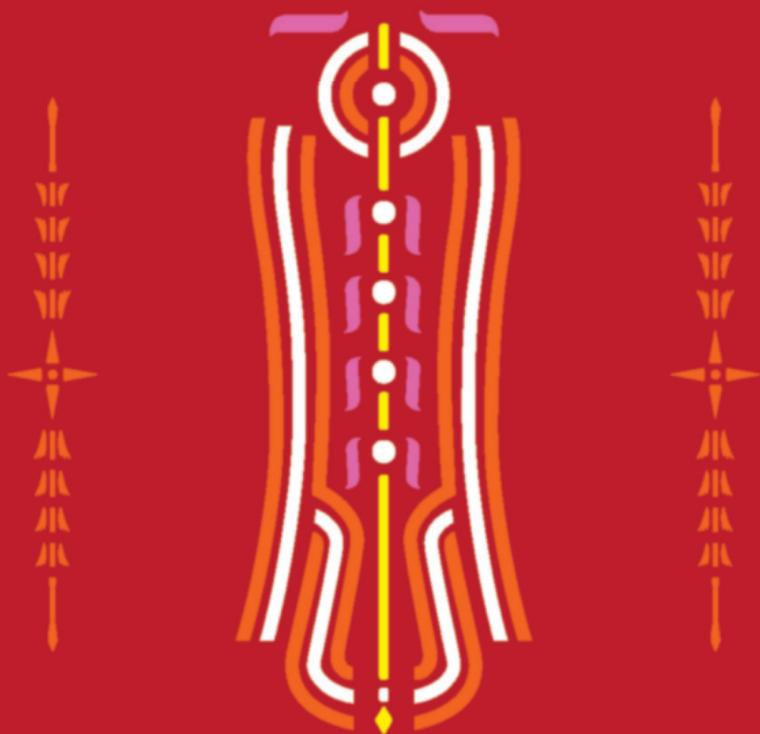


10 dicas de comunicação para resistência

** PROGRAMAÇÃO VISUAL **



Programação visual

"Uma imagem vale mais do que mil palavras", já dizia o ditado. Mas as imagens e palavras organizadas visualmente de forma estratégica e esteticamente agradável valem ainda mais. Uma imagem bem construída é uma mensagem bem passada e recebida. Saber produzir uma boa peça gráfica potencializa a sua comunicação e amplifica a sua luta!

Pense bem em cada uma dessas dicas, não importa a ferramenta ou técnica que você use para criar. Se atentar a esses detalhes vai fazer uma grande diferença.



 PEGROBIGU

 PEGROBIGU

MEURECIFE 
REDEMEURECIFE 

— meu —
RECIFE

ESCOLA DE ATIVISMO

 ESCOLADEATIVISMO

PROJETO REALIZADO COM RECURSOS DO PROGRAMA CASA CIDADES | WWW.CASACIDADES.CASA.ORG.BR



REALIZAÇÃO:



APOIO
FINANCEIRO:





Tenha certeza onde vai publicar. Para cada rede social, espaço digital ou formato impresso, sua peça precisa de um tamanho e proporção diferentes e será lida de formas distintas. Saiba onde quer publicar e crie peças adequadas a cada plataforma.



Fale menos, mostre mais.
Não adianta escrever
textão para um card ou
cartaz: ninguém vai ler. De
verdade! Foque em
informações curtas diretas
e imagens que expressam o
que quer dizer.



Use só o que precisa.

Nosso cérebro gosta de entender o que é fácil de ser lido. Quanto mais frases, imagens, cores e outros elementos visuais, maior o trabalho. Mas ele não vai querer fazer esforço, pulando a publicação. Tire alguns elementos e deixe apenas o que é realmente necessário.



Facilite o olho de quem vai ler. Alinhe elementos visuais usando linhas guias. Brinque com tamanhos e ordem dos elementos, colocando o que deve chamar mais atenção para ser lido primeiro e para que direção continuar a leitura. São formas de garantir que as pessoas vão compreender fácil e rapidamente a peça e que a mensagem vai ser passada.





Garanta que está legível.

Informação importante clara em fundo claro ou informação escura no fundo escuro não rola. Ninguém vai conseguir ler! Crie um contraste legal entre os elementos e o fundo para que as pessoas consigam ler a imagem.



Pense bem nas cores.

Cores despertam sensações e emoções, e fazem lembrar marcas, organizações e experiências. Escolhê-las bem pode fazer as pessoas lembrarem mais da marca do seu movimento e estimular uma sensação importante de engajamento na proposta.



Escolha a fonte perfeita.

Existem várias fontes disponíveis na internet. Evite as mais artísticas e desenhadas, e prefira serifadas (serif) ou não serifadas (sans serif), mais simples e mais legíveis. Pense na mensagem da peça, pesquise larguras, alturas e estilos das fontes para boa leitura.



Cuidado com as fotos. Se as fotos escolhidas tiverem muitas cores, contrastes fortes ou vários elementos, isso pode dificultar a visualização de informações importantes. Dê prioridade a imagens diretas, sem muita informação, com respiro. Além disso, prefira imagens públicas, com direitos autorais abertos, ou dê créditos a(o) fotógrafa(o). Se quiser, opte por peças sem imagem, apenas com fundo neutro ou cor única e texto com informações necessárias.



Preste atenção no arquivo exportado. A arte está pronta e você vai exportar o arquivo. Confira se as informações estão corretas: tamanho da peça (em cm, mm ou px; ela precisa estar exatamente no tamanho do espaço que você vai usar), esquema de cores (para imprimir, usar as cores CMYK; para uso digital, prefira RGB), e tipo do arquivo (para imprimir, o melhor é o PDF; para usar em tela, os melhores são PNG ou JPEG).

A large, stylized number '10' in a purple and pink gradient font, centered on a yellow background. It is flanked by two small, orange, asterisk-like decorative symbols. The background features a yellow and white striped pattern that resembles a person's legs in a striped outfit.

* 10 *

Foque no que quer dizer.

Do início ao fim, tenha em mente que a peça tem um objetivo negritado: você tem algo a dizer. Se alguma coisa atrapalhar isso, por mais bonito que seja, você pode ter problemas em alcançar seu objetivo. Bote orgulho e gosto pessoal de lado e foque em garantir que as pessoas vão conseguir ler e entender rápido seu conteúdo.