

Sumário Resumido

Prefácio	xiii
1. Layout e Composição.....	1
2. Cor	49
3. Textura	85
4. Tipografia	119
5. Imagens	155
Índice	191

PRINCÍPIOS DO
WEB DESIGN
MARAVILHOSO
TERCEIRA EDIÇÃO

**JASON BEAIRD
& JAMES GEORGE**



ALTA BOOKS
E D I T O R A
Rio de Janeiro, 2016

Sobre os Autores

Jason Beaird é um designer e desenvolvedor front-end com mais de dez anos de experiência, trabalhando em projetos premiados de grande escala. Com conhecimento em design gráfico e paixão por padrões Web, está sempre procurando por maneiras acessíveis de tornar a Web um lugar mais bonito. Quando não está movendo pixels no Photoshop ou remendando com marcações, Jason adora compartilhar sua paixão pela Web com outras pessoas. Ele escreve sobre suas ideias, aventuras e projetos aleatórios em seu site pessoal, <http://jasongraphix.com>.

James George é um web designer profissional dos Estados Unidos, que é apaixonado pelo campo do design. Adora conectar-se com outros designers e desenvolvedores. James gosta de trabalhar próximo a seus clientes e empresas para criar soluções de web design bonitas e poderosas. Você pode encontrá-lo no Twitter¹, Google+² e no LinkedIn³.

Sobre o Editor Técnico

Giovanni DiFeterici é o diretor criativo da marca UnmatchedStyle e trabalha para o Period-Three, um studio de web design em Colúmbia, Carolina do Sul. Ele é o autor de *The Web Designer's Roadmap* (sem edição em português) e organizador das séries de conferências de web design ConvergeSE e BDConf. Recentemente, cofundou a SOCO⁴, um espaço de coworking relaxante para criativos, também em Colúmbia, Carolina do Sul. Seu objetivo é tornar a Web um local mais engajador e recompensador de trabalhar e brincar. Quando não está ajustando códigos, pode ser encontrado pintando, correndo e passando o tempo com sua adorável esposa Amanda e seu filho Roman.

Sobre o SitePoint

O SitePoint é especializado em publicar conteúdos divertidos, práticos e fáceis de compreender para profissionais da Web. Visite <http://www.sitepoint.com/> para acessar seus blogs, livros, informativos, artigos e fóruns comunitários.

¹ <https://twitter.com/creativebeacon/>

² <https://plus.google.com/u/0/+JamesGeorgeWebDesigner>

³ <http://www.linkedin.com/in/creativepro>

⁴ <http://soco-work.com/>

Sumário

Prefácio	xiii
Quem Deveria Ler Este Livro?	xiv
O Que Encontro Neste Livro?	xiv
Convenções Usadas Neste Livro	xv
Exemplos de Códigos	xv
Dicas, Notas e Avisos	xvi
Materiais Suplementares	xvi
Capítulo 1 Layout e Composição	1
O Processo de Design	2
Descoberta	2
Exploração	4
Implementação	4
Definição do Bom Design	5
Anatomia de uma Página da Web	8
Teoria do Grid (Grades)	10
A Regra dos Terços	11
960 Grid System	13
Equilíbrio	15
Equilíbrio Simétrico	15
Equilíbrio Assimétrico	17
Unidade	19
Proximidade	20
Repetição	21
Ênfase	22
Posicionamento	22
Continuidade	23

Isolamento	24
Contraste.....	24
Proporção	25
Layouts Café com Leite	27
Navegação na Coluna Esquerda	27
Navegação na Coluna Direita	28
Navegação em Três Colunas.....	29
Buscando Inspiração.....	29
Utilizando um Arquivo Morto	30
Últimas Tendências.....	31
Novas Tendências	33
Redimensionando: Layouts Fixo, Fluido ou Responsivo	37
Layouts de Largura Fixa	37
Layouts Fluidos.....	37
Design Responsivo.....	38
Resolução de Tela.....	40
Frameworks.....	42
Aplicação: Knoxville Reflexology Group	44
Começando.....	45
Capítulo 2 Cor	49
Associações de Cores.....	50
Temperatura da Cor.....	56
Valor Cromático.....	57
Saturação	57
Teoria das Cores Básicas.....	58
Vermelho, Amarelo e Azul ou CMYK.....	59
O Esquema das Coisas	61
Um Esquema de Cor Monocromático.....	62
Um Esquema de Cor Análogo	65

Um Esquema de Cor Complementar.....	68
Esquemas de Cores Semicomplementares, Triádicas e Tetrádicas	73
Outras Variações	75
Criando uma Paleta.....	76
Notação Hexadecimal	76
Ferramentas e Recursos para Cor.....	78
Color Scheme Designer 3.....	78
Adobe Kuler	79
COLOURlovers	80
Pictaculous.....	80
Verificador de Contraste das Cores.....	81
Aplicação: Escolhendo um Esquema de Cores	82
Capítulo 3 Textura	85
Ponto	86
Linha.....	87
Forma.....	88
Cantos Arredondados	91
Rotação	92
Formas e Layout.....	94
Volume e Profundidade.....	96
Perspectiva	96
Proporção	97
Luz e Sombra	98
Padrão	100
Criando uma Textura	105
Estilos Envelhecido, Desgastado, Usado e Nostálgico	105
Limp e Granulado	108
Scrapbook Feito à Mão.....	110

O Estilo Extravagante de Desenho Animado	112
Textura Mínima	113
Começando Suas Próprias Tendências em Textura	115
Aplicação: Logomarca e Conteúdo	116
Capítulo 4 Tipografia	119
O Uso do Tipo na Web	121
Webfonts com @font-face	123
Hospedando suas Webfonts	123
Serviços de Webfonts	124
Substituição de Imagem de Texto	125
Anatomia dos Tipos de Letras	128
Espaçamento do Texto	130
Espaçamento Horizontal	130
Espaçamento Vertical	132
Alinhamento do Texto	133
Distinções entre Tipos de Letra	135
Fontes com Serifa	135
Fontes sem Serifa	138
Fontes Manuscritas	140
Fontes com Largura Fixa	141
Fontes Novelty	144
Fontes Dingbat	145
Encontrando Fontes	147
Galerias de Fontes Gratuitas	147
Galerias de Fontes Comerciais	147
Artistas e Entidades Particulares	147
Escolhendo as Fontes Corretas	148
Definindo o Tamanho da Fonte e a Altura da Linha	150

Utilizando Pontuação e Caracteres Especiais	151
Aplicação: A Boa Impressão	153
Capítulo 5 Imagens	155
O Que Procurar	156
Fontes de Imagens Legítimas.....	159
Tire ou Produza a Foto	159
Bancos de Imagem	160
Obtendo Ajuda Profissional.....	166
O Que Não se Deve Fazer	168
Google Ganking	168
Fazendo Hotlinks (links diretos).....	169
Clip-art.....	170
Recorte Criativo	171
Ajustes no Photoshop.....	175
Formatos e Resoluções de Arquivos	180
Tratamentos de Imagem Criativos.....	182
Usando Imagens para Melhorar Imagens.....	182
Usando CSS Puro para Melhorar Imagens.....	184
Aplicação: Os Toques Finais	187
Ao Infinito e Além	190
Índice	191

