produtos desenvolvidos. O sistema deve ser atualizado de acordo com as novas diretrizes e regras adotadas, garantindo o alinhamento entre todas as equipes.

Para facilitar o entendimento dessa estrutura, é necessário entender alguns conceitos:

- Biblioteca de padrões (Pattern Library): conjunto de componentes que atuam como um vocabulário para a construção de produtos digitais, como formulários, botões, blocos de texto, chamadas para ação (CTAs).
- Guia de estilo (Style Guide): documento que contém diretrizes de design para cada elemento de design usado repetidamente, como elementos de identidade visual, ícones, componentes de interface e seus estados.

# Diferenças

O Design System pode ser confundido com o Style Guide e a Pattern Library, pois todos garantem que o processo de design do produto seja realizado de forma rápida e eficiente. As três ferramentas colaboram para a criação de produtos mantendo uma experiência de usuário consistente.

Contudo, o Pattern Library é apenas um repositório de componentes de design de interface de usuário, enquanto o Style Guide se limita a uma diretriz sobre a parte visual da interface. Por sua vez, o Design System abrange os dois recursos anteriores e evolui de acordo com o design do produto.

# Adquira meus outros materiais com 10% de desconto!

UTILIZE O CUPOM: **FRONT10**



Este material é **perfeito para quem quer se tornar freelancer**. Aprenda a conseguir freelas, fazer deploy, organizar o versionamento de código e outras atividades essenciais para quem deseja se tornar um freelancer.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Adquira este material e obtenha um **guias de boas práticas para a criação de interfaces**. Além de aprimorar suas aplicações frontend, você também melhorará sua compreensão de UX.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Se você está tendo **problemas para entrar na área de programação**, talvez precise adicionar alguns detalhes em suas redes. Neste guia, ensino como melhorar seu LinkedIn, GitHub, portfólio e currículo para chamar a atenção dos recrutadores.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



MÓDULO 7

# Usabilidade

“Design não é apenas o que parece e o que se sente.

Design é como funciona.” – Steve Jobs

✨ 5 TÓPICOS NESTE MÓDULO

# O que é

Usabilidade é uma maneira de medir o quanto fácil, ou difícil, é para uma pessoa utilizar um produto em um determinado contexto.

Quando o usuário se depara com uma interface, seja ela um aplicativo ou um website, é importante que consiga utilizá-la de forma fluida, intuitiva e sem ajuda externa.

Pense numa situação em que é muito complicado filtrar os produtos em um e-commerce por marca, preço ou tamanho.

Isso é um exemplo de uma aplicação que não utiliza ou que não tem alguém responsável pela usabilidade do produto.

# Por que é importante?

Quantos sites que vendem roupas você consegue encontrar na internet?

Muitas né?

Se o usuário tem dificuldade em utilizar o seu site, em poucos segundos ele vai para a concorrência. Não há espaço para que o usuário precise ler um manual para navegar pelo seu site. É simples: se está difícil, as pessoas vão embora.

Nesse sentido, a Nielsen Norman Group, referência em UX Design, define os 5 componentes fundamentais da usabilidade:

- Aprendizado (Learnability): está relacionado a quanto fácil o usuário aprende as tarefas básicas no primeiro acesso ao site;
- Eficiência (Efficiency): está relacionada à rapidez com que o usuário efetua as tarefas após o aprendizado;
- Memória (Memorability): relacionada à facilidade do usuário em lembrar como utilizar seu site após um tempo sem acessá-lo;

- Erros (Errors): quantos erros o usuário comete ao navegar pelo seu site, qual a gravidade deles e o quanto fácil consegue saná-los;
- Satisfação (Satisfaction): o quanto prazeroso é utilizar o seu site.

Ao se atentar a esses componentes, as chances de desenvolver um site com boa usabilidade aumentam.

Mas lembre-se: a usabilidade não é o único responsável pelo sucesso da sua interface. Esse é apenas um dos elementos que compõem o UX Design. Dessa forma, a usabilidade deve estar alinhada com os outros diversos elementos, como a utilidade, por exemplo.

Não importa o quanto fácil de usar seja a interface, se ela não é útil, o usuário vai abandonar o seu site.

## Aprendizado

Esse componente diz respeito basicamente a quanto fácil é a utilização do site na primeira vez que o usuário tem contato com ele.

Existem muitas maneiras diferentes de fornecer esse suporte. O ponto crucial é ser informativo o máximo possível para o usuário.

## Eficiência

Eficiência trata-se da velocidade. O quanto rápido o usuário consegue fazer uma tarefa específica usando a sua interface.

Nesse caso, é indicado você analisar o número de etapas (ou mesmo cliques) que o usuário precisa para alcançar algum objetivo.

## Memorização

O sistema deve exibir elementos de diálogo para o usuário e permitir que o mesmo faça suas escolhas, sem a necessidade de lembrar de um comando específico.

