

Leo Designer

UX/UI Design

Princípios do Design



@euleo.designer



Quem sou eu?

Olá, me chamo Leonardo e tenho + de 10 anos de experiência com Design.

Sou gestor de Marketing e especialista em Design de Landing Pages com foco em Experiência do Usuário, e Interface do Usuário (UI / UX)

Além dessas habilidades tenho experiência com vendas onde liderei equipes por 5 anos em grandes empresas varejistas e sou graduado em Administração, o que me traz uma bagagem para a visão estratégica do negócio como um todo a cada projeto iniciado e implementado.

@euleo.designer

O que é Design?

O que é Design?

“Design é uma atividade responsável pelo planejamento, **criação e desenvolvimento de produtos e serviços**. É um processo que busca **soluções criativas e inovadoras** para atender características dos produtos, necessidades do cliente e da empresa de forma sintonizada com as demandas e oportunidades do mercado.”

Fonte: Sebrae.

Por que o Design é importante?

“O design está presente em todas as áreas da empresa e em todos os elementos que relacionam comunicação com o mercado. **Está na marca, na forma, nos materiais, nas cores e na embalagem dos produtos, nos pontos de venda, nos impressos, nas redes e em todos os materiais promocionais.**

O design trabalha inovação, identidade, **comunicação** e qualidade.”

Fonte: Sebrae.

Princípios de Design e UI Design

Princípios de Design e UI Design

UI Design (User Interface Design) Design de Interface do Usuário.

- Diagramação
- Hierarquia
- Cor
- Posição
- Alinhamento
- Princípio da proximidade
- Princípio do alinhamento
- Princípio da consistência
- Contraste
- Grids
- Respiro
- Tipografia
- Ícones
- Botões
- Formulários
- Formatos de imagens
- UX e UI Design
- Teste de usabilidade
- UX Writing
- Heurísticas de Nielsen
- Vieses Cognitivos
- Algumas Leis de Design

Diagramação

A parte **mais importante** do Design

A diagramação consiste em Hierarquia, tipografia, alinhamento, aproximação e cores.

O restante também é importante, mas uma diagramação mal feita **destrói todo o resto.**

Diagramação

A parte **mais importante** do Design

A diagramação consiste em Hierarquia, tipografia, alinhamento, aproximação e cores.

O restante também é importante, mas uma diagramação mal feita **destrói todo o resto.**

Hierarquia

Tamanho: Você pode definir uma hierarquia por tamanho de cards, imagens, elementos, textos e etc...

Exemplo:

QUAL CARD SE DESTACA MAIS?

1

2

3

4

5

Hierarquia

Tamanho de Texto e sua disposição

Exemplo 2:

Passe o olho no exemplo abaixo e veja como seu comportamento o guiará para a ordem da escrita.

Isso ocorre por conta da Hierarquia visual aplicada

e por último esse...

Depois esse aqui

Você lê esse aqui

Depois esse

Hierarquia

Cor: O diferente se destaca!

Exemplo:

QUAL CARD SE DESTACA MAIS?

1

2

3

4

5

Hierarquia

Cor: O diferente se destaca!

Exemplo:

Botão de CTA (Call to action – chamada para ação)
é uma cor que se destaca das demais.

Quero aprender Design

Hierarquia

Cor: O diferente se destaca!

Atenção, **não** use muitas cores!

Muitas cores perde o efeito de destaque

Quero aprender Design

Quero aprender Design

Quero aprender Design

Quero aprender Design

Posição

No ocidente, lemos da esquerda para a direita.

Assim como o mais importante acima, e o menos abaixo.

Exemplo:

Seja expert em Design em **2 dias!**

Saia do zero e tenha uma carreira
em UI Design.

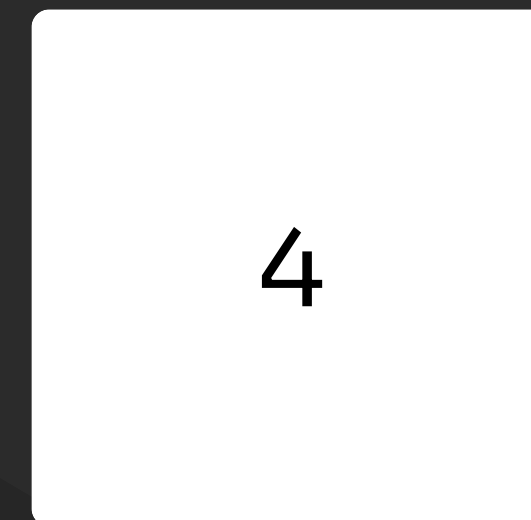
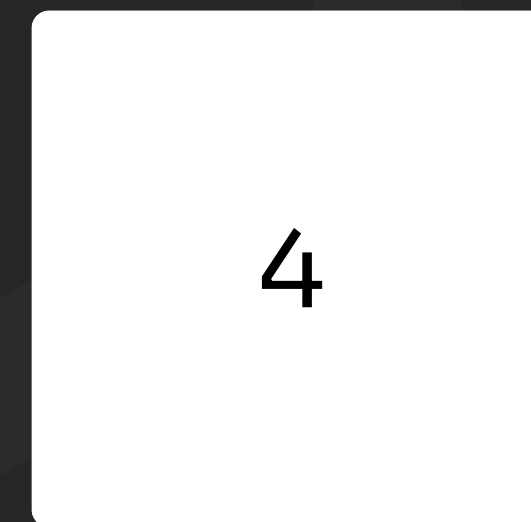
Quero aprender Design



Alinhamento

O que está desalinhado, também se destaca.

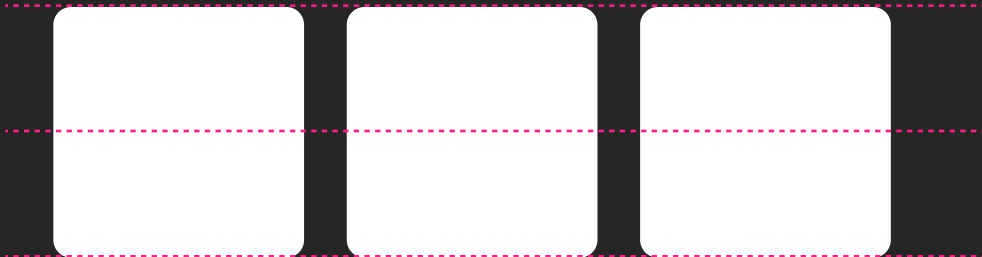
Cuidado para não parecer um erro.



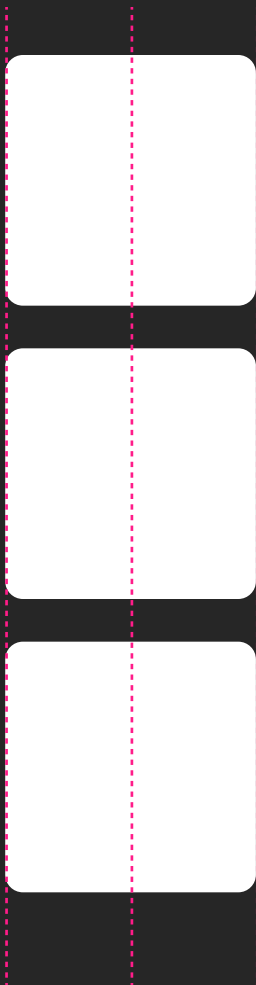
Princípio do Alinhamento

Tipos mais utilizados:

Vertical



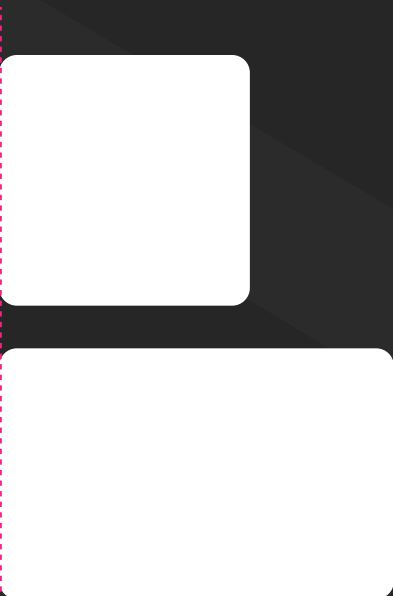
Horizontal



Vertical ao topo



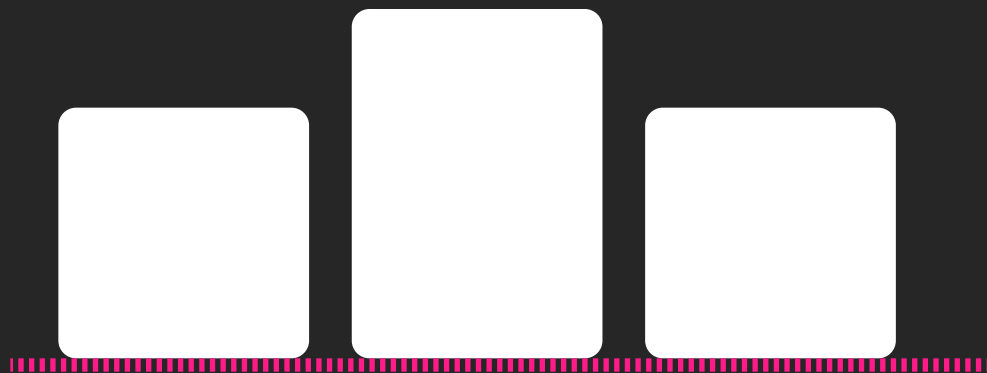
Horizontal à esquerda



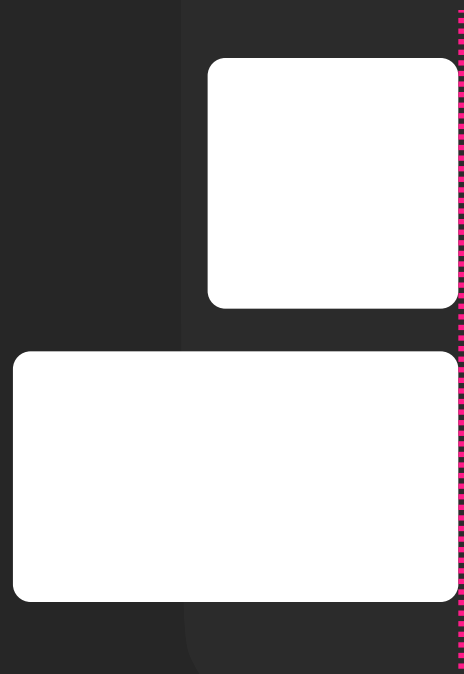
Princípio do Alinhamento

Tipos menos utilizados:

Vertical ao fundo



Horizontal à direita



Alinhamento óptico

Algumas vezes precisaremos ajustar "no olho"

Qual desses botões de play está alinhado?



