

PROJETO GRÁFICO

PROFº RITIELLE SOUZA



Projeto gráfico

Tipos:

- EDITORIAL
- PROMOCIONAL
- EMBALAGEM
- OUTROS



Projeto Gráfico editorial

Objetivo:

- Informação

Exemplos:

- Jornais, revistas, livros e etc

Características:

- Encadernação, diagramação em colunas, várias páginas, cadernos.



Projeto Gráfico promocional

Objetivo:

- Divulgação

Exemplos:

- Mala-direta, anúncios, pdv, folhetos.

Características:

- Sem formato definido, acamentos diferenciados, diagramação livre.



Projeto Gráfico Embalagem

Objetivo:

- Proteção e identificação

Exemplos:

- Rótulos, latas, caixas e sacolas.

Características:

- Formato livre, acabamentos diferenciados, aplicações especiais, diagramação livre.



Projeto Gráfico Outros

Objetivo:

- Une outras funções ou objetivos.

Exemplos:

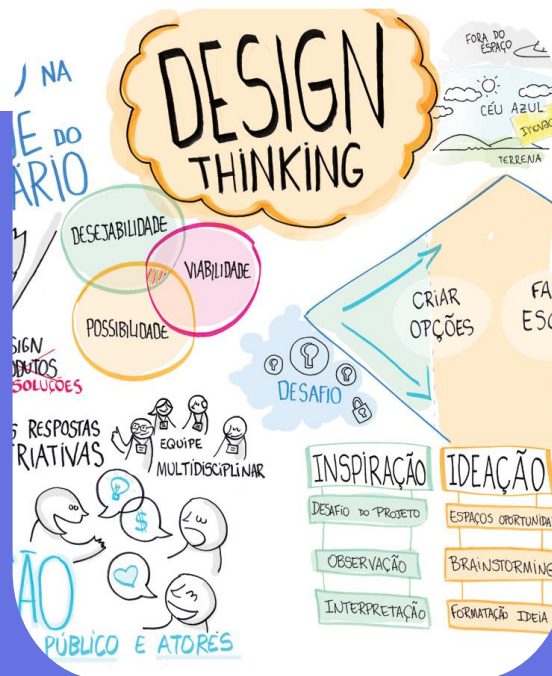
- Camisetas, brindes e etc.

Características:

- Não segue padrão, depende do projeto em si ou da mídia.



FASES DO PROJETO GRÁFICO



CLIENTE

Briefing
Aprovação

CONCEPÇÃO

Brainstorm
Roughs
Layout
Estudo de cores
Tipologia
Formato
Papel

PRODUÇÃO

Originais
Arte-final
Separação de cores
Fotolito
Prep.
Matrizes
Descritivo técnico

REPRODUÇÃO

Provas
Impressão
Acabamento

PROJETO GRÁFICO PARA IDENTIDADE

Constitui em um conjunto de definições particulares relacionadas a apresentação visual de uma empresa, produto ou serviço.

Símbolo, logotipo, site, Sistema de assinaturas, paleta de cores, grafismos, elementos de apoio, linguagem gráfica, materiais, animação e etc.

logomarca
FEIDEMAIS

logotipo
**IMPRECISO,
MAS PODE
USAR.**

Identidade visual
ADEQUADO.

logo
OK.

MARCA É TODO SINAL DISTINTIVO, VISUALMENTE PERCEPTÍVEL,

QUE IDENTIFICA E DISTINGUE
PRODUTOS E SERVIÇOS DE
OUTROS ANÁLOGOS.

NOMINATIVA

Tipografia legível e
sem estilização.

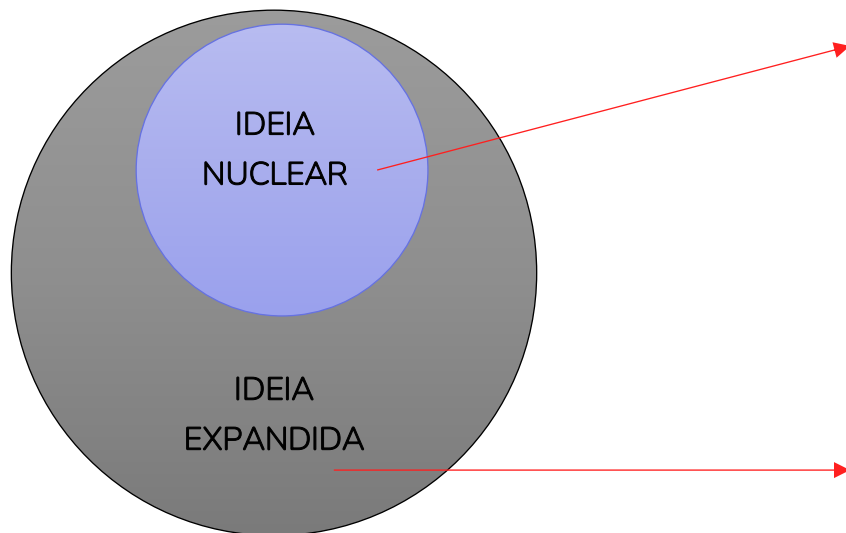
FIGURATIVA

Imagem ou grafia
estilizada.

MISTA

Imagem e tipografia
sem estilização.