Prefácio

Quando minha esposa e eu nos mudamos para a nossa casa, um de nossos principais projetos era reformar o banheiro. Aquele modelo de papel de parede floral horrível e espalhafatoso, combinado com os acessórios dourados, os espelhos terríveis e a iluminação cafona, davam-nos a impressão de termos voltado uma década no tempo, toda vez que entrávamos no banheiro principal. Remover papel de parede já é um serviço complicado, mas tudo piora quando ele vem em várias camadas. Esse era o caso do nosso banheiro. Aparentemente, o gosto por papel de parede dos antigos donos mudava a cada poucos anos, mas, em vez de removê-los e começar do zero, apenas cobriam a feiura com mais feiura. Ah, a alegria da casa própria!

Se alguma lição ficou das minhas aventuras em reforma é a de que há fortes semelhanças entre projetar a decoração de uma casa e projetar um bom website.

O bom design se preocupa com as relações entre os elementos envolvidos e o equilíbrio entre eles.

Não importa se estamos falando de um website ou da reforma do banheiro, aplicar uma nova camada de papel de parede ou mudar a cor de fundo não é propriamente uma solução em design — é apenas parte dela. Além de retirar o papel de parede e retocar o banheiro com um pouco de tinta, também foi necessário mudar os acessórios de iluminação, remover as portas douradas do chuveiro, trocar os espelhos e as luzes, pintar os armários, substituir os interruptores e as tomadas, e raspar a forração estilo pipoca do teto. Se apenas removêssemos o papel de parede cafona e deixássemos todo o resto, ainda assim continuaríamos com o banheiro obsoleto. O mesmo se aplica ao design de um website: você pode fazer apenas pequenas atualizações até que chega a hora de remover tudo e começar de novo.

As modas são passageiras, mas um bom design resiste ao tempo.

Seguir as últimas tendências em design é uma boa maneira de garantir o atrativo público por algum tempo, mas até quando durarão tais tendências? Pelo que sei, quase nunca tags como *marquee* e *blink* foram aceitas como marca de um web design profissional... Percorrendo, porém, as listas de notícias em JavaScript, os contadores de acesso de “alta legibilidade” e as tabelas montadas com bordas grossas enfeitaram as páginas de boa parte dos sites de destaque do passado. Eles representam os tapetes felpudos, os tetos acústicos brilhantes e os painéis de madeira falsa do mundo do web design. Entre na máquina do tempo da Internet e procure por versões lançadas em meados da década de 1990 de alguns dos websites relacionados às empresas presentes na Fortune 500 e pertencentes à pré-história da explosão dos sites-ponto-com. Tente encontrar exemplos de designs bons e ruins. Em meio à maioria dos sites ultrapassados e ridículos, provavelmente descobrirá alguns que ainda parecem surpreendentemente relevantes. Muito provavelmente, esses designs não são dependentes de filtros chamativos do Photoshop ou tratamentos de imagem da moda. Enquanto lê esse livro, tenha em mente que o bom design transcende a tecnologia.

Os toques finais proporcionam uma bela impressão.

Ouvi recentemente uma discussão de que, no fundo, as pessoas apreciam o “design antimarketing”. O argumento é que confiamos em sites com aparência grosseira e sem

uma cara de profissional. Creio que o argumento é falho. Não importa o tipo de website que se esteja desenvolvendo, o design deverá ser tão intencional quanto a sua funcionalidade. Minha esposa e eu não mudamos a funcionalidade do banheiro com a reforma que fizemos. Nós apenas ajustamos os detalhes com precisão e eles fizeram toda a diferença. Algumas pessoas talvez conseguissem conviver com o banheiro assim como era, mas duvido que você encontraria alguém que dissesse que era exatamente o que queria.. Da mesma forma, quando se está desenvolvendo um website, é preciso gastar tempo na sua elaboração. Sob nenhuma circunstância, o design deverá parecer inacabado ou descuidado. Se deseja passar uma ideia provocativa, antimarketing e não corporativa, vá em frente, mas faça tudo bem-feito — não há motivos para alegar ignorância ou se sentir intimidado pelo design.

Meu objetivo neste livro é simples: apresentar meus conhecimentos sobre design, de tal modo que qualquer um possa compreendê-los e aplicá-los. Por quê? Porque os princípios básicos do design de um website têm que ser algo do conhecimento comum. Todos nós convivemos e trabalhamos com uma Internet que, desde o princípio, tem sido coberta por feiura sobre feiura. É hora de quebrarmos a corrente e nos movermos corajosamente rumo a um melhor design.

Quem Deveria Ler Este Livro?

Se você está confuso sobre quais cores escolher, sente-se sem inspiração com uma janela em branco de um navegador ou se perde tentando escolher a fonte correta, então este livro é para você. Adotei uma abordagem metódica para a apresentação da teoria do design gráfico tradicional conforme aplicada à indústria do desenvolvimento de websites atual. Embora o conteúdo se destine a programadores e desenvolvedores, ele oferece um manual de design e exemplos relevantes, que ajudarão os leitores de qualquer nível.

O Que Encontro Neste Livro?

Esse livro compreende os cinco capítulos a seguir. Você pode lê-los do começo ao fim para adquirir um entendimento completo do assunto ou pular capítulos, se você apenas precisa de uma atualização de um tópico em particular.

Capítulo 1: *Layout e Composição*

A noção de design depende enormemente da compreensão das relações espaciais existentes entre os componentes individuais de um projeto. O capítulo sobre layout dá o pontapé inicial ao processo de design, investigando possíveis componentes de páginas. Uma vez definidos esses blocos, discutiremos algumas ferramentas e exemplos que o ajudarão a começar seus próprios designs com base em um fundamento sólido. Para finalizar essa discussão, examinaremos o Knoxville Reflexology, um projeto de um cliente real que será usado como exemplo ao longo de cada capítulo.

Capítulo 2: *Cor*

Talvez o aspecto mais misterioso do design seja o tópico da seleção de cores. O Capítulo 2 lança alguma luz sobre o assunto, ao se aprofundar nos aspectos tanto estéticos quanto científicos da teoria das cores. Munido dessas diretrizes simples e de algumas

dicas para a criação de combinações de cores harmoniosas, você verá que qualquer um pode selecionar um conjunto de cores com resultados bastante satisfatórios em termos de complementação da mensagem geral do website. Finalmente, vamos aprender como a paleta de cores para o site Knoxville Reflexology foi escolhida.