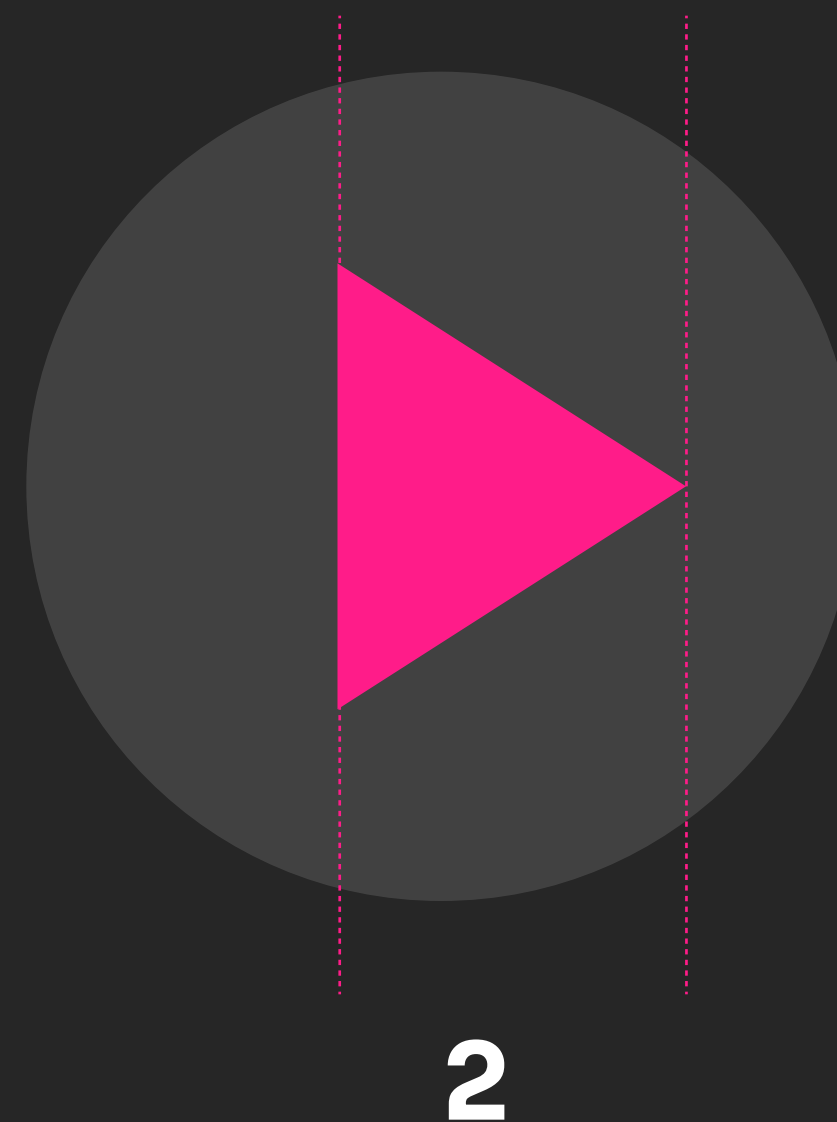
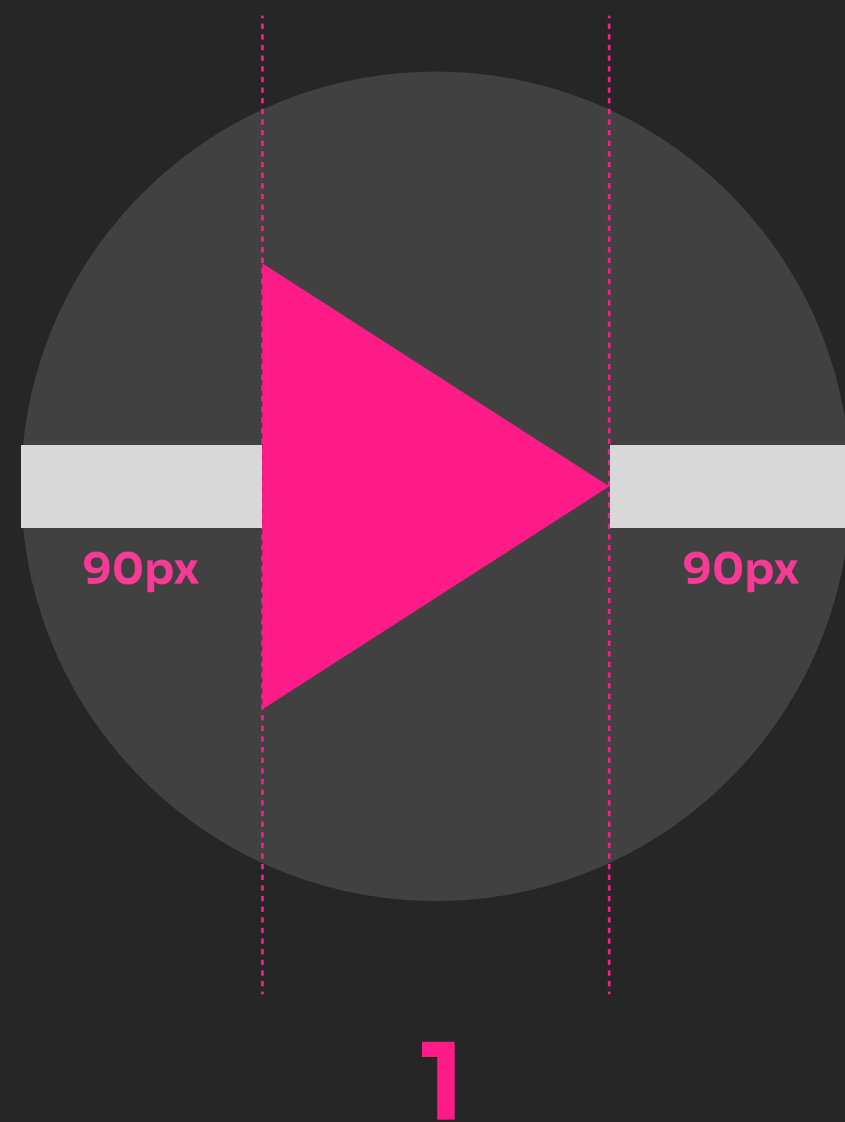
1



2

Resposta...

O 1 está alinhado, porém precisa realizar o ajuste óptico nesse caso, como feito no exemplo 2.



Alinhamento de textos

Tipos:

à esquerda

is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

+ usado

centralizado

is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

algumas vezes

Essas escadas cansam

é ruim procurar palavras no vazio.

A direita

is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

Pouco usado

Usar quando tiver um texto à esquerda, um no centro e um na direita, como esse exemplo.

Alinhamento de textos

Tipos:

Justificado

is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

**O texto justificado é utilizado
somente em material impresso
onde há limite de espaço**

Não utilize

Princípio da Consistência



Oops...



**Esse Layout está
diferente, não é mesmo?**

Agora sim!



Princípio da Consistência

Trabalhe com padrões, com uma identidade visual.

Pode estilizar algumas horas, mas não sempre.

Imagine você utilizando a Nubank e do nada a página fica toda

vermelha, depois rosa...

te passaria **segurança?**

Princípio da Consistência

Tente usar o mesmo estilo de ícones, cores, o CTA da mesma cor (exceção quando para dar contraste com o fundo). Exemplo:

Quero aprender Design

Quero aprender Design

Princípio da Consistência

A consistência torna seu design mais intuitivo ajudando o usuário.

Quando menos ele tiver que pensar para realizar ações, melhor é!



Um dos livros mais famosos de Design.

Princípio da Consistência

Tenha um espaçamento consistente!

Eu gosto de utilizar uma escala pré-definida de tamanhos em pixel.

