

# Os 4 princípios básicos do design na prática

Além de conhecer os 4 princípios básicos do design, precisamos entender como aplicá-los em nossa comunicação visual. Por isso, preparamos um guia completo sobre esse tema e muito mais. Confira!



Murilo Viriato

Jul 6, 2020 · 7 min read



Photo by [Alvaro Reyes](#) on [Unsplash](#)

Quando comecei a mexer com design, sabia que eles precisavam ser melhorados, mas nunca tive o conhecimento do que exatamente mudar neles. Eu ficava horas mudando as cores, tamanhos da tipografia e a disposição dos elementos mil e uma vezes até achar um resultado satisfatório. Mas foi quando li **Design Para Quem Não é Designer**, de Robin Williams, que comecei a entender o que refinar nas minhas peças e também no que reparar quando via um design bem executado. E é por isso, que resolvi escrever esse artigo, para mostrar como os 4 princípios descritos no livro funcionam na prática.

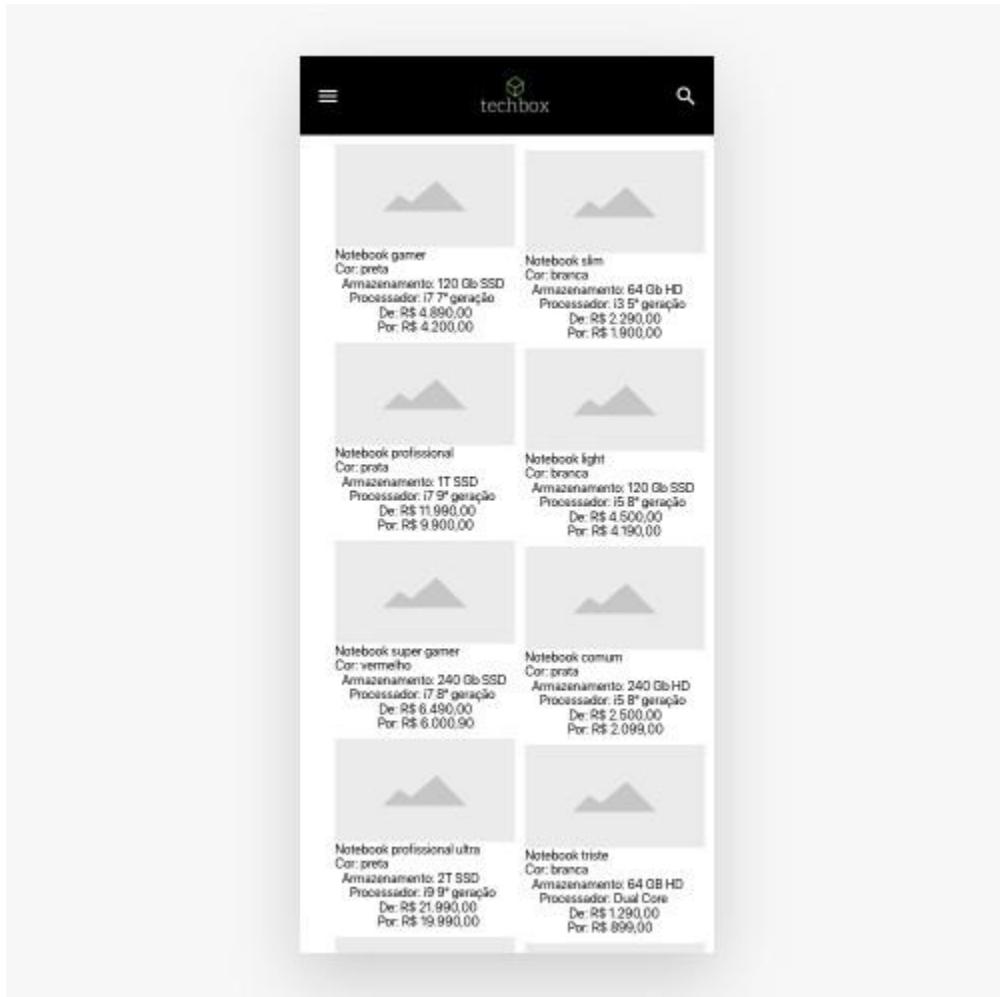
Então se você mexe com qualquer tipo de comunicação visual, seja uma apresentação no PPT, diagramação de livros, banners e até mesmo Newsletters, esse artigo te ajudará a produzir peças mais refinadas. Para você entender melhor, ao longo do conteúdo, vou construir uma página web aplicando os princípios apresentados para que possamos visualizar melhor cada detalhe dessa técnica.