Capítulo 3: *Textura*

Um dos aspectos geralmente ignorados no web design, a textura é o elemento-chave para a criação de designs de destaque. Compreendendo o modo de funcionamento dos elementos individuais da textura, você aprenderá a utilizar pontos, linhas e formas para comunicar e difundir a mensagem do seu site em diversos níveis. Então, veremos em primeira mão como as texturas ajudaram a moldar a identidade e a personalidade de nosso website de exemplo.

Capítulo 4: *Tipografia*

A importância da tipografia é inegável. Os tipos estão em toda parte e é essencial a qualquer designer visual compreender a mecânica da linguagem escrita. Neste capítulo, nos aprofundaremos neste rico tópico, explorando os elementos básicos dos tipos de letras e investigando as várias diferenças entre estilos de caracteres.

Capítulo 5: *Imagens*

Companheiras necessárias para qualquer site bem elaborado são as imagens e as ilustrações, que embelezam suas páginas. No capítulo final, discutiremos o que devemos procurar nos elementos visuais a serem utilizados em nossas páginas e como localizar fontes de imagens de apoio legítimas. Naturalmente, encontrar as imagens certas é, na maioria das vezes, apenas o começo. Aprenderemos, também, os princípios básicos de edição de imagens, antes de vermos o passo final de nosso exemplo de projeto.

Convenções Usadas Neste Livro

Você perceberá que usamos determinados estilos de tipografia e layout em todo o livro para mostrar diferentes tipos de informação. Observe os seguintes itens.

Exemplos de Códigos

Os códigos deste livro serão mostrados, usando-se uma fonte de largura fixa, assim como:

```
<h1>A Perfect Summer's Day</h1>
<p>It was a lovely day for a walk in the park. The birds were
singing and the kids were all back at school.</p>
```

Algumas linhas de código são destinadas a serem inseridas em uma única linha, mas tivemos que separá-las devido a restrições da página. Uma ➤ indica uma quebra de linha, que existe apenas para propósitos de formatação e deve ser ignorada:

```
URL.open("http://www.sitepoint.com/blogs/2007/05/28/user-style-she
➤ets-come-of-age/");
```

Dicas, Notas e Avisos



Ei, Você!

Dicas lhe darão pequenos pontos úteis.



Aham, Com Licença...

Notas são observações úteis, que estão relacionadas - mas não são críticas - ao tópico. Pense nelas como petiscos extras de informações.



Importante: Certifique-se de Sempre...

... prestar atenção a esses pontos importantes.



Aviso: Cuidado!

Avisos ressaltarão quaisquer surpresas que poderiam engana-lo pelo caminho.

Materiais Suplementares

<http://www.learnable.com/books/the-principles-of-beautiful-web-design/>

O website do livro (conteúdo em inglês), contendo links, atualizações, recursos e mais.

<http://www.sitepoint.com/forums/forumdisplay.php?53-CSS-amp-Page-Layout>

Os fóruns da SitePoint (em inglês), para conseguir ajuda com qualquer problema complicado de Web.

Layout e Composição

Para muitos desenvolvedores Web, incluindo eu mesmo, a parte mais assustadora do processo de design é dar o passo inicial. Imagine-se, por um momento, sentando à sua mesa, munido apenas de uma xícara de café e do cartão de visitas de um cliente em potencial, que precisa de um website básico para a sua empresa. Geralmente, o cartão de visitas traduz muito da identidade da empresa e pode ser usado como inspiração para o design.

Infelizmente, não é esse o caso do cartão da Silva Serviços, na Figura 1.1. Ele é preto e branco, puro texto, sem figuras — blá-blá-blá. Pense em uma tela em branco! E agora? O que fazer? Você precisa de um plano... e precisa entrar em contato com o Sr. Silva. Com alguns esclarecimentos críticos do cliente sobre o que de fato a empresa dele faz e após obter informações relativas ao conteúdo a ser trabalhado, você estará pronto para apresentar um layout e um design bem-sucedidos.



Figura 1.1. Cartão de visitas insofisticado de um cliente

Qualquer um, independentemente do seu nível de talento artístico, pode criar designs funcionais e atraentes — isso só requer uma pequena experiência e o conhecimento prático de alguns princípios básicos de layout. Começemos, então, pelo básico e, muito em breve, você terá o fundamento necessário para produzir websites de alta qualidade.

O Processo de Design

Projetar um website pode ser uma faca de dois gumes. O processo está em algum lugar entre a arte, a ciência e a resolução de problemas. Sim, nós queremos criar um site individual que seja esteticamente agradável, mas nossa maior prioridade deve ser atender às necessidades do nosso cliente. Essas necessidades podem ser elevadas e elaboradas ou elas podem apenas ser a disponibilização de informações. Entretanto, se falharmos em ouvir atentamente, o projeto inteiro desabarará, junto com nossa reputação. Os detalhes técnicos do desenvolvimento, hospedagem e manutenção de um website ou sistema podem ser, bem, técnicos. O processo de criação de um *design comp*, no entanto, pode ser resumido a apenas três tarefas básicas: descoberta, exploração e implementação.



O que é um Comp?

A palavra comp é a abreviação para “boneca completa” — um termo que deriva do mundo do design impresso. O termo indica a simulação completa de um layout impresso, criada antes de o layout propriamente dito ser enviado para impressão. Ao traduzir o termo para a linguagem do web design, um comp representa a imagem de um layout, criada antes de desenvolvermos o protótipo do design em HTML.

Descoberta

O componente de descoberta do processo de design envolve conhecer os clientes e aprender o que eles fazem. Isso pode parecer um pouco contraintuitivo, mas reunir informações sobre quem são seus clientes e como eles conduzem seus negócios é a única forma de chegar a um design adequado e eficaz.

Antes de agendar a primeira reunião com clientes, gaste algum tempo pesquisando o negócio deles. Se pediram a você para que crie um website, é porque provavelmente não possuem nenhum no momento, mas, mesmo assim, tente encontrá-los no Google. Se não houver nenhuma informação específica relacionada à empresa deles, tente descobrir um pouco mais sobre o ramo de atividade em que atuam antes da primeira reunião. Sempre que possível, a primeira reunião deverá ser conduzida pessoalmente. Em algumas ocasiões, a distância poderá decretar que a reunião inicial seja feita por telefone, mas, se o cliente estiver na mesma cidade que você, reserve um horário para encontrar-se com ele pessoalmente.

Lembre-se que o objetivo do primeiro encontro não é impressionar o cliente nem vender sua própria imagem de designer ou um website. O alvo da reunião é a comunicação e o estabelecimento do que o cliente quer. Tente ouvir mais e falar menos e leve consigo um bloco para tomar notas. Se levar um laptop ou tablet com você para falar sobre exemplos de website, limite o tempo em que irá usá-lo. Computadores têm telas e as pessoas acabam se prendendo a elas; se o cliente não estiver olhando para a tela o tempo todo, você provavelmente estará, enquanto faz suas anotações. Caso seja necessário recorrer à tecnologia na reunião, use um

aplicativo de gravação de voz para gravar a conversa — com a permissão do cliente, claro. Na minha experiência, entretanto, digo que um bloco de papel é menos ameaçador e muito menos uma distração para um cliente sem muita intimidade com a tecnologia.