O sistema que eu costumo utilizar tem a seguinte escala:

SISTEMA DE 8 PONTOS

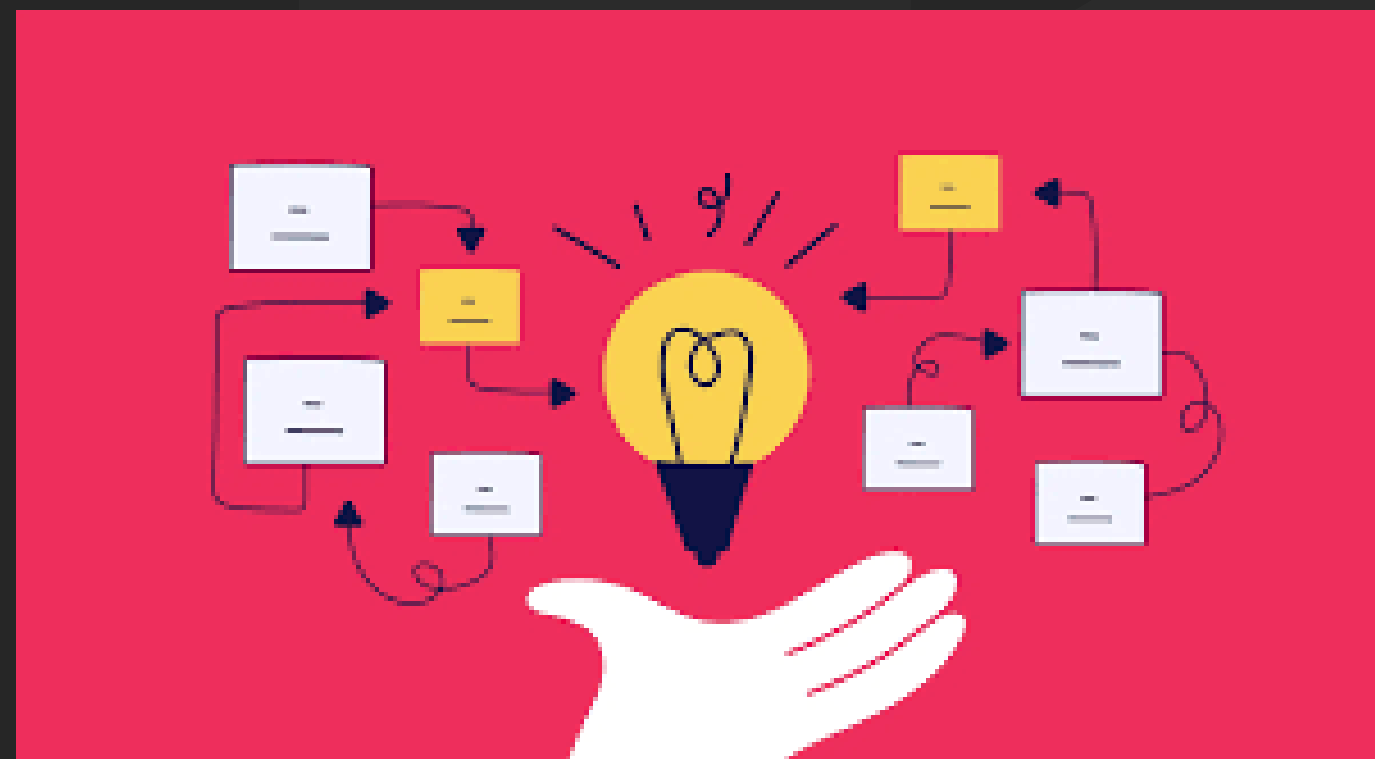
Princípio da Consistência

SISTEMA DE 8 PONTOS

4px	Qual o grande segredo dessa escala?
8px	Ela é facilmente divisível e versátil, veja alguns exemplos:
12px	Precisa definir um tamanho de botão? Teste um tamanho de 48px ou 64px
16px	Precisa definir o espaço interno de um botão? Teste o tamanho de 16px.
24px	Não ficou bom? Teste o próximo valor da escala.
32px	O bacana é ter um sistema consistente e versátil do qual você possa
48px	utilizar em todos tamanhos e medidas da sua interface.
64px	Assim você conseguirá criar interfaces boas como a do Google Analytics
96px	e Nubank.
...	

Princípio da Consistência

Mantenha também o alinhamento para toda a página, quando possível, Assim como estilo de imagens.



Contraste

Um dos maiores erros dos iniciantes...

O contraste é essencial para boa usabilidade e para acessibilidade. **Sempre pense em utilizar cores de fundo e de texto opostas.**

Contraste

Exemplos de contrastes ruins:

Você não consegue ler

Você não consegue ler

Você não consegue ler

Exemplos de contrastes bons:

Você consegue ler

Você consegue ler

Você consegue ler

Contraste

Exemplos de contrastes com textos:



Grids

Auxiliam no alinhamento da página

Desktop 12 colunas

Tablet 6 colunas

Mobile 4 colunas

Por que? Pois é divisível em partes iguais.

6x

4x

3x

Largura da coluna

Offset
ou
Margin

Gutter

Cores

Círculo cromático

primárias: azul, vermelho, amarelo

secundárias: laranja, verde, roxo

terciárias: combinação das primárias com secundárias



Cores

Quentes e frias

Em um projeto pode misturar entre elas para destacar algo ; O que não for pra destacar manter entre quente ou fria como predominante.

Exemplo: Este fundo é cinza escuro (fria)

Esse botão é de cor quente

Esse símbolo ao fundo é cinza claro (fria)
mantendo a paleta de fundo frio.

A psicologia das cores

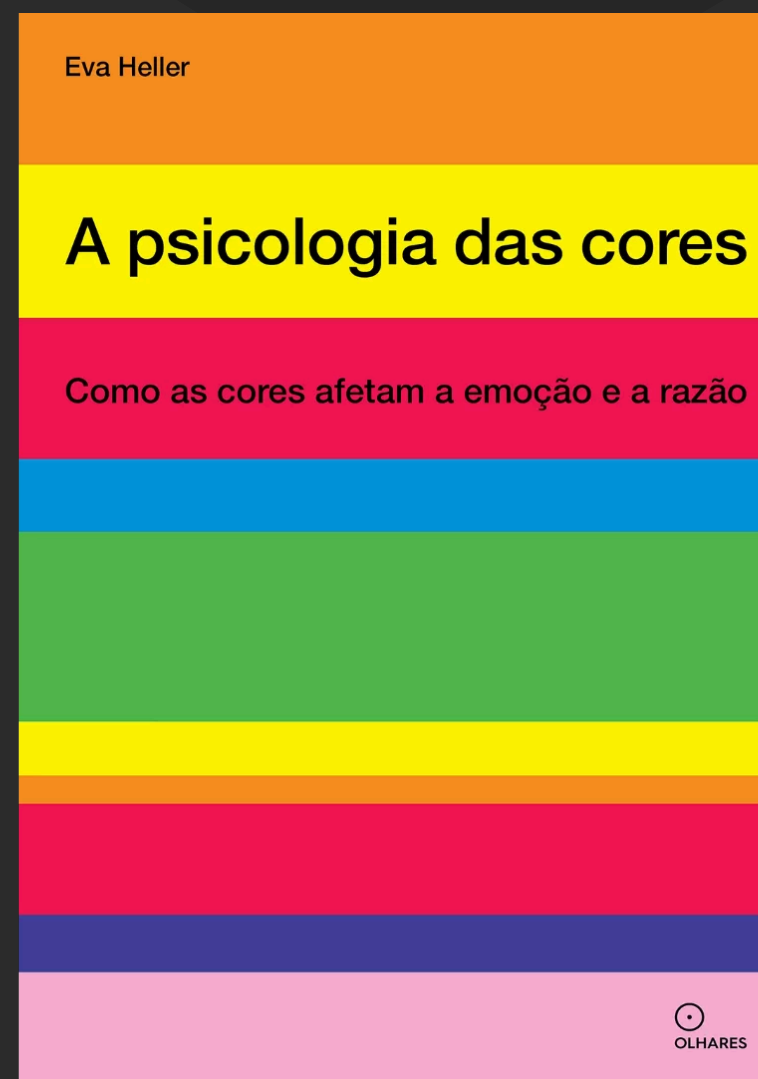
Você sabia que as cores transmitem emoções?



Vermelho: Desejo, excitação, energia, poder, calor, amor...



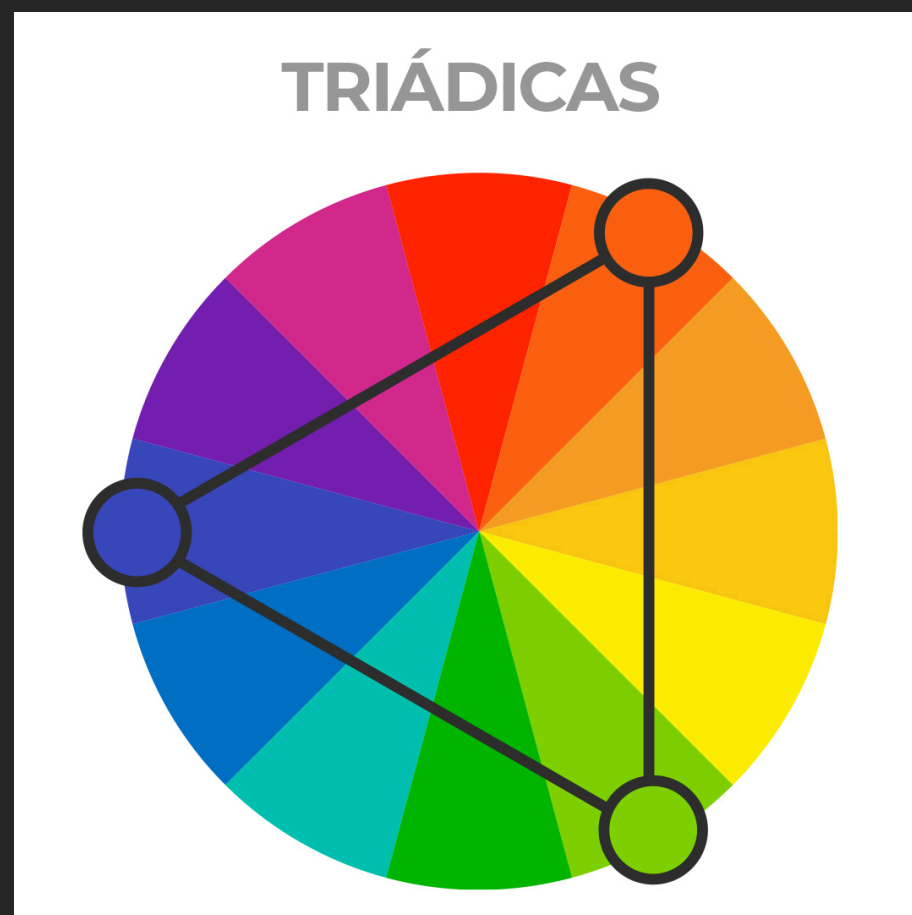
Branco: tranquilidade, limpeza e organização