## Técnicas para ter um design refinado:

### Proximidade:

Antes de começar a montar um design, você deve saber as informações que ele precisa conter e como organizar os itens de forma que faça sentido: itens relacionados entre si devem estar agrupados, ou seja, estar próximos de forma que fique claro que as informações estão conectadas.

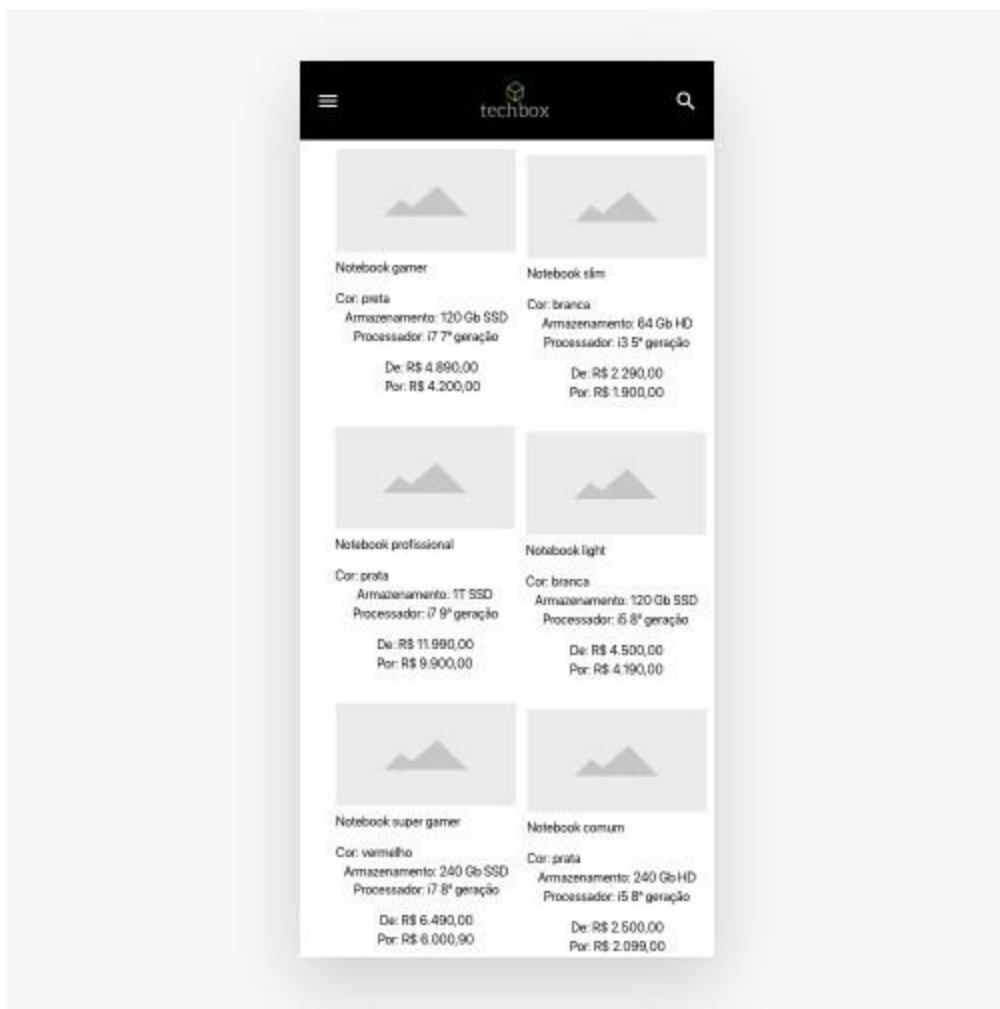
Quando elementos são colocados em uma peça, ele deve ter um motivo de estar na posição que está. Nenhum componente deve ser “jogado” na página de forma randômica. O leitor deve saber identificar onde a leitura começa, qual caminho seguir e onde ela termina.