Reuniões com o Cliente Não Precisam Acontecer em um Escritório

Mesmo quando trabalhei para uma empresa em um grande escritório, algumas das minhas reuniões mais produtivas com o cliente aconteceram em um café ou durante um almoço. A viabilidade dessa abordagem depende do cliente. Se o seu contato não parece ser do tipo que admite reuniões informais, então esqueça a sugestão. Em muitos casos, porém, essa é uma excelente maneira de tornar reuniões de negócios mais pessoais.

Veja a seguir algumas das perguntas que gosto de fazer a um cliente em um primeiro encontro, mesmo que já as tenha respondido através de um mecanismo de pesquisa:

- O que a sua empresa faz?
- Qual a sua função na empresa?¹
- A empresa já possui um logotipo ou marca? Qual o seu objetivo em desenvolver um website?
- Quais informações gostaria de disponibilizar on-line?
- Qual tipo de pessoas representa o seu público-alvo? Elas compartilham algo em comum, como idade, sexo ou localização geográfica?
- Quem são seus concorrentes? Eles possuem websites?
- Você tem exemplos de websites que gosta ou não gosta?
- Qual o prazo que você tem para o projeto e qual o seu orçamento?

Se o projeto é reformular um website existente, também gosto de perguntar:

- O que seus visitantes geralmente procuram quando visitam seu site?
- Quais os problemas com o seu design atual?
- O que você pretende atingir com um redesign?
- Existem elementos do site atual que você quer manter?
- Como você acha que os visitantes reagirão a um novo design do site?

Às vezes, começo fazendo mais perguntas, além das relacionadas acima. Use a sua imaginação e tente formular perguntas criativas, com as quais você poderá obter melhores esclarecimentos sobre o negócio do cliente. Se você é um programador, evite usar o jargão técnico. Se for um designer, evite falar especificamente em design. Sem dúvida, talvez isso seja tudo o que esteja na sua mente, contudo “marcação semântica”, “layouts responsivos” e assim por diante, provavelmente, não farão nenhum sentido para o cliente. Pior ainda, esse tipo de conversa pode trazer opiniões mal dirigidas em seu caminho, antes mesmo de você ter a chance de começar a pensar no design.

¹ Esta questão é especialmente importante, se esta pessoa for seu principal contato.

Exploração

O passo seguinte no processo de design é levar o que foi aprendido com o cliente ao seu laboratório para análise, dissecação e experimentação. Você deve conhecer bem todas as informações sobre os produtos e serviços que ele tem a oferecer e jogar com a forma como elas poderiam ser organizadas. Coloque-se no lugar dos visitantes do website e se pergunte o que essas pessoas estão procurando. Se você está pensando em comprar um produto, o que precisa saber antes de comprar? Se você está adquirindo um serviço, onde buscaria saber sobre as diferentes ofertas e qual nível de serviço precisa? Qual o título mais claro para a página x e quantos passos são necessários para chegar à página y?

No mundo do web design, esse é o início do processo conhecido como **arquitetura da informação** ou AI, para abreviar. Para websites expansivos e aplicativos complexos, a arquitetura da informação é uma carreira em si, mas os princípios básicos desse campo podem fornecer uma fundação sólida até mesmo para os menores websites. Para o estágio de exploração de nosso processo, queremos focar em organizar o fluxo de conteúdo do website em uma estrutura que possamos desenvolver.

Duas das ferramentas mais essenciais para essa tarefa são papel de rascunho (ou um quadro branco, se você tiver) e um grande bloco de notas adesivas. Faça uma lista de todos os detalhes do website e comece a separá-los em grupos e subgrupos. Esses mudarão muito de categorias e é aí que as notas adesivas entrarão em ação. Se você fizer uma anotação para cada seção, subseção e página do site, poderá organizá-las em uma parede, na ordem em que aparecerão na navegação de seu site. Você não vai querer sobrecarregar o visitante com muitas opções, mas também não vai querer enterrar as informações muito profundamente dentro do site; ou seja, a muitos cliques da página inicial. Não há regras fixas para essa atividade; apenas torne as informações mais óbvias e fáceis de acessar.

Implementação

Agora que já pensamos em como queremos organizar as informações com que estamos trabalhando, a etapa de implementação de nosso processo de design começa com a criação de um layout. Independentemente do tipo de projeto, tente não se ater à tecnologia associada com a montagem de websites — pelo menos no primeiro momento. Neste ponto, não importa se o site consistirá exclusivamente em linguagem HTML, em um modelo de sistema de gerenciamento de conteúdo ou em um aplicativo Ruby on Rails; a questão essencial é que temos uma interface para projetar e uma folha de papel em branco. “Papel?” Isso mesmo! Papel. Achou que já poderia voltar para o seu precioso computador? De forma alguma. Entenda o porquê: é muito fácil perder o foco no design quando se está pensando o layout em frente a um computador. Começando pelo papel, você pode ignorar as limitações técnicas de navegadores e CSS para se concentrar no aspecto que deseja dar ao seu produto final. Agora, você pode estar achando que todo bom designer carrega, para todo lugar, aqueles maravilhosos cadernos de desenho de capa dura, nos quais utilizam marcadores e tintas caríssimas para produzir obras-primas ao estilo Da Vinci, representando os layouts das páginas da Web. Da minha parte, uso um caderno de desenho espiral e qualquer instrumento de escrever que encontre sobre a mesa e que ainda funcione.

Começo rabiscando alguns layouts possíveis. Após desenhar alguns, escolho um que me agrada, pulo para o Photoshop e utilizo a ferramenta Retângulo, para cobrir as áreas

marcadas na minha folha de papel. Uma vez definido o layout, faço testes para as cores de fundo e de primeiro plano, até estabelecer um esquema de cores consistente. Prossigo, apertando comandos aqui e ali no Photoshop, definindo pixels, até que, finalmente, como em um passe de mágica, tenho uma boneca para mostrar ao cliente.

Simples, não? Bem, talvez eu tenha pulado algumas etapas nessa breve descrição, porém, para ser franco, quando me perguntam como faço o meu trabalho, as explicações dadas seguem mais ou menos essa linha. A verdade é que há um amontoado de informações no meu subconsciente, oriundas da minha experiência passada, além das velhas aulas na faculdade de arte e design, que me ajudaram a definir meu próprio processo de design.

Aprender a criar um design é como aprender a programar. Alguns já têm jeito para a coisa, mas qualquer um pode aprender. Da mesma forma como há códigos bons e ruins, também há designs bons e ruins. O aprendizado de alguns dos princípios e convenções associados ao design o ajudará a compreender a diferença entre o bom, o ruim e o péssimo, além de guiá-lo no estabelecimento do seu próprio processo de design.