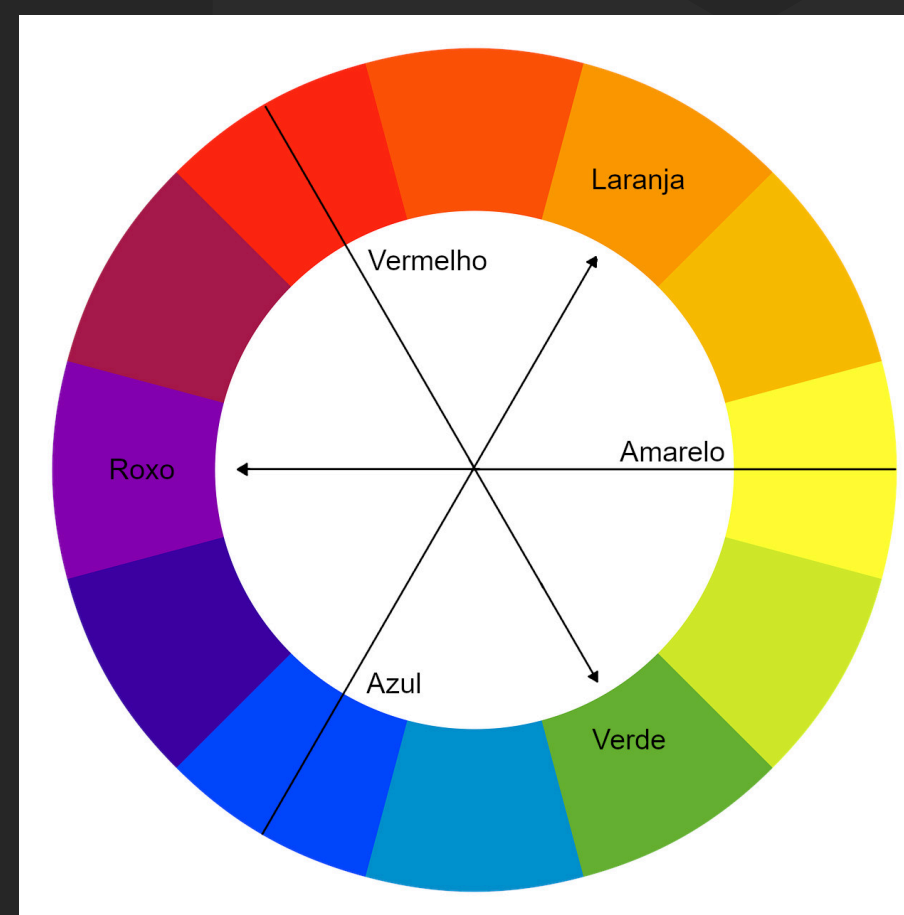
Outras cores:

azul (médico), vermelho (relacionamentos), amarelo (chama atenção), laranja (alerta), verde (tranquilo, meditação), roxo (luxo, sabedoria)...

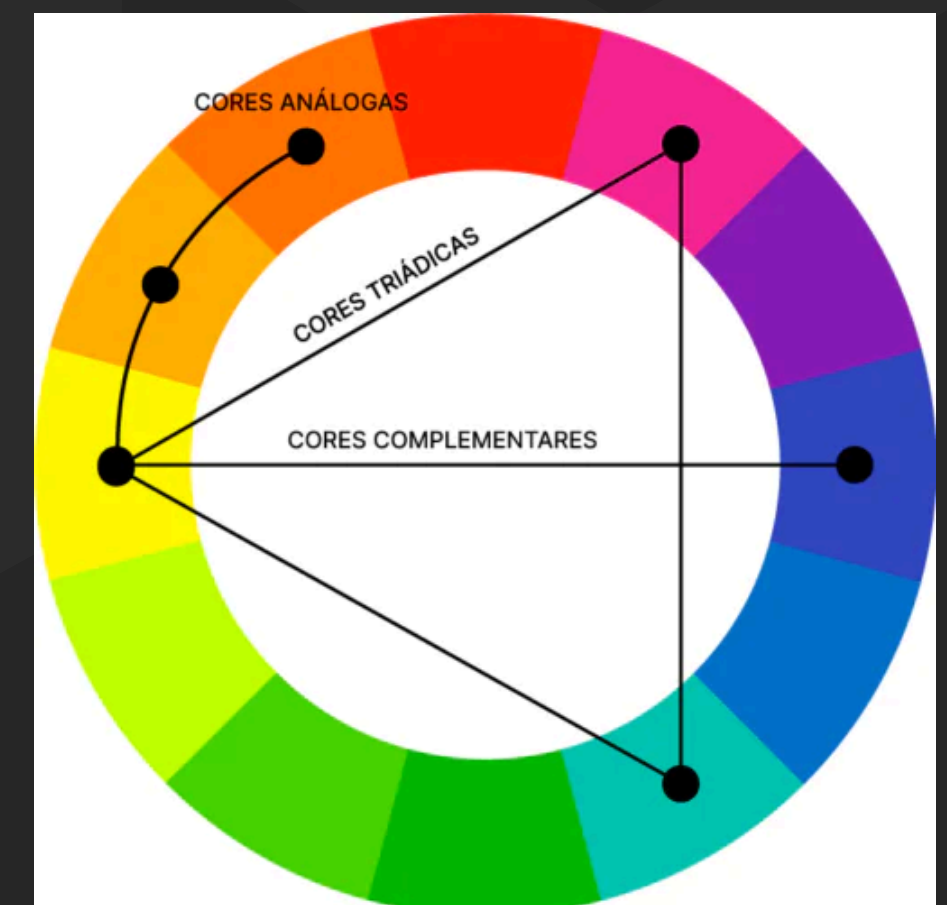
As cores e suas combinações



igualmente espaçadas por
outras 3 cores

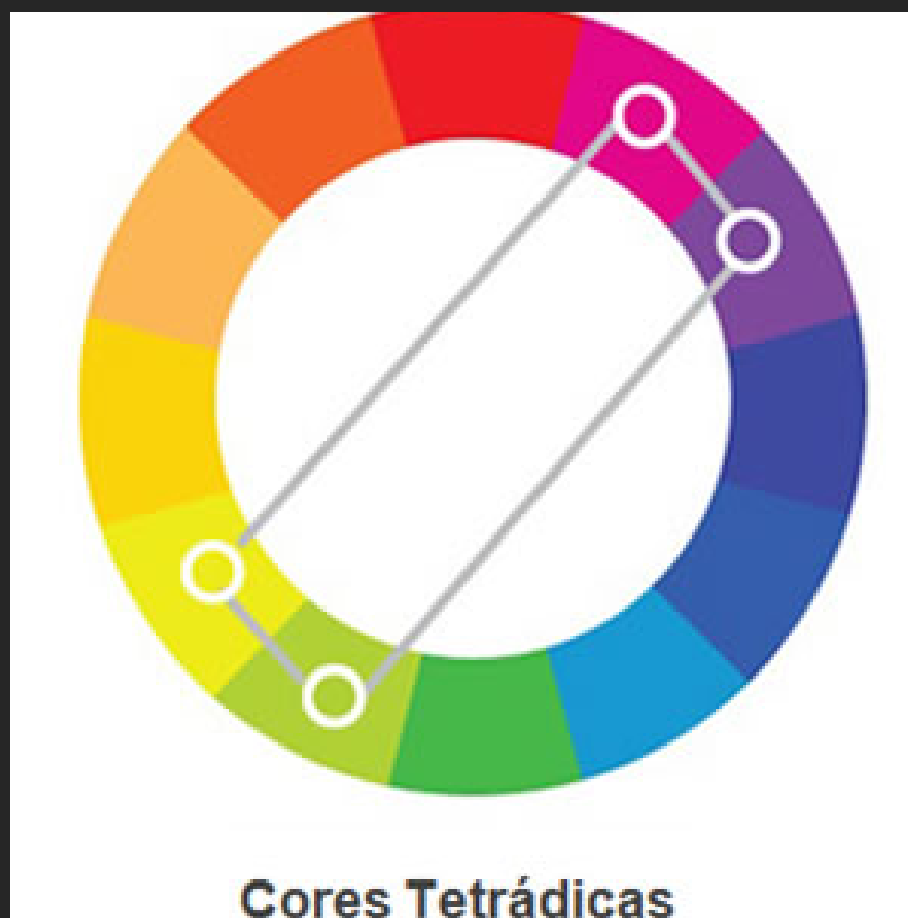


Complementares: Lados opostos
no círculo cromático, EX: Azul e
Laranja no logo do Itaú