Essa será a interface de um e-commerce de notebooks que vamos aplicar os princípios no decorrer deste artigo.

No exemplo acima, o olho do leitor pode ficar um pouco vago durante a leitura. É difícil identificar por onde devemos começar ou terminar. Também fica a dúvida se as características do produto são dele mesmo ou não, se o usuário não prestar atenção, dificilmente irá saber se as informações que está lendo é do produto de cima ou do debaixo. Além de uma experiência desagradável, há grandes chances do usuário deixar a página por não saber as informações do produto que deseja consumir ocasionando um alto nível de frustração.

Agora observe o resultado quando aplicamos o princípio da proximidade:



Interface com princípios da repetição.

Uma boa prática é usar espaçamentos diferentes entre os elementos, criando uma subcategoria dentro de um componente que ajuda a criar um ‘ritmo ao design’ e melhorar a leitura. Na interface, espaçamentos relacionados ao mesmo produto têm 16px; enquanto entre outros produtos 32px (todos números divisores de 8).

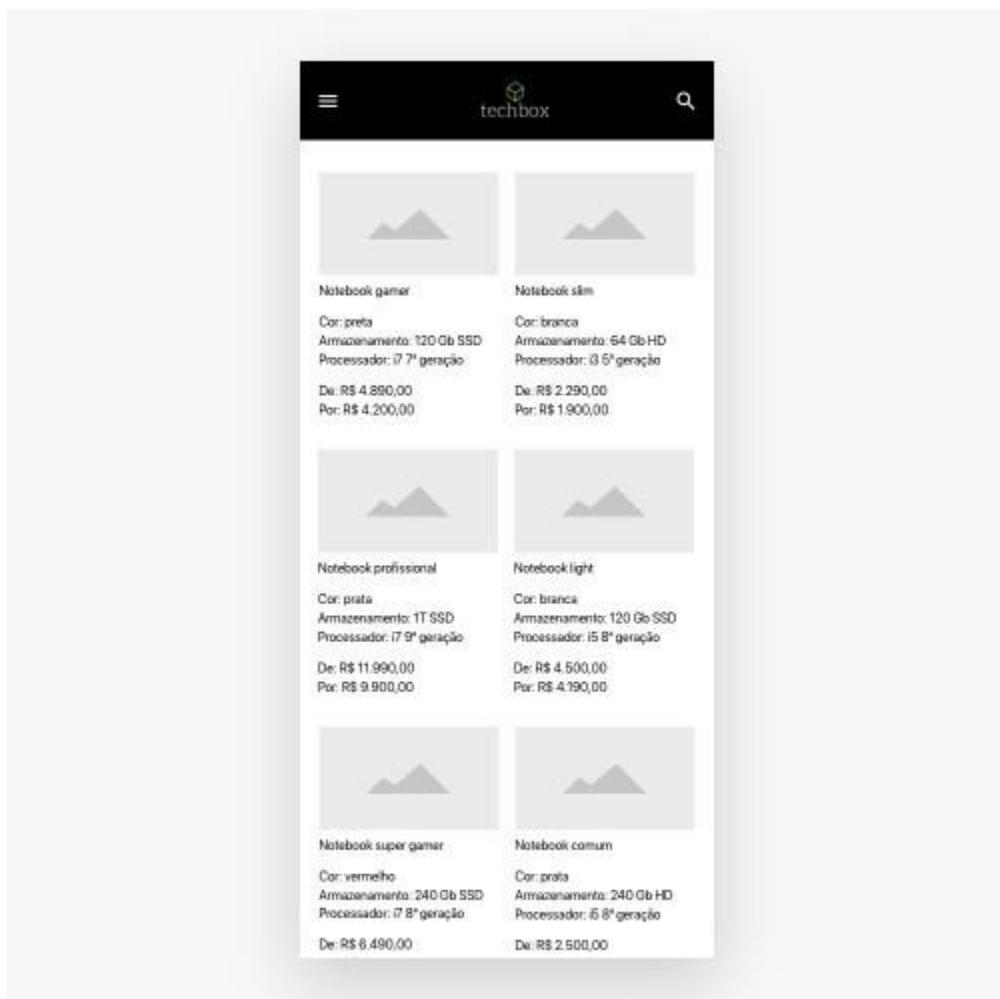
Por fim, repare nos espaços em branco. Além de deixar a página com um visual mais “limpo” e agradável, torna ela mais fácil de ser entendida, podendo reduzir o tempo de decisão do usuário comprar ou deixar de comprar. Os espaços em branco também são essenciais para dar um certo ‘conforto’ durante a leitura, especialmente em páginas com muito conteúdo.