Definição do Bom Design

São dois os pontos de vista principais que norteiam a maioria das pessoas em sua definição sobre se o design de um website é “bom” ou “ruim”. Há o ponto de vista estritamente prático, cujo foco é a funcionalidade, a informação apresentada de maneira eficaz e a eficiência. Em seguida, temos a perspectiva puramente estética, que envolve o valor artístico e o apelo visual do design. Algumas pessoas detêm-se nos aspectos estéticos e gráficos e acabam deixando o usuário de lado, enquanto alguns gurus da praticidade se perdem em seus testes com o usuário e esquecem o atrativo visual. A fim de alcançar o público e manter o seu interesse, é essencial explorar ao máximo ambos os aspectos.

O mais importante é ter em mente que design significa comunicação. Se você criar um website prático, com informações bem-apresentadas, porém feio e sem conexão com a marca do cliente, ninguém vai querer usá-lo. Da mesma forma, se você criar um website atraente, mas que seja difícil de usar ou inacessível, as pessoas sairão. O fato é que os elementos e a funcionalidade do design final de um website devem atuar como uma unidade coesa, de modo que:

Os usuários se sintam satisfeitos com o design, porém atentos ao conteúdo

Uma das maiores preocupações entre os profissionais da praticidade é o tempo perdido pelo usuário tentando localizar a página que contém a informação desejada, seja ela um tópico de conteúdo, um link para outra página ou o campo de um formulário. O design não deve ser um obstáculo; ele deve agir como um intermediador entre o usuário e a informação.

O site Harmony Republic² (ilustrado na Figura 1.2) é um bom exemplo de design bonito e prático. As ilustrações ricas e coloridas fluem ao redor da estrutura da página, que é embelezada com uma navegação desenhada à mão e um layout simples. A abundância de elementos orgânicos feitos à mão criam um contraste e ajudam a atrair os olhos aos artistas em destaque, sem interferir na legibilidade da página ou na sua organização.

² <http://www.harmonyrepublic.com/>

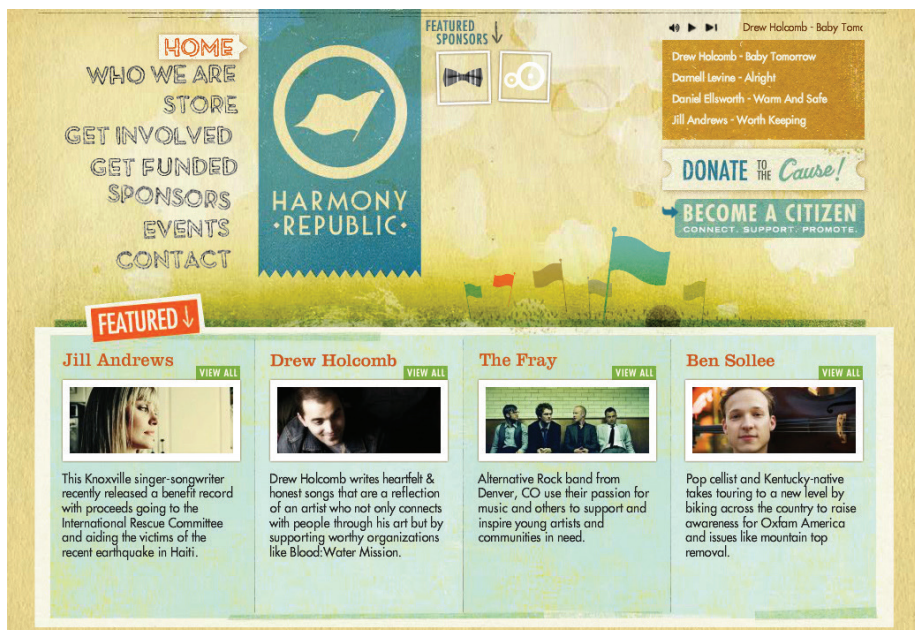


Figura 1.2. Harmony Republic

Os usuários possam percorrer facilmente por uma navegação intuitiva

Discutiremos um pouco mais sobre a disposição da navegação nas páginas mais tarde, porém o principal bloco de navegação propriamente dito deve estar claramente visível na página, com cada um dos links acompanhado de um título descritivo. Uma estrutura de navegação que, além de alterar a exibição visual com o passar do mouse, indica também a página ou seção ativa (como no caso do menu ilustrado na Figura 1.3) ajuda os usuários a se situarem e a descobrirem como chegar onde desejam.

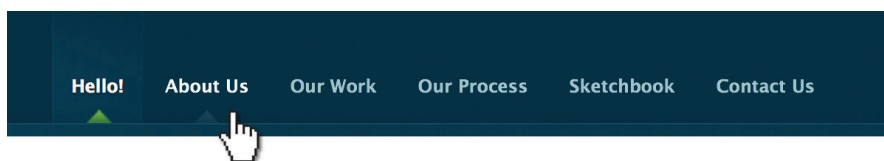


Figura 1.3: Menu de navegação do site nclud.com, uma agência de web design de Washington D.C.

A navegação secundária, os campos de pesquisa e os links de saída não devem ser os elementos predominantes da página. Se facilitarmos a localização de tais itens e os separarmos visualmente do conteúdo, permitiremos aos usuários manter o foco na informação — e ainda assim saberão aonde ir, quando estiverem prontos para avançar para outro conteúdo.

Os usuários reconheçam cada página como pertencente ao site

Mesmo que haja diferenças dramáticas entre o layout da página inicial e o restante do site, é imprescindível a coesão entre tema ou estilo ao longo de todas as páginas, de modo que o design não perca seu sentido.

Observe as três capturas de tela do website *Moore School of Business*³ na Figura 1.4. Embora os blocos de conteúdo, nessas páginas, tenham sido divididos de maneiras diferentes, o usuário encontrará diversos indicadores visuais evidenciando que tais páginas pertencem ao mesmo site. Grande parte dessa unidade se deve à repetição da identidade e aos blocos de navegação. O uso consistente de uma paleta de cores um tanto limitada (preto, cinza, amarelo e vermelho) também ajuda a unificar as páginas.