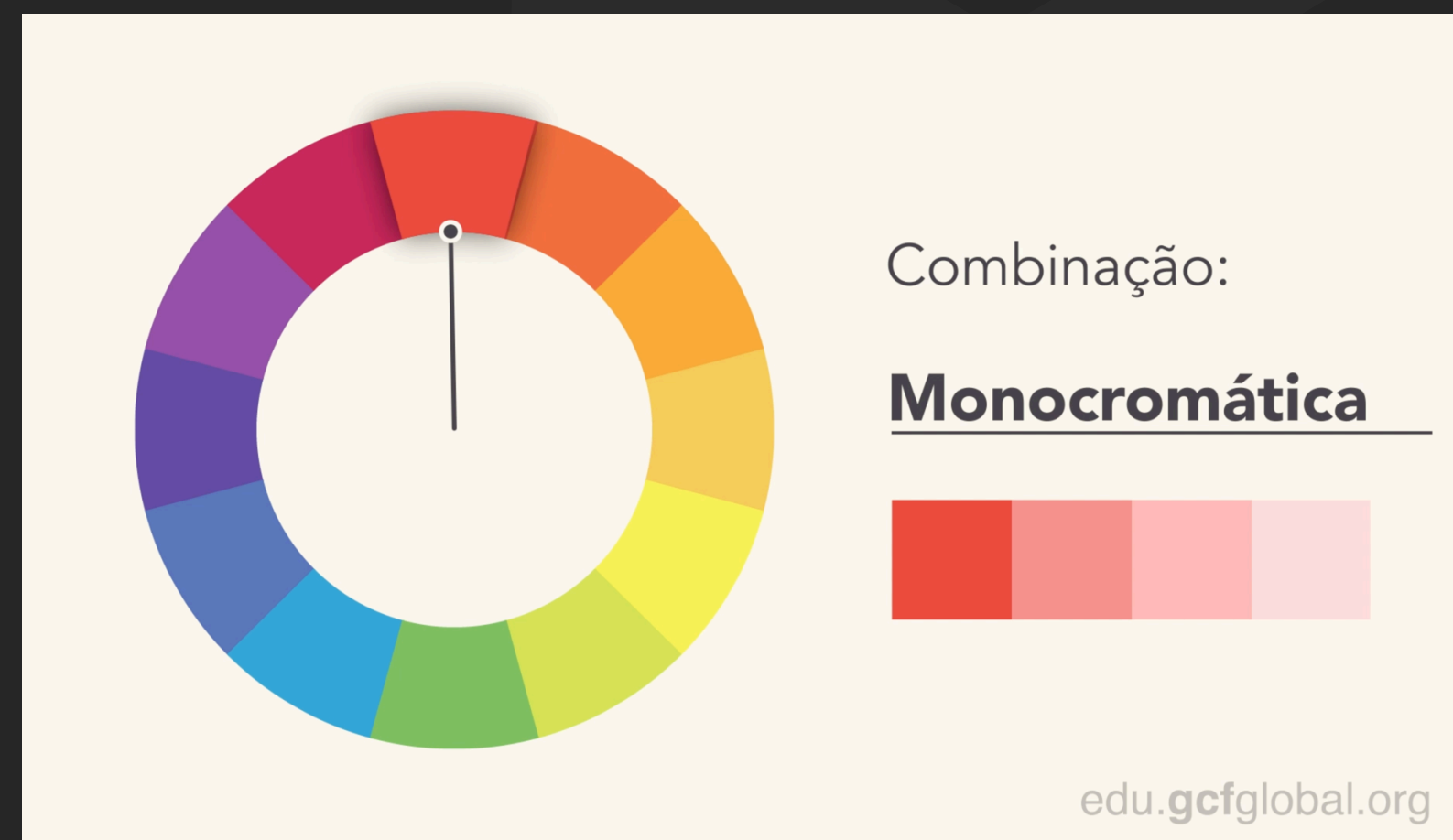


Análogas: Lado a Lado no círculo

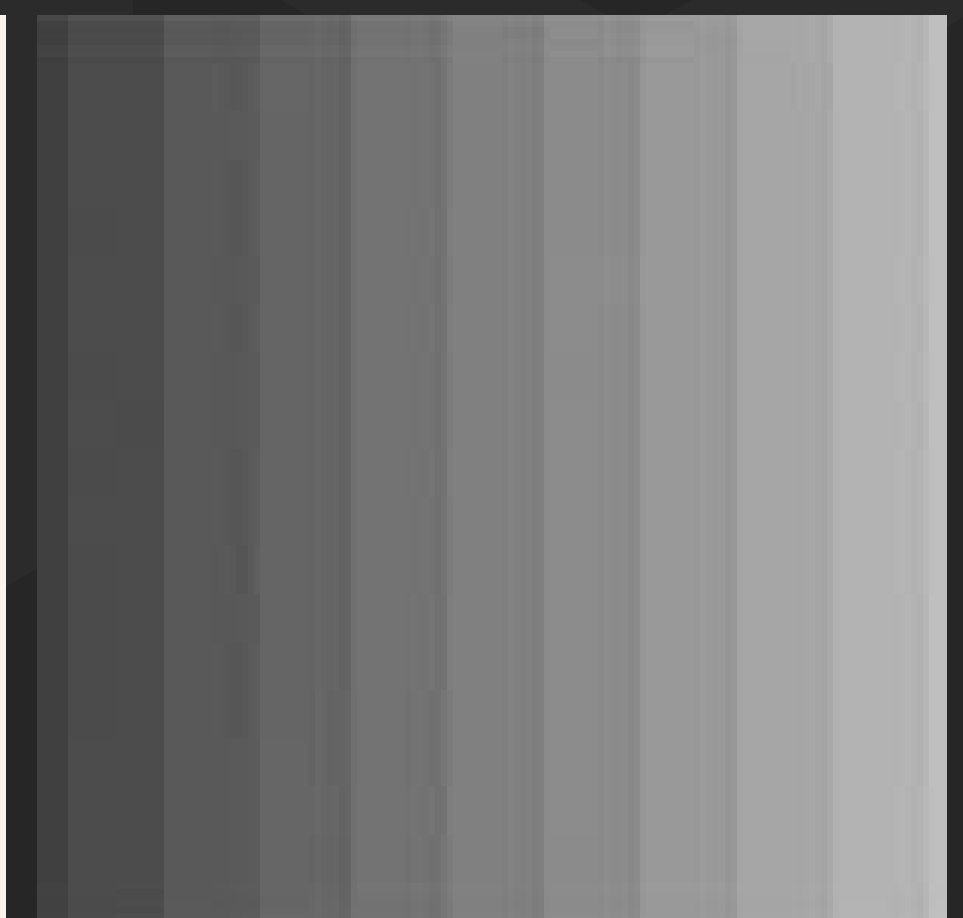
As cores e suas combinações



Ex: Google



Monocromáticas: Muito usadas no web design.
Não use cores como branco e preto total (#FFFFFF ou #000000) experimente usar a escala monocromática mais clara ou escura.



Escala de cinza

Regra do 60-30-10

60% cor primária - cor clara ou escura, fundo, predominante.

30% cor secundária - geralmente inverso da primária, para dar contraste

10% cor em destaque para elementos específicos - CTA'S

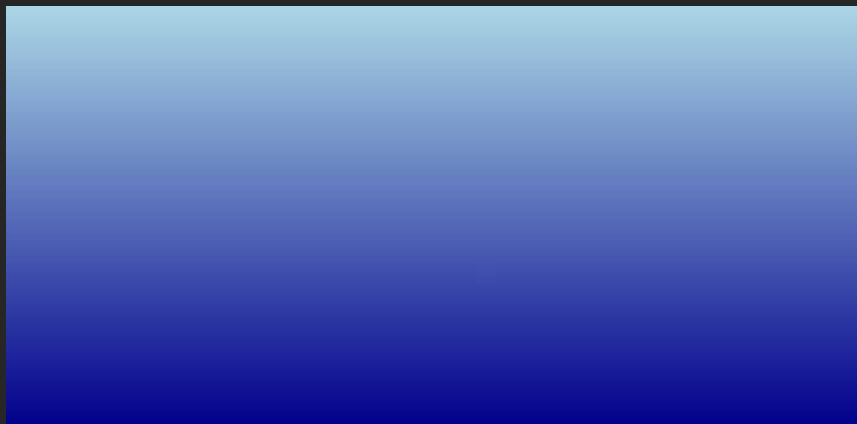
Nessa apresentação: 60% é cinza escuro, 30% branco e 10% pink, quando aparece o botão de CTA.

Eu sou os 10%

Degradê

Mescla de duas cores. suaviza a transição.

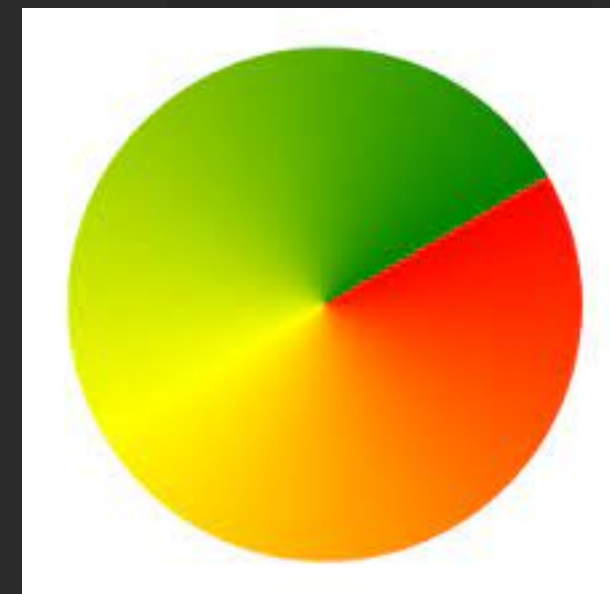
Use, **mas não abuse.**



Linear



Radial



Conic

Seu Design precisa respirar...

is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

Altura de linha 100% ❌

Altura de linha entre 120% títulos, e 150% parágrafos, sendo 1.2em ou 1.5em erro mais comum de designers.

is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

Altura de linha 150% ✔️

Seu Design precisa respirar...

manter a consistência dos espaçamentos,
utilize o sistema de 8 pontos.