Se você quer se aprofundar mais nesse assunto confira este conteúdo sobre [a importância da clareza visual em UX](#).

## Alinhamento:

O principal objetivo do alinhamento, é manter a página organizada e facilitar o caminho da leitura, manter um ritmo e dar início e fim ao design. Além disso, ele também facilita o usuário a seguir um caminho que faça sentido.

Quando um elemento está desalinhado com outro elemento que o complementa, o design fica confuso e dificulta a interpretação das informações. Para garantir que o alinhamento de toda a página esteja correto, usamos uma grid pré estabelecida para utilizarmos de guia.



Interface com princípio de alinhamento.

Geralmente usamos os alinhamento à esquerda. Isso acontece porque esse alinhamento é utilizado a vários anos e nos acostumamos a ler as coisas sempre da esquerda para a direita. Por isso, vemos muitos sites com logo na esquerda, pois empresas querem que o primeiro contato do usuário seja com a logomarca.



referência: apple.com.br

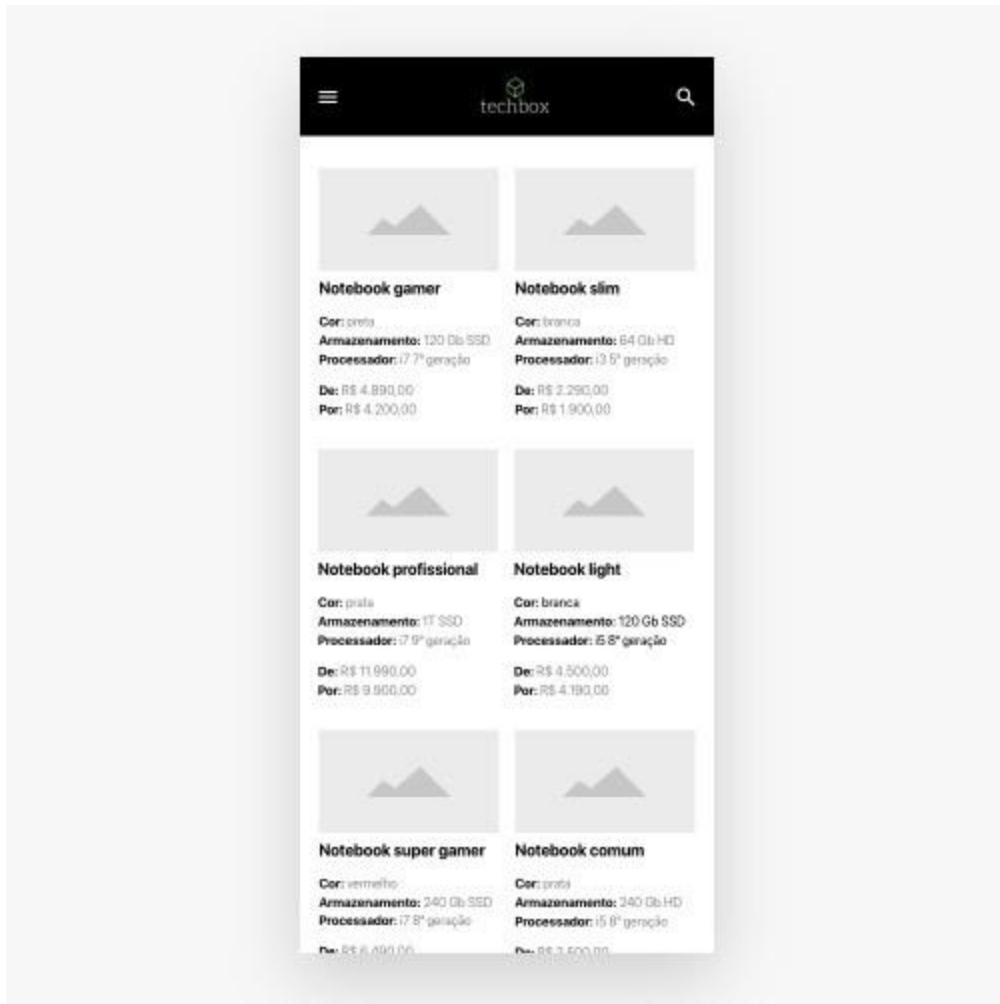
Porém, isso não significa que não podemos utilizar uma mistura de alinhamentos. Existem vários designs que foram trabalhados dessa maneira, geralmente para causar desconforto visual, sensação de desordem, sensação de movimento, para quebrar padrões ou até mesmo simplesmente trazer criatividade e originalidade ao design. Mas, tudo isso vai depender do objetivo da sua marca.