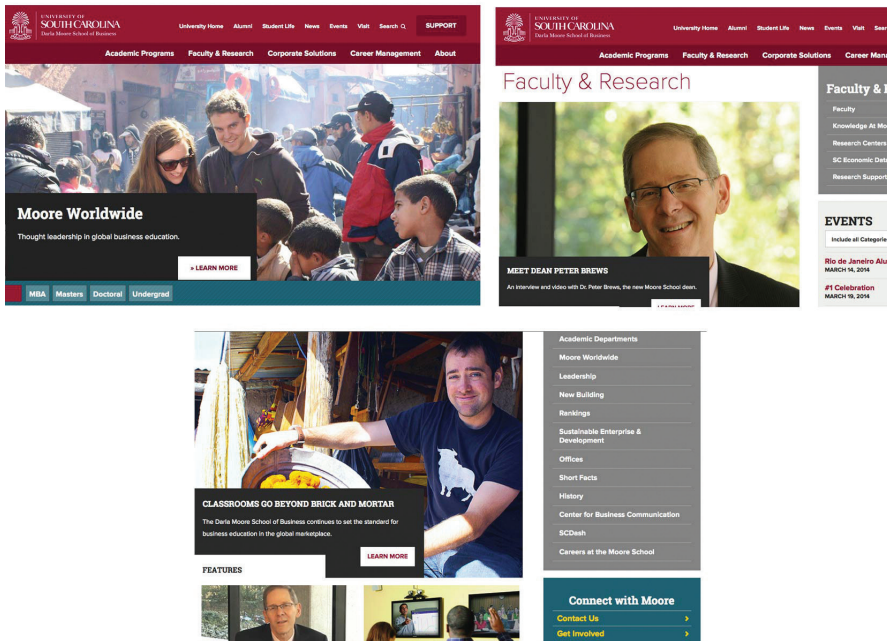


Figura 1.4. Páginas da Moore School of Business

³ <http://mooreschool.sc.edu/>

Anatomia de uma Página da Web

Mesmo para quem não é designer, a definição de um design que satisfaça a todos os requisitos esboçados acima é uma tarefa simples. É algo semelhante a montar frases na geladeira, utilizando peças magnéticas com palavras poéticas. Embora as palavras possam ser organizadas de milhões de formas diferentes, apenas algumas combinações fazem sentido. Esse jogo de palavras assemelha-se aos componentes, ou blocos, de uma página da Web. Apesar de o número de blocos necessários depender do tamanho e do assunto do site, a maioria deles contém os componentes observados na Figura 1.5.

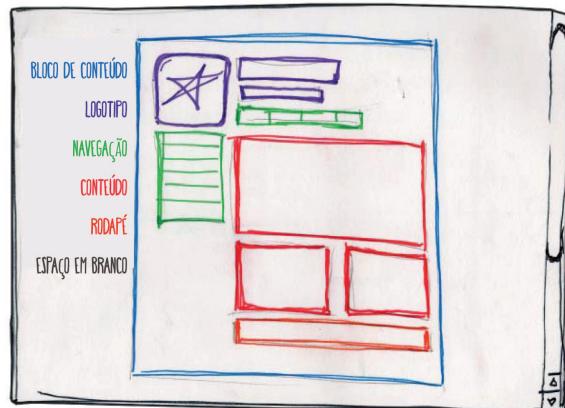


Figura 1.5. A anatomia de uma página da Web

Vejamos cada um desses componentes por vez:

Bloco de Conteúdo

Toda página possui um contentor. Poderíamos defini-lo na forma da tag `body` da página ou uma tag `div`, contendo todo o conteúdo. Sem algum tipo de contentor, não teríamos onde colocar o conteúdo da nossa página. Os elementos vagariam para fora dos limites da nossa janela de navegação, sumindo no espaço vazio. A largura do contentor pode ser fluida, isto é, que se expande para preencher a largura da janela de navegação, ou fixa, de forma que o conteúdo tenha a mesma largura, não importando qual seja o tamanho da janela.

Logotipo

Quando um designer fala em identidade, ele está se referindo ao logotipo e às cores presentes nas diversas formas de marketing de uma empresa, tais como cartões de visita, papel timbrado e assim por diante⁴. O bloco de identidade exibido em um website deve conter o logotipo ou o nome da empresa, devendo aparecer no topo de cada uma das páginas do site. O bloco de identidade fortalece o reconhecimento da marca e permite aos usuários certificarem-se que estão visualizando páginas pertencentes a um único site.

⁴ Muitas pessoas usam as palavras “identidade” e “marca” como sinônimos. Marca é um termo amplo, que descreve o processo de desenvolvimento da ciência de uma empresa, produto ou serviço. O processo de uma marca envolve propaganda, pesquisa de mercado, feedback do cliente e muito mais. A identidade é, de fato, um subconjunto da marca, que somente lida com os aspectos visuais dela.

Navegação

É essencial que o sistema de navegação do site seja fácil de se encontrar e de usar. Os usuários esperam encontrar a navegação exatamente no alto da página. Se a intenção é utilizar menus verticais, descendo pela lateral da página, ou um menu horizontal, cruzando o alto da tela, a navegação deverá ficar o mais próximo possível do topo do layout. Em último caso, todos os principais itens de navegação deverão aparecer “acima da dobra”.



Acima da dobra

A dobra, como muitos designers a chamam, é onde o conteúdo de uma página termina, antes que os usuários façam a rolagem da tela para baixo. Essa metáfora deriva do conceito de dobra em um jornal. Se você observar a primeira página de um jornal dobrado, a maioria das manchetes e notícias importantes aparece na metade superior, de forma que seja possível visualizar de relance as notícias mais importantes com o jornal dobrado. A localização da dobra em uma página da Web depende das dimensões do navegador e da resolução da tela do usuário.

Conteúdo

Conteúdo é tudo. O conteúdo consiste em qualquer texto, imagem ou vídeo encontrado em um website. O típico visitante de um website entra e sai do site em questão de segundos. Se o visitante não conseguir encontrar o que procura, certamente fechará o navegador ou irá para outro site. É importante manter o bloco de conteúdo principal como ponto focal de um design, para que os visitantes possam procurar, na página, a informação que necessitam.

Rodapé

Localizado na parte inferior da página, o rodapé geralmente contém informações sobre direitos autorais, contato e informações legais, bem como alguns links para as seções principais do site. Ao separar o conteúdo final da parte inferior da janela de navegação, o rodapé deverá indicar ao usuário que este é o fim da página.

Espaço em branco

O termo do design gráfico denominado espaço em branco (ou espaço negativo) refere-se literalmente a qualquer área da página não preenchida por letras ou ilustrações. Muitos web designers principiantes (e a maioria dos clientes) sentem a necessidade de preencher cada centímetro da página com fotos, texto, tabelas e dados, mas deixar um espaço em branco na página é tão importante quanto preenchê-la com conteúdo. Sem um planejamento cuidadoso da área a ser deixada em branco, o design irá parecer sufocado, como uma sala abarrotada de gente. O espaço em branco ajuda o design a *respirar*, enquanto guia os olhos do usuário pela página, e também ajuda a criar equilíbrio e unidade — dois conceitos importantes, que discutiremos detalhadamente, mais adiante, neste capítulo.