IDENTIDADE



Essência; atemporal.

Qual é a “alma” da marca?

Quais são suas crenças e valores fundamentais?

Como esta “alma” se manifesta de acordo com o context social, econômico, temporal, comportamental e etc.







SÍNTESE VISUAL

TEORIA DA COMUNICAÇÃO

EMISSOR: Quem envia a mensagem

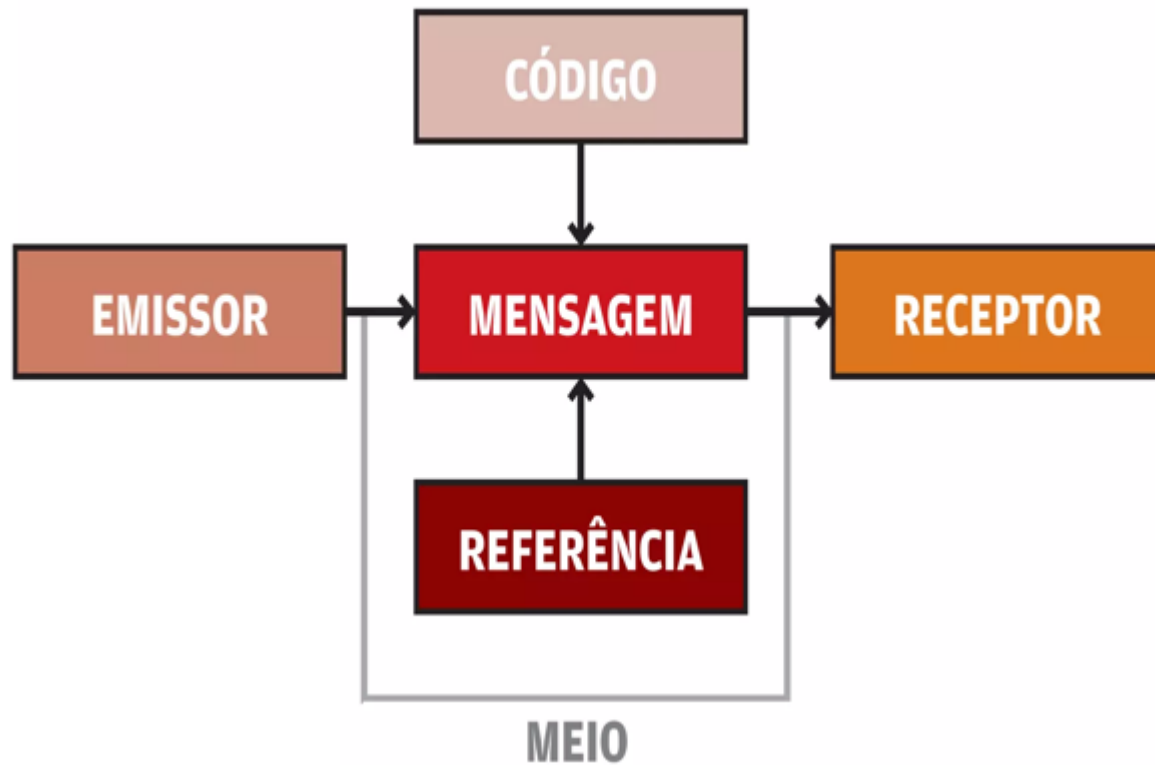
MENSAGEM: informação

UM CONTEXTO DE REFERÊNCIA, UM CÓDIGO: Fala, escrita, imagens

RECEPTOR: Quem recebe a mensagem.

SÍNTESE VISUAL

TEORIA DA COMUNICAÇÃO



Do livro *Semiótica Visual*,
o percurso do olhar.

SÍNTESE VISUAL

TEORIA DA COMUNICAÇÃO

**MÁXIMA INFORMAÇÃO
COM O MENOR ESFORÇO DE
IDENTIFICAÇÃO E
COMPREENSÃO**

SÍNTESE VISUAL

TEORIA DA COMUNICAÇÃO

- **Chama a atenção? É legível?**
Compreendido?
- **As pessoas sabem como agir, de acordo com a mensagem?**
- **Têm força suficiente para influenciar o comportamento dos utilizadores?**

SÍNTESE VISUAL

TEORIA DA COMUNICAÇÃO

CONDOMÍNIO PARQUE ATLÂNTICO SUL
Sistema de Sinalização



Otl Aicher

Em 1972, o designer alemão criou os pictogramas das olimpíadas da Alemanha de 1972, que também tiveram um impacto na forma estética da sinalização pública.



SÍNTESE VISUAL

TEORIA DA COMUNICAÇÃO



SÍNTESE VISUAL

TEORIA DA COMUNICAÇÃO





PROPOSTA
PRÁTICA.
VAMOS TRABALHAR

DEFINIR PRODUTO

Briefing, pesquisa e referências

DEFINIR MARCA

Identidade visual, composição e estrutura da marca. Ideia nuclear e expandida. Arquétipos, cenários e personas.

MECÂNICA/GAME DESIGN

Projeção de game design. Funcionamento da mecânica e descritivo do funcionamento.

PROJETO GRÁFICO

Visual das cartas, elementos utilizados, copys, cores, imagens, embalagem e etc.

1

2

3

4