Por último, gostaria de mencionar que o alinhamento à esquerda não é padrão no mundo inteiro. A escrita árabe, por exemplo, é comum que as leituras dos livros sejam feitas da direita para à esquerda. Por isso, o foco do design deve ser o público o qual a peça será direcionado.

O canal UXNOW no Youtube, te ajuda a compreender mais sobre o design centrado no usuário. Além disso, não esqueça que uma boa comunicação visual é responsiva, para saber como aplicar isso na prática, confira esse guias completo sobre design responsivo.

## Contraste:

O contraste é o responsável por criar o fluxo de informação de uma página, chamar mais atenção para um ponto específico, deixar a composição mais organizada de forma visual e dar ênfase para partes que devem ser ressaltadas.



Interface com contraste.

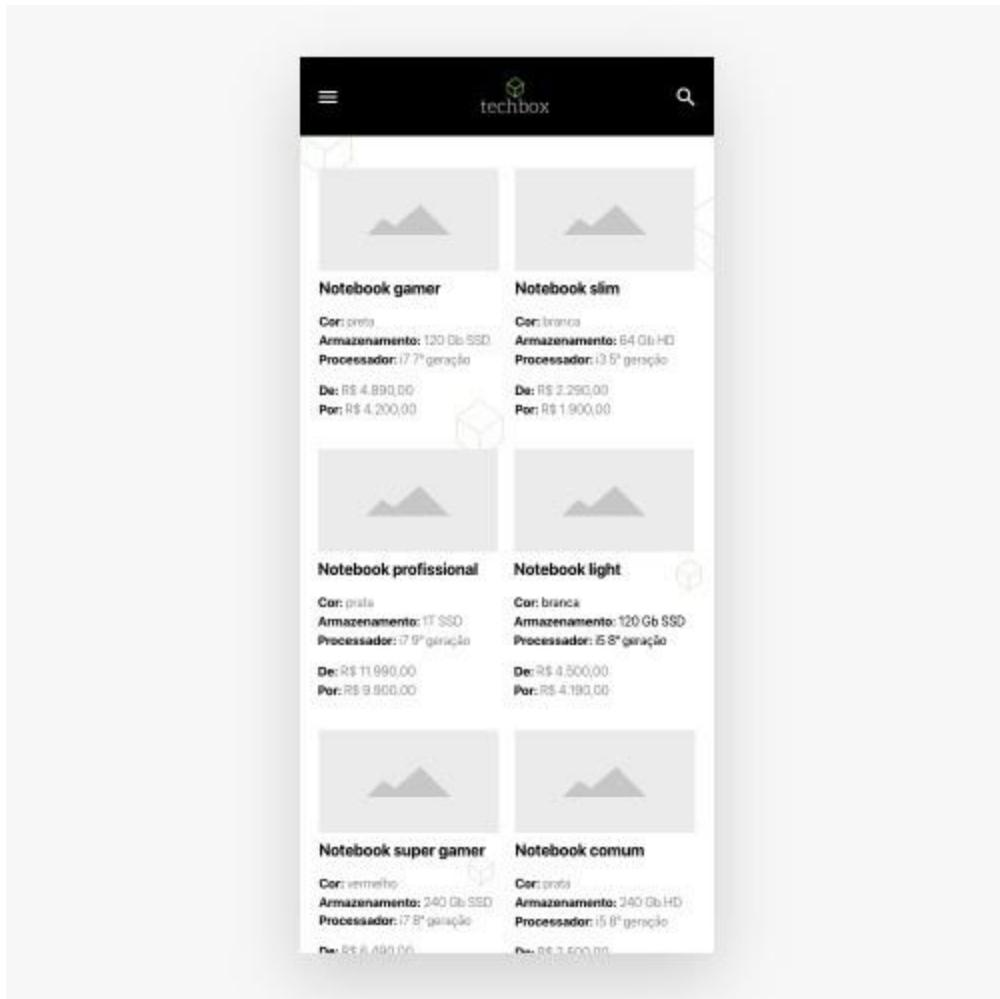
Quando olhamos para um design, deveríamos conseguir identificar imediatamente o conteúdo dele. Por isso, é recomendado que o contraste seja realmente contrastante. Aumentar o tamanho da fonte em 2 pontos pode não ser um contraste bem sucedido. Uma boa prática é combinar tipos de contraste: aumentar o tamanho da tipografia, o peso (regular, semibold, bold), trabalhar com tons mais claros e mais escuros.