A essa altura, já tivemos nossa primeira reunião com o Sr. Silva, nosso cliente teórico. Foi um encontro bem proveitoso. Ele explicou detalhadamente o que sua empresa faz e o que pretende com o site. Apesar de ainda não termos um conteúdo de fato, podemos utilizar os blocos padrão da anatomia de uma página da Web para começar a desenvolver um layout. Embora outros blocos específicos para sites sejam utilizados na produção dos designs de boa parte dos layouts de websites, a anatomia de uma página da Web serve para resumir a maioria dos blocos mais comuns.

Agora, munidos dessas informações, como poderemos utilizá-las na criação de um layout básico para a Silva Serviços? É hora de recorrer à teoria do grid.

Teoria do Grid (Grades)

Quando se fala em grid, a maioria das pessoas pensa em engenharia e arquitetura. Contudo, o grid é igualmente uma ferramenta essencial para o design gráfico e o uso de grids no design de websites explodiu em popularidade nos últimos anos.

Utilizar um grid não significa apenas alinhar coisas ou torná-las quadradas: é também uma questão de proporção. É assim que a “teoria” se transforma na teoria do grid. Muitos historiadores da arte atribuem ao pintor holandês Piet Mondrian o status de pai do design gráfico devido ao seu uso sofisticado dos grids. No entanto, a teoria do grid influenciou trabalhos artísticos bem-sucedidos por milhares de anos. O conceito de divisão dos elementos de uma composição remonta às ideias matemáticas lançadas por Pitágoras e seus seguidores, que definiram números como proporções e não unidades individuais.

A Escola Pitagórica observou a ocorrência de um padrão matemático tão frequente na natureza, que acreditava ser divinamente inspirado. Assim, o padrão ficou conhecido como a proporção áurea ou divina proporção. A ideia básica é ilustrada na Figura 1.6.

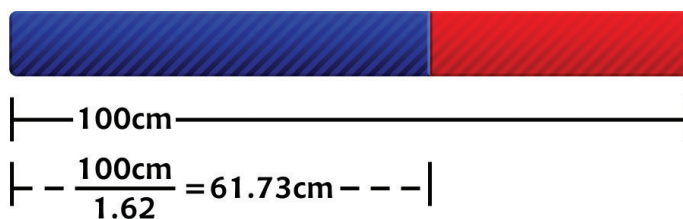


Figura 1.6. A proporção áurea

Podemos dividir uma linha em duas partes, utilizando a proporção áurea, dividindo seu comprimento por 1,62. Esse número mágico, 1,62, é, na verdade, 1,6180339..., um número irracional, que geralmente é representado por Φ (lê-se “fí”). A explicação matemática de como se chegou a esse número é um tanto complicada para a presente discussão e provavelmente não o ajudará a ser um designer melhor; portanto, pouparei os detalhes. Além disso, minha matemática está um pouco enferrujada.

Agora, o que essa proporção tem a ver com design gráfico? De modo geral, as composições divididas por linhas proporcionais à proporção áurea são consideradas esteticamente agradáveis. Os artistas da Renascença utilizavam a divina proporção para produzir suas pinturas, esculturas e a arquitetura, assim como os designers de hoje com frequência a empregam na criação de layouts de página, pôsteres e panfletos. Em vez de apoiar-se em ideias artísticas, a divina proporção nos oferece diretrizes lógicas para a produção de layouts atraentes.

Este girassol é um exemplo da proporção áurea na natureza, como mostra a Figura 1.7. O diâmetro do centro do girassol é o seu diâmetro total, incluindo as pétalas, dividido por Φ .



Figura 1.7. A proporção áurea na natureza

A Regra dos Terços

Uma versão simplificada da proporção áurea é a regra dos terços. Uma linha dividida em duas pela proporção áurea resulta em duas seções, sendo uma delas aproximadamente o dobro do tamanho da outra. Uma maneira simples de aplicar a divina proporção sem o uso da calculadora é dividir uma composição em três partes.

Para um experimento rápido de layout, eu gostaria de começar desenhando um monte de grids simples, usando a regra dos terços, em lápis e papel. Apenas desenhe um retângulo e divida-o horizontalmente e verticalmente em seções de três. Então, desenhe uma linha entre cada linha vertical, criando seis colunas para trabalhar, como mostrado na Figura 1.8.

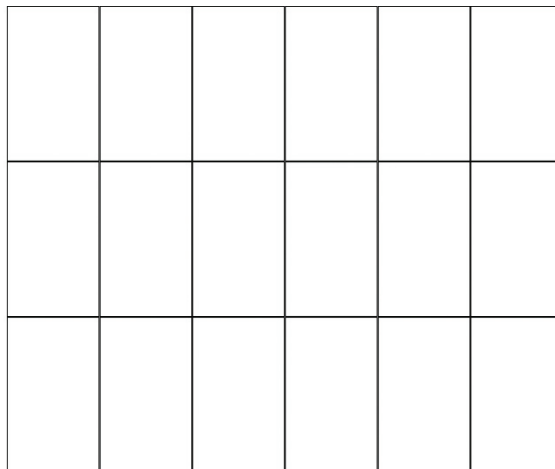


Figura 1.8. Um grid simples

Com esses grids simples, poderemos, então, começar a esboçar nossos elementos. Isso é normalmente chamado de **wireframe**. Os wireframes são esboços ou layouts simples, onde você desenha blocos de conteúdo e suas posições na página. Os wireframes são extremamente úteis, porque você pode mover os elementos pela página rápida e facilmente. O retângulo grande principal representa o contentor mencionado na seção intitulada "Anatomia de uma Página da Web". Quando trabalho com esse método de design de layouts, gosto de incluir primeiro o bloco maior. Geralmente, esse bloco representa o conteúdo. No primeiro grid que produzi empregando a regra dos terços, incluí o bloco de conteúdo dentro dos dois terços do layout localizados no lado direito inferior. Em seguida, posicionei meu bloco de navegação no terço central da coluna à esquerda. O texto do bloco de identidade ficou junto à lateral esquerda do conteúdo e a seção de imagens de identificação ficou acima do menu. Finalmente, espremi o bloco do copyright abaixo do conteúdo, na coluna direita do grid. O resultado foi o quadro do canto superior esquerdo, dentre as quatro possíveis combinações ilustradas na Figura 1.9.