Paddings superior e inferior recomendados para seções:

Celular 64px

Tablet 64px a 80px

Desktop 80px a 128px

24px mobile

48px tablet

Web definido pela largura do conteúdo, conforme
ajustado no site.

Tipografia

Tipos de fonte: Serifada e sem serifa.

Fontes Serif passam seriedade, usada muito em material impresso.

Fonte Sans serif mais moderna, utilizada em Web.

Fonte Sora Bold

Sem serifa.

Fonte end flowers

Cursiva

Logotipos

FONTE TRAJAN PRO

Serifada.

Fonte Soopafresh

Display

Artística

Tipografia

Qual tipo deve usar para web?
depende do cliente e do contexto
via de regra utilizar **sem serifa**

Fontes de indicação:

sora

metropolis

poppins

inter

space grotesk

etc...

Tipografia

Tamanhos de fonte web:

Títulos 32px a 64px

Subtítulos 20px a 24px

Parágrafos 14px a 18px

Tamanhos de fonte mobile:

Títulos 24px a 40px

Subtítulos 18px a 20px

Parágrafos 14px a 16px

Tipografia

Tamanhos de fonte web:

Títulos 32px a 64px

Subtítulos 20px a 24px

Parágrafos 14px a 18px

PESO = Espessura da fonte

Poucas fontes, poucos pesos + performance

ideal 1 fonte 2 pesos

peso 400 regular

600 semibold

700 bold...

Espaçamento e caixa alta

frases curtas, texto de apoio

ex: S E U M E N T O R

Espaçamento negativo não exagere pra não
dificultar a leitura

Tipografia

Dica!

Evite linhas muito longas
prefira entre 45 e 75 caracteres por linha

Ferramentas:

Contador de caracteres no google, ex quilbot.



Evite linhas muito longas prefira entre 45 e 75 caracteres por linha. Ferramentas: **Contador de caracteres no google, ex quilbot.**



Tipografia

Dica 2 -

Evite blocos grandes de texto

Evite palavras viúvas. Deixar 2 palavras no mínimo. ✗

is simply dummy text of the printing and typesetting industry.

Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took.

Galley of type and scrambled it to make a type specimen book.



Dica 2 -

Evite blocos grandes de texto

Evite palavras viúvas. Deixar 2 palavras no mínimo. ✓

is simply dummy text of the printing and typesetting industry.

Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took.

Galley of type and scrambled it to make a type specimen book.



Tipografia

**Dica 3 – Use cores diferentes
para títulos e parágrafos.**

Tipografia

Escala tipográfica de 8 pontos

Desktop:

H1 - Heading 1 64px

H2 - 48px

H3 - 40px

H4 - 32px

H5 - 24px

Body 1 - 18px

Body 2 - 16px

Body 3 - 14px

Mobile:

H1 - Heading 1 40px

H2 - 36px

H3 - 32px

H4 - 28px

H5 - 24px

Body 1 - 16px

Body 2 - 14px

Body 3 - 12px

Ícones

- Se for desenhar, **usar um grid.**
- Ajuste óptico em alguns casos
- Manter consistência, mesma largura de stroke, mesma biblioteca, mesmo preenchimento ex: Hero icons
- Não pode ser difícil de entender, bateu o olho tem que entender, ex on/off
- devem ser pequenos, ex: 24x24 32x32 48, 64, 80...



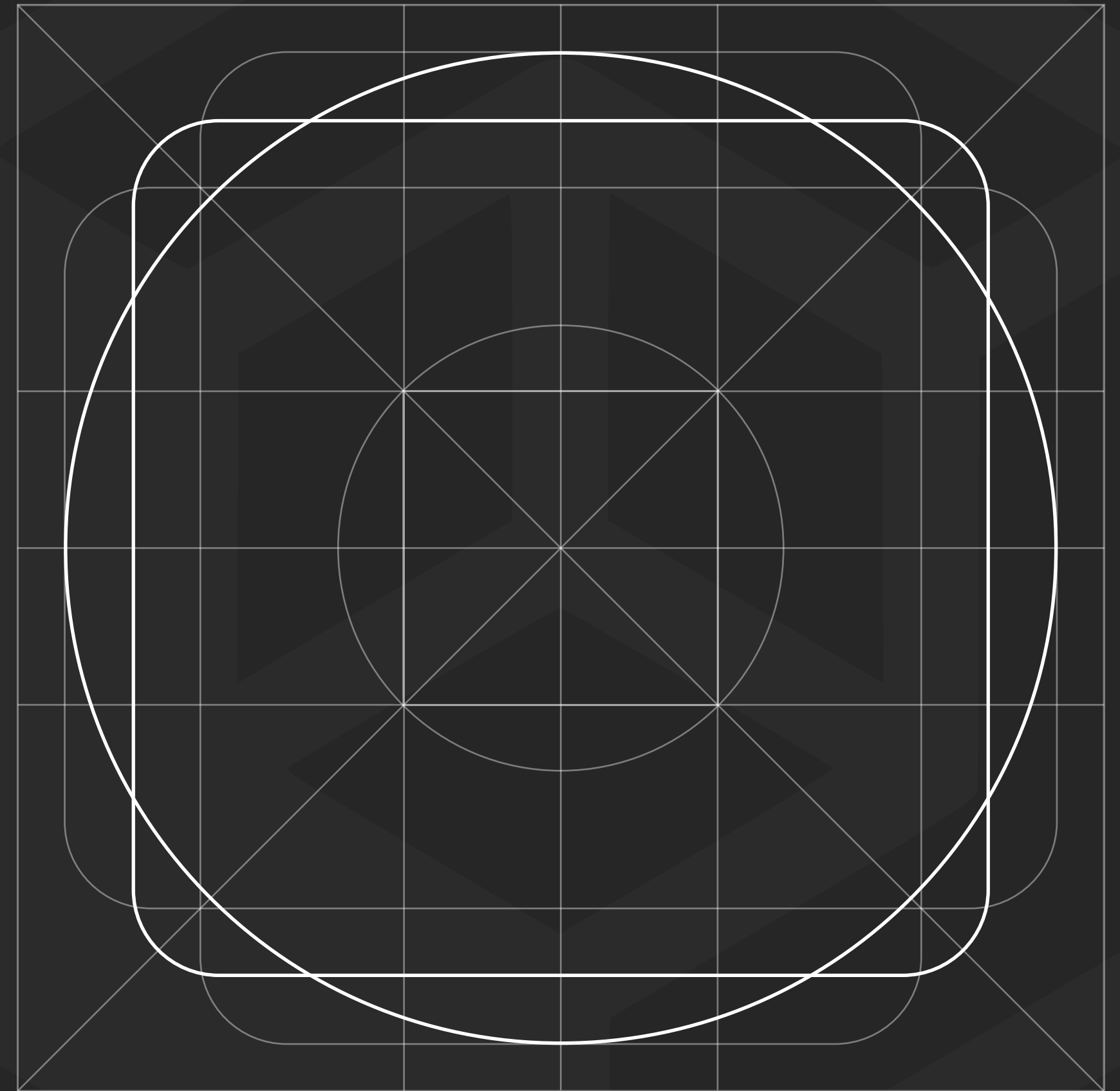
on / off



wifi



excluir



Botões

Hierarquia: Direciona a atenção do usuário para onde quer que ele clique

Comprar agora

Ver semelhantes

Ajuda

Botões

Estados:

Normal, hover, ativo, desabilitado.

Normal

Ajuda

Hover

Ajuda

Ativo

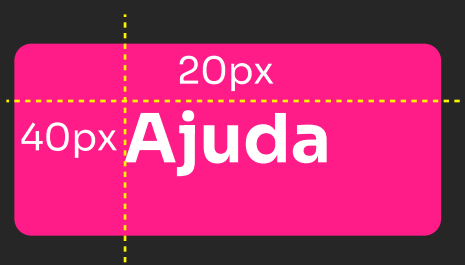
Ajuda

Desabilitado

Ajuda

Tamanho:

Valor do Padding superior, você põe o dobro nas laterais
ex: Superior 20px lateral 40px.



Botões

Border radius - Arredondamento de bordas

0



5



10



100



Evite ficar no meio termo e utilizar formas exuberantes.

28 ✕



Isso não parece um botão

Nem redondo e nem quadrado.

Botões

Fonte entre 16px e 18px

Evite quebra de linha



Textos menores



**Evie textos
muito longos**

Formulários

Colete somente as **informações necessárias**, muitas informações = mais desistência de preencher.

×

Atualizar cadastro

Nome*

Cartório Sjc

E-mail*

cartoriosjc@sjc.br

Nome do titular*

Dr. Francisco Assis

*Campos obrigatórios

Cancelar

Salvar alterações

Formulários

Deixe visível o que você deseja
Use labels, placeholders e máscaras ao seu favor

Nome*

Label*

Ajuste a largura do campo de acordo com o tamanho do seu conteúdo
ex: CEP deixar menor a largura por exemplo.

CEP

Isso quando for itens relacionados
Ex: Cep, Cidade, Estado...

Formulários

Facilite o clique e o toque.

Utilize campos de 40px a 45px de altura por exemplo.

Agrupe em etapas:

Dados pessoais

Dados de entrega...

Pois fica organizado e menos cansativo, ex:

Dados pessoais

Nome*

Contato

E-mail

1 2 3

Nome Completo

CPF

Celular

Voltar Próximo

Dependendo da sua estratégia pode fazer por etapas.