Também podemos usar o contraste não só para tornar a experiência mais agradável ao usuário, mas ele é uma forma de influenciar qual tipo de conteúdo o usuário vai interagir. Por isso, botões principais, como o de ‘Comprar’, geralmente têm cores e tipografias mais pesadas. Enquanto botões secundários têm ‘menos peso’.

## Repetição:

A repetição é responsável por deixar o produto com a mesma cara do início ao fim. O usuário deve ter a certeza que está no mesmo site de quando iniciou a leitura. Isso também deve acontecer em um livro, onde a página 15 tem a mesma identidade que a página 100.

Pode ser aplicada de diversas maneiras: estilo e tamanho de tipografia; ícones; cores; contraste; espaçamento. Um bom exemplo disso, são os chamados Design Systems, que são basicamente regras e padrões definidos à partir de testes e estudos para montar um produto. Aqui na Jussi, vários times de design já usam essa ferramenta enquanto outros ainda estão construindo.

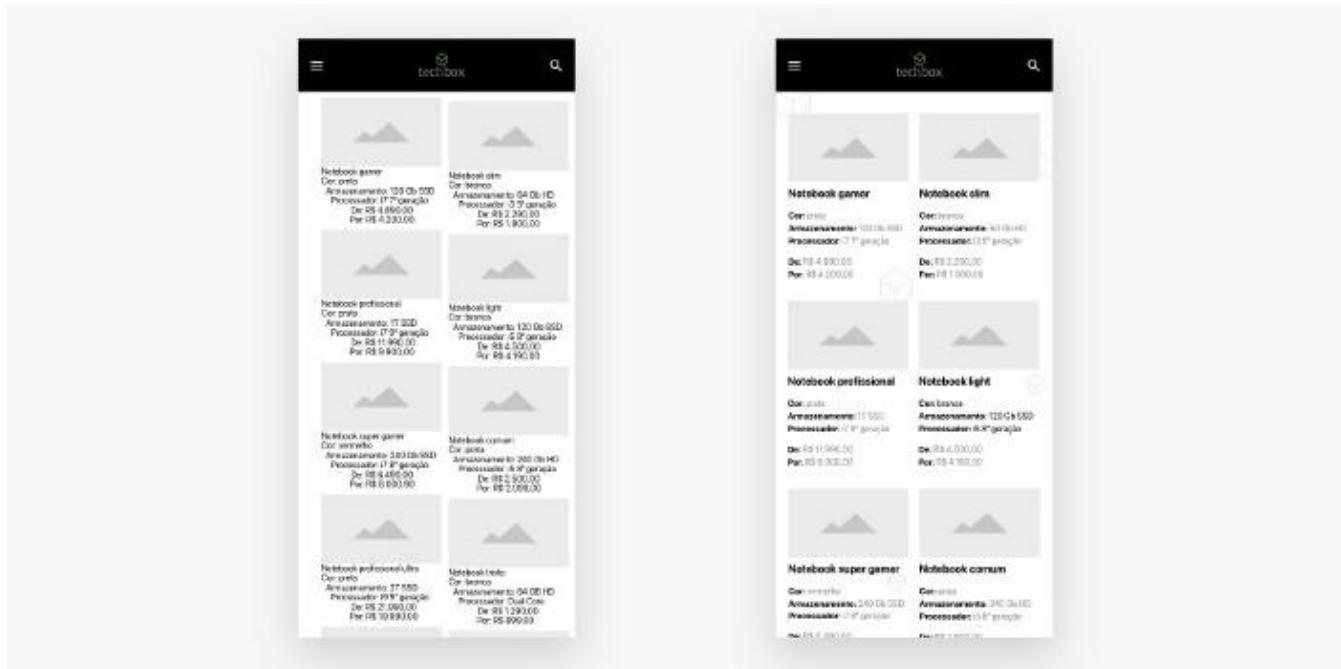


Na interface que construímos aqui, usamos a repetição nos espaçamentos, obedecendo uma regra de 16 px para elementos agrupados e 32 px para elementos diferentes. A tipografia sempre foi a mesma (SF Pro Display) e os tons de preto e cinza também. Repetimos o logo algumas vezes no fundo da interface para reforçar a marca.

OBS.: A repetição também deve ser usada em materiais diferentes. Por exemplo: o site de uma empresa deve manter o mesmo padrão em seus materiais impressos para fortalecer a identidade da marca. Mas, você pode aprender mais disso em os [7 melhores exemplos de diretrizes da marca](#).

## Resultado Final:

Aqui vou deixar a primeira e última tela da interface usando apenas esses 4 princípios básicos do design. O que você faria diferente? Me conta aqui nos comentários.



Interface inicial sem os princípios do design (à esquerda) e interface com os 4 princípios aplicados (à direita).