A terminologia da interface deve ser baseada na linguagem do usuário. Deve ser expressada com palavras, frases e conceitos familiares ao usuário ao invés dos termos originados do sistema.

## Erros

Melhor do que possuir boas mensagens é evitar situações de erro. Conhecer as situações que mais provocam erro e modificar a interface para que estes erros não ocorram.

As mensagens de erro devem ter linguagem clara e sem código, devem ser precisas e ajudar o usuário a resolver o problema. Não devem intimidar ou culpar o usuário.

## Satisfação

Se você deseja que um site seja usado várias vezes, então você vai querer que o usuário consiga aprender facilmente ele para quando ele for usá-lo novamente, consiga naturalmente interagir.

A melhor forma de fazer com que isso aconteça é projetar sistemas que combinem os modelos mentais já existentes dos usuários. Mas o que é um modelo mental? É simplesmente uma representação de algo no mundo real e como é feito da perspectiva do usuário. É como o usuário resolve algo, como ele já está acostumado a resolver certos problemas ou realizar certas tarefas.

# Adquira meus outros materiais com 10% de desconto!

UTILIZE O CUPOM: **FRONT10**



Este material é **perfeito para quem quer se tornar freelancer**. Aprenda a conseguir freelas, fazer deploy, organizar o versionamento de código e outras atividades essenciais para quem deseja se tornar um freelancer.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Adquira este material e obtenha um **guias de boas práticas para a criação de interfaces**. Além de aprimorar suas aplicações frontend, você também melhorará sua compreensão de UX.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



Se você está tendo **problemas para entrar na área de programação**, talvez precise adicionar alguns detalhes em suas redes. Neste guia, ensino como melhorar seu LinkedIn, GitHub, portfólio e currículo para chamar a atenção dos recrutadores.

[QUERO COMPRAR TAMBÉM](#)



MÓDULO 8

# Style Guide

“Design não é apenas o que parece e o que se sente.

Design é como funciona.” – Steve Jobs

💡 1 TÓPICO NESTE MÓDULO

# O que é?

O Style Guide é um documento que reúne todas as diretrizes relacionadas à identidade visual de uma marca. Ele pode incluir elementos como logos, fontes, cores, grids, ícones, tipografia, botões e outros componentes específicos da marca em questão.

## Por que é importante?

Imagine que você esteja ingressando em uma equipe de design de uma empresa e ainda esteja se familiarizando com o projeto. Durante esse período, você precisa colaborar com seus colegas em um trabalho que exige seguir o padrão de identidade visual da empresa. O Style Guide será essencial para você nesse momento. Ele fornece as informações básicas necessárias para desenvolver sua tarefa de acordo com os padrões estabelecidos, resultando em menos ajustes no final.

# O que é?

O Style Guide é um documento que reúne todas as diretrizes relacionadas à identidade visual de uma marca. Ele pode incluir elementos como logos, fontes, cores, grids, ícones, tipografia, botões e outros componentes específicos da marca em questão.

## Qual é a diferença entre o Design System?

- O Style Guide foca em manter a consistência e a padronização de uma interface, estabelecendo formatações, regras e padrões de design para criar uma interface coerente e consistente. Esses padrões são sempre considerados com base na experiência do usuário (UX) e, por isso, os guias de estilo estão frequentemente em adaptação para atender melhor às expectativas dos usuários.
- O Design System, por outro lado, é um conjunto mais abrangente de práticas, padrões, guias e componentes, aplicados em toda a empresa para promover consistência em todas as soluções oferecidas. Os guias de estilo geralmente fazem parte do Design System da empresa, tornando-o um conjunto mais completo.

# Exemplo

## 02 Typography

Typefaces



Inter	Google font
Extra Light	
<b>Bold</b>	

Mulish	Google font
Regular	
Semibold	

Text Hierarchy

Name	Font weight	Font size	Line height
Display 1	Extra Light	48px	1.3 x font size
Display 2	Extra Light	40px	1.3 x font size
<b>Heading 1</b>	Bold	44px	1.3 x font size
<b>Heading 2</b>	Bold	36px	1.3 x font size
<b>Heading 3</b>	Bold	28px	1.3 x font size
<b>Heading 4</b>	Bold	24px	1.3 x font size
<b>Heading 5</b>	Bold	20px	1.3 x font size
<b>Heading 6</b>	Bold	16px	1.3 x font size

# Conclusão

O Style Guide é um documento essencial para manter a consistência do design de produto. Ele oferece uma visão detalhada dos padrões, regras, diretrizes e referências de design e usabilidade da interface, promovendo alinhamento entre a equipe de desenvolvimento e oferecendo soluções mais coesas aos usuários.

# Obrigado!

Quero expressar minha sincera gratidão por ter adquirido este ebook.  
Tenho certeza que este ebook foi de grande importância em sua vida  
profissional, pois ele foi criado com muito amor, lofi e café.