Formulários

Evite menu suspenso (select)

Use quando tiver mais de 3 opções.

você pode deixar visível com radio button:

Estado*

São Paulo

Status do cliente*

☒ Ativo ☐ Standby ☐ Inativo

Formulários

Diferencie botões por ações que irão executar, por exemplo:



Cancelar

Salvar alterações



Cancelar

Salvar alterações

Lembre-se!

Chame a atenção para o botão em que deseja que seu usuário clique mais.

Formatos de imagens

Mais comuns:

Webp JPG SVG GIF PNG

Evite usar GIF, deixa seu site pesado.
use WEBP.

SVG ideal para imagens grandes, é vetorizado
e não deixa pixelado, é ideal para logos,
ícones, shapes (formas)

Até quantos kbytes?

até 50kb ideal

BOM = de 50kb a 100kb

ACEITÁVEL = 100kb a 200kb

MÁXIMO = até 300kb, mas evitar acima de
200kb

Cuidado com as dimensões, use
corretamente de acordo com protótipo.

UX e UI Design

Qual a diferença?

UI = Aparência e interatividade, layout, cores, estética, interação, elementos, tipografia, etc...

UX = Experiência ao interagir, Pesquisa e análise de comportamento, planejamento e jornada do usuário, testes de usabilidade e feedbacks, precisa estar alinhado com o UI para assegurar a boa experiência do usuário.

Podem ser a mesma pessoa.

Design centrado no usuário

você faz para o USUÁRIO.

Não pra você nem somente para seu chefe.

UX e UI Design

Qual a diferença?

UI = Aparência e interatividade, layout, cores, estética, interação, elementos, tipografia, etc...

UX = Experiência ao interagir, Pesquisa e análise de comportamento, planejamento e jornada do usuário, testes de usabilidade e feedbacks, precisa estar alinhado com o UI para assegurar a boa experiência do usuário.

Podem ser a mesma pessoa.

UX e UI Design

Fases para um bom UX de site:

1 – Mapear como e por quem será utilizado:

Qual a faixa etária, condição, celular ou pc?

2 – Pontos de atenção: Capacidade de processamento, pode colocar muitas animações, vídeos, etc? tem como otimizar?

3 – criar possíveis soluções, alternativas...

4 – protótipos testáveis – FIGMA

5 – testar com os usuários e coletar os feedbacks *Mundo ideal

6 – Implementar no site final:

Pesquisas, testes e análises de dados é ideal para UX Design.

Testes de usabilidade

Certificar que as coisas funcionam bem e são fáceis de usar dentro do propósito esperado.

Por que testar?

Descobre-se erros, oportunidades de melhoria, entender o comportamento dos usuários.

Pode ser presencial, online, gravação de tela.

tipos de teste:

Card Sorting: testa a arquitetura da informação;

Entrevistas: entende as necessidades e comportamentos da persona, ou antes de definir uma persona. (para ser mais assertivo ao criar uma)'

Testes práticos: Analisar a navegação e ações do usuário em tempo real.

Testes de usabilidade

Certificar que as coisas funcionam bem e são fáceis de usar dentro do propósito esperado.

Por que testar?

Descobre-se erros, oportunidades de melhoria, entender o comportamento dos usuários.

Pode ser presencial, online, gravação de tela.

tipos de teste:

Card Sorting: testa a arquitetura da informação;

Entrevistas: entende as necessidades e comportamentos da persona, ou antes de definir uma persona. (para ser mais assertivo ao criar uma)'

Testes práticos: Analisar a navegação e ações do usuário em tempo real.

Card Sorting

Itens

- Leggin
- T-shirt
- Shorts
- Luvás
- Blusa
- Tops
- Camiseta

Open

- GRUPO 1
- GRUPO 2
- GRUPO 3

Open

- Unisex
- Blusa
- Luvás
- Masculino
- Camiseta
- T-shirt
- Feminino
- Leggin
- Tops
- Shorts

Closed

- Inverno
- Blusa
- Luvás
- Verão
- Leggin
- Tops
- Shorts
- Primavera
- Camiseta
- T-shirt

Entrevistas

- Presencial, online, formulários
- Mapeia dados demográficos
- Identifica a familiaridade com a tecnologia
- Identifica problemas específicos
- Teste prático (enquanto testa peça para falar em voz alta o que está pensando, seja neutro e não fale mais do que deveria, deixe o usuário se virar e chegar nas próprias conclusões).
- **Teste, analise, teste de novo e conclua!**

UX Writing

Diferente de Copywriting

COPY – influencia, persuadir, engajar, para tomar uma ação de conversão, Marketing...

UX WRITING – Texto que facilite a usabilidade, facilita a interação com o produto.

Texto de orientação.

Ex:

Botão de cadastrar: **Criar conta**

Erro de login: **Usuário ou senha incorretos. Tente novamente;**

Confirmação de pedido: **Seu pedido foi realizado com sucesso!**

As Heurísticas de Nielsen e Vieses Cognitivos

Heurísticas são atalhos mentais que o cérebro cria para tomar decisões rápidas e eficientes

Ex: escovar os dentes vai no embalo, não precisa pensar.

Vieses cognitivos: São padrões de pensamentos que podem levar a percepções ou julgamentos distorcidos.

Ex: Está dirigindo, todo dia vai para sua casa e vira na mesma rua. Você precisa ir pro médico que é para o outro lado, mas foi errado pra casa de forma equivocada. Percepção distorcida.

Vieses Cognitivos

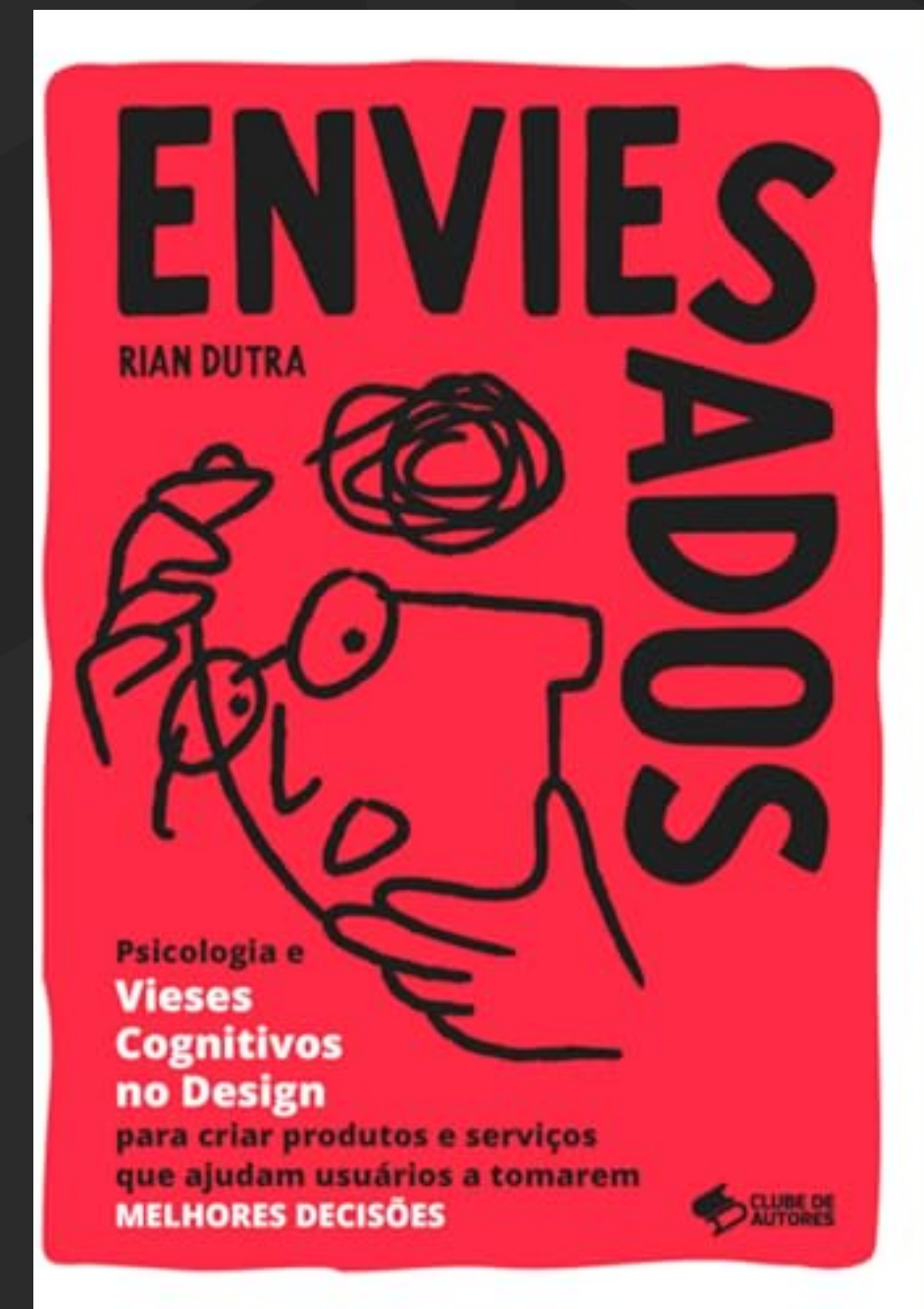
Viés de confirmação:

Usuários tendem a dar mais atenção às informações que confirmem suas crenças ou expectativas, Ex:

Se acredita que um produto **apple é caro**, pode ser mais propenso a notar preços altos em comparação com preços baixos, **mesmo que no site tenha preços baixos passa despercebido.**

Procura evidências pra confirmar uma crença.