## Conclusão:

Um ponto muito importante que quero apontar é dificilmente um único princípio será o suficiente para melhorar a disposição e estética de um projeto. Todos eles estão relacionados entre si e o melhor resultado geralmente é alcançado quando mais de um for utilizado. Não basta aplicar um aqui e outro ali, o mundo do design é multidisciplinar e várias coisas devem ser levadas em consideração.

Ah, e nada do que eu disse é regra! Cada design tem um objetivo diferente e você pode fazer um texto de ponta cabeça sem contraste algum e completamente desalinhado, desde que faça sentido com o propósito.

E aqui vai uma dica de ouro: peça Feedback! O meu aprendizado até aqui não veio porque eu achava que meus designs estavam bons, mas sim porque me diziam como eles poderiam melhorar. A partir das críticas, comecei a estudar e me especializar sobre o assunto, a dica é não tenha medo de errar!

Obrigado por acompanhar até aqui, espero ter ajudado. Se você gostou desse conteúdo e quer saber mais o que acontece dentro dos times da Jussi, conheça o [The Owners Project](#), lá te contamos um pouco mais sobre a rotina e experiências dos nossos profissionais.

E aí? Tem algum feedback, dúvidas ou crítica? Deixe aqui um comentário ou fale comigo em [murilo.costa@jussi.com.br](mailto:murilo.costa@jussi.com.br).

Ah, e para acompanhar todas as atualizações que ocorrem aqui no Pulso da Jüssi, [cadastre seu e-mail](#) e nós te mantemos atualizados quando novas publicações de conteúdo forem feitas.

**Veja nosso último post:** “[Carreira em W: O que é e quais são seus benefícios?](#)”, escrito pelo [Diego Silva](#), líder na área de Desenvolvimento na Jüssi

Até a próxima!

Autor: Murilo Costa | Perfil no [Linkedin](#) e no [Medium](#).

---

A [Jüssi](#) é uma agência integrante do grupo global [WPP](#) que vem há 10 anos consolidando o pensamento voltado para produtos e resolução de problemas. Desde 2018, temos um time dedicado exclusivamente para Produtos Digitais, organizado em 6 especialidades: Product Management, User Experience Design, SEO, Tecnologia, Agile e User Behavior Analytics.

Theownersproject      Design

[About](#)   [Help](#)   [Legal](#)

[Get the Medium app](#)