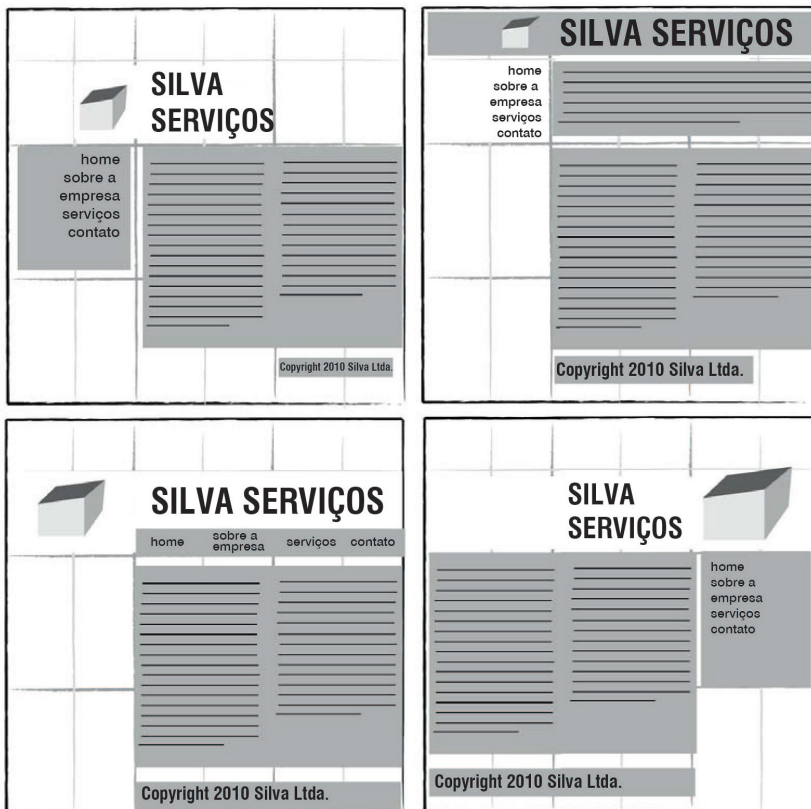


Figura 1.9: Quatro layouts em grids que seguem a regra dos terços

Esses esboços iniciais fornecem um rápido olhar sobre qual abordagem de layout pode funcionar para seu website. No entanto, não precisa parar por aí — o crescimento da popularidade na Web de designs baseados em grid inspirou muitos artigos bons sobre — e ferramentas para — desenvolver websites em um grid.

960 Grid System

Uma das minhas ferramentas favoritas para organizar os componentes do website são os templates e folhas de esboço do 960 Grid System⁵ de Nathan Smith. Inspirado em artigos dos web designers Khoi Vinh e Mark Boulton, o 960 Grid System é primariamente um framework de CSS.



Frameworks de CSS

Um framework de CSS é um sistema configurado para lidar com a estrutura em grid de um website. Frameworks comuns de CSS são baseados em layouts de 12 colunas, 18 colunas ou 24 colunas. A razão de esses números terem sido escolhidos é que oferecem maior quantidade de combinações de múltiplas larguras de colunas, já que são divisíveis por 1, 2, 3, 4 e 6.

A largura dos templates vem de um artigo de Cameron Moll. Contemplando qual largura caberia em um display de 1.024px, Moll usou 960px e apontou que o número era divisível por 3, 4, 5, 6, 8, 10, 12, 15 e 16 — tornando-o a largura ideal para grids. Nathan combinou essas ideias em um framework e criou três bases de layout: uma com 12 colunas, uma com 16 colunas e uma com 24. Eu, pessoalmente, prefiro trabalhar a partir do template de 12 colunas, já que ele me permite dividir facilmente o conteúdo em quartos abrangendo quatro colunas, terços abrangendo três e metades abrangendo seis. Usar essas folhas de esboço torna mais fácil a transição de seus esboços e maquetes para o protótipo real de trabalho. Note que esta abordagem é facilmente traduzida para muitos outros frameworks de CSS também, assim como Foundation⁶ e Bootstrap⁷, porque eles também são baseados em grids de 12 colunas — discutiremos Bootstrap e Foundation com mais detalhes mais tarde.

Ao experimentar diferentes arranjos para seus próprios layouts, use as colunas de qualquer grid que escolheu como guias de alinhamento para os blocos de identidade, navegação, conteúdo e rodapé. É muito tentador organizar todos os seus elementos dentro de um ou dois blocos, mas tente evitar isso — não é muito interessante visualmente. Em vez disso, considere empurrar alguns elementos para outra coluna ou totalmente para fora do grid. Uma das maiores reclamações de novos designers sobre trabalhar com grids é que tudo parece encaixotado e em formato de grid. Para aqueles que são contra o uso de grids por essa razão, aconselho que deem uma olhada em websites como 10K Apart⁸, mostrado na Figura 1.10. As colunas vermelhas são do template de 16 colunas do 960 Grid System e não existem no website verdadeiro. Com essas colunas escondidas, você pode nunca perceber que esse design foi criado em um grid.

Para citar Josef Müller-Brockmann, pioneiro em design gráfico (e autor de *Grid Systems in Graphic Design*): “O sistema de grid é um apoio, não uma garantia. Ele permite um número de possíveis usos e cada designer pode procurar uma solução apropriada ao seu estilo pessoal. Mas deve-se aprender como usar o grid; é uma arte que requer prática.”⁹

⁵ <http://960.gs/>

⁶ <http://foundation.zurb.com/>

⁷ <http://getbootstrap.com/>

⁸ <http://10k.aneventapart.com/>

⁹ Josef Müller-Brockmann, *The Graphic Artist and His Design Problems*, Arthur Niggli Ltd, Suíça, 1961, p. 92.

10K APART

Inspire the web with just 10K.

It's time to get back to basics — back to optimizing every little byte like your life depends on it. Your challenge? Build a web app in less than 10 kilobytes.

[ENTER AN APP](#) [EXPLORE THE APPS](#)

Prizes! Over \$10K in prizes

ONE GRAND PRIZE
Best Overall App in Contest

- Registration to any [AEA Event](#)
- \$3000 [Visa Cash Card](#)
- [HTML5 for Web Designers](#) (The very first [A Book Apart](#))

THREE RUNNERS UP
Best Design, Best Technical, People's Choice

- Registration to any [AEA Event](#)
- \$1000 [Visa Cash Card](#)
- [HTML5 for Web Designers](#)

THE RULES [FAQS](#)

SIZE — Total file size, including images, scripts & markup, can't be over 10K.

STANDARDS — We encourage HTML5, and apps must work equally well in [IE9 Dev Preview](#), [Firefox](#) and a [WebKit browser](#).

LIBRARIES — You can use [one of these libraries](#), and it won't count against your 10K.

BONUS - 9 Honorable Mentions will win a copy of [HTML5 for Web Designers](#).

THE JUDGES

- Jeffrey Zeldman**
Writer, Designer, Creative Director
- Jeremy Keith**
Web Developer, Author & Speaker
- Nicole Sullivan**
Web Developer
- Eric Meyer**
Standards Evangelist
- Whitney Hess**
User Experience Designer

Figura 1.10. Website 10K Apart com camada de grid de 16 colunas

O desejo que temos por estrutura, grids e proporção ideal é profundamente impregnado na natureza humana. Um layout que “não parece certo” pode ser consertado, alterando-se os elementos e seu tamanho no grid. Então, se um layout não funciona, continue experimentando. Em algum momento, todos os pedaços se encaixarão e o som do Tetris, quando passamos de nível, tocará em sua cabeça. Você terá alcançado o equilíbrio.