Livro que recomendo:



Vieses Cognitivos

Viés de Ancoragem:

Ex:

Adquira nosso curso completo + Bônus exclusivo!

De R\$999 opor **R\$397**

Usuários são influenciados **pela primeira informação que recebem.**

Apresente todos os benefícios e depois o preço.

Vieses Cognitivos

Viés da disponibilidade:

As informações mais fáceis de serem lembradas, tem mais peso na hora de fazer uma escolha

Ex: destaque informações que seja facilmente lembradas pelo usuário

Ex: Hero da página...

linguagem fácil de entender e lembrar, imagem impactante, etc...

Vieses Cognitivos

Viés de aversão à perda:

Usuários tendem a **evitar a perda mais do que buscam o ganho.**

Ex: prefere 1000 reais agora garantido ou arriscar ganhar 2000 ou perder tudo?

A maioria prefere 1000 reais agora, **mesmo que possa ganhar mais por medo de PERDER o que já nem tem agora.**

Utilizar linguagem, você vai PERDER essa chance, é um gatilho

Vieses Cognitivos

Viés de efeito de halo:

Tendem a formar uma impressão geral sobre um produto ou serviço e em seguida usa essa impressão para avaliar outros aspectos, ex:

Se gosta de um produto, **tendem a gostar de outros produtos da mesma marca.**

Estruturar um layout agradável esteticamente pode ajudar a criar uma boa impressão sobre seu produto ou serviço, ex: Apple.

Vieses Cognitivos

Viés da Familiaridade:

Usuários são propensos a utilizar produtos que são semelhantes a eles ex:

Podpah podcast, jovens se conectam.

Vieses Cognitivos

Viés da Escassez:

Usuários valorizam algo quando é escasso, Ex:

Tempo limitado, vagas limitadas, somente x unidades...

Alguns efeitos psicológicos...

Efeito de custo irrecuperável:

Usuário que investiu tempo ou dinheiro dificilmente desiste de algum produto.

Efeito de Von Restorff

Lembram de item que se destacam de um conjunto de itens semelhantes

Ex:

cor, forma, diferente tende a ser mais lembrado. Produto novo, destacar.

Cegueira de banner:

Usuários ignoram banners e anúncios na internet, não polua

Enquadramento

Tendência dos usuários serem influenciados pela **FORMA** que uma informação é apresentada, ex:

Colgate: **9 a cada 10** dentistas recomendam, ou, **1 dentista a cada 10** reprovam.

A informação é a mesma, mas a FORMA é diferente.

Qual a mais atrativa? A positiva ou negativa?

30% ganham mais de 10k

70% nunca ganharam 10k

Desconto Hiperbólico

O usuário valoriza o agora.

Prefere R\$100 de desconto hoje ou R\$200 daqui 1 ano?

prefere o agora.

As 10 Heurísticas de Nielsen

1. **Visibilidade do status do sistema** - Dar feedback visual, carregando, sucesso, erro...
2. **Correspondente ao mundo real** - Nome, ícones e ações. O que significa o ícone de lixeira?
3. **Controle e liberdade para o usuário** - Poder ir para páginas, baixar, cancelar, etc...
4. **Consistência e padrões visuais** - teclas e atalhos
5. **Prevenção de erros** - evitar sempre que possível, tentar prever, se errar precisa ser fácil de corrigir.
6. **Reconhecimento em vez de memorização** - Precisa ser intuitivo. Ex: reconhecer menu hambúrguer, etc...
7. **Flexibilidade e eficiência de uso** - Possibilidade de mudar tema Dark e light, teclas de atalho e etc...
8. **Estética e design minimalista** - Agradável, bonito, fácil de usar. Evite muitas informações e distrações. Foque na tarefa principal.
9. **Ajuda e documentação** - Botão interrogação, FAQ, suporte
10. **Ajude a reconhecer, diagnosticar e se recuperar de um erro** - Dar feedback claro e útil de como resolver o problema.

Algumas famosas Leis...

Lei de Jacob – Aprende rápido os padrões de design e esperam que os padrões sejam consistentes, ex:
Barra de busca: Você digita, aparece o resultado.
Se fosse diferente o processo confundiria.

Lei de Hick – O tempo que leva para um usuário tomar decisões é proporcional ao número de opções disponíveis, ex:

Cardápio com 2 pratos, e com 20 pratos
Qual demora mais?

Organize de forma lógica para ajudar o usuário a escolher mais rápido, evitando fadiga mental.

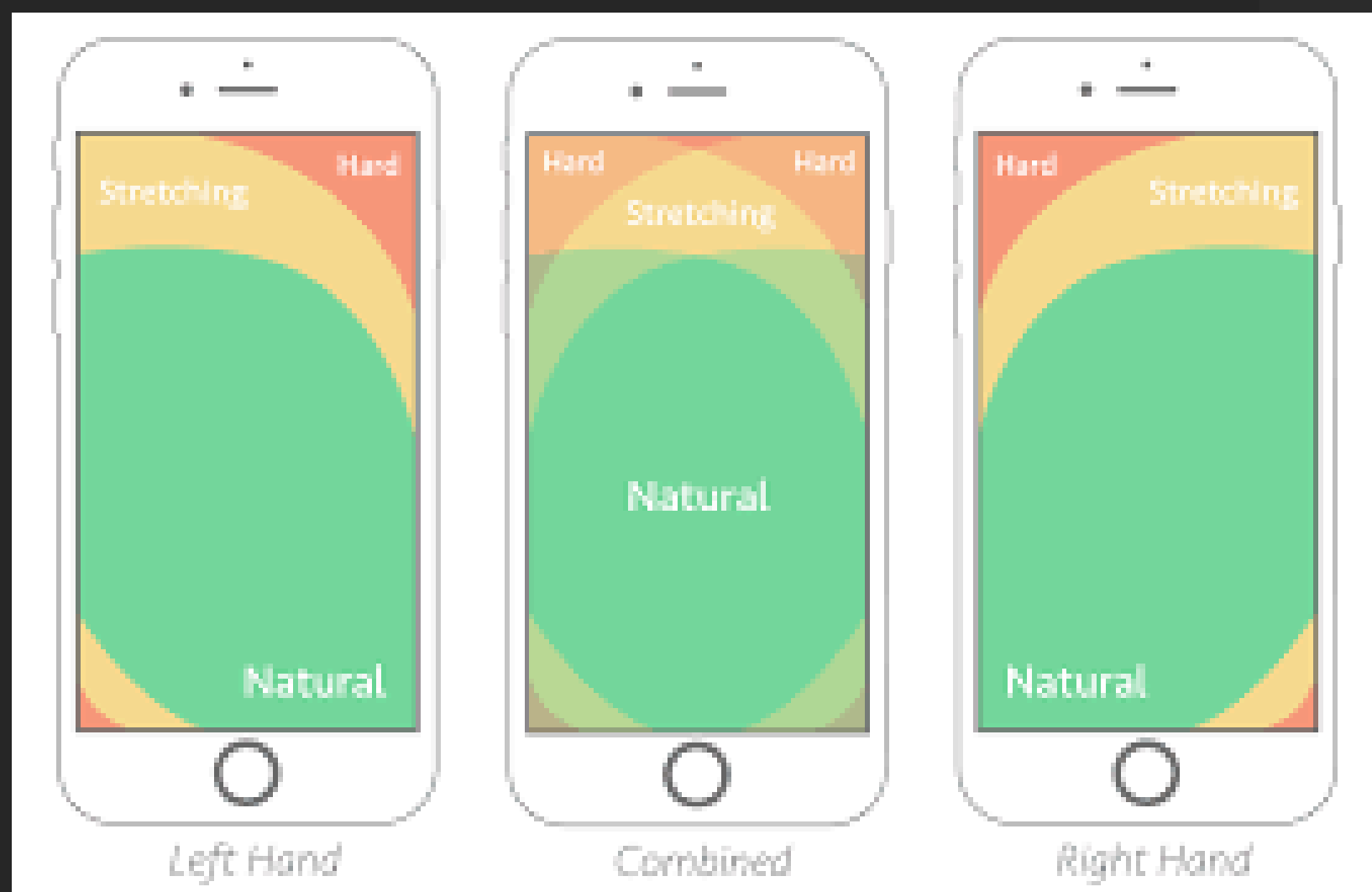
Algumas famosas Leis...

Lei de Fitts – O tempo que leva para um usuário selecionar um objetivo é proporcional ao tamanho do elemento e à distância entre o cursor e o elemento.

Aumente o tamanho dos elementos

Reduza distância entre cursor, dedo, e os elementos.

Ex: Tela Mobile.



Algumas famosas Leis...

Lei de Tesler - Os usuários podem lembrar de cerca de 7 itens de informação ao mesmo tempo.

Dica: **Não colocar muitos bônus em LP.**

Algumas famosas Leis...

Lei de Weber – Para que uma mudança seja percebida, deve ser **significativa** em relação ao estado original.

Ex: Cor do Hover.

Normal

Ajuda

Hover

Ajuda



Normal

Ajuda

Hover

Ajuda



Algumas famosas Leis...

Lei de Doherty - Os usuários tendem a se concentrar entre as primeiras e últimas informações apresentadas em uma listagem ou série, ex:

Cardápio, sempre os itens mais importantes vão estar por primeiro.

Listagem, sempre as informações mais relevantes em um sistema devem estar na primeira coluna à esquerda ou última à direita.

UFA... Acabou!



Muito obrigado e **bons estudos!**



“É melhor você tentar algo, vê-lo
não funcionar e aprender com
isso, do que não fazer nada.”

Mark Zuckerberg