

Resumos Design Gráfico

MARCA GRÁFICA

- Vive em constante metamorfose
- Cada vez que vemos uma marca adicionamos sentido a esse signo
- Em 99.9% dos casos vemos esse signo como assinatura de uma mensagem que nos diz algo sobre o emissor da marca
- A soma de contactos com uma instituição aumenta e modifica o que sabemos dela.
- A marca atua como sinónimo sintético da instituição

Os passos imprescindíveis para um bom design de marca gráfica

1. Obter informação adequada
2. Desvendar o perfil do emissor
3. Listar todos os usos previsíveis da marca
4. Analisar e avaliar o contexto marcário
5. Definir a estratégia de marca
6. Realizar o diagnóstico da marca atual
7. Desenhar uma marca gráfica de alto rendimento

O designer e o profissional de comunicação devem saber dizer como será a marca do seu cliente. Explicar ao cliente, antes de desenhar a marca, que característica deve reunir a marca e porquê.

Os dados para a estratégia são:

- O perfil institucional
- O contexto marcário
- As necessidades de comunicação
- A marca atual
- A ESTRATÉGIA DE MARCA – consiste em formular perguntas adequadas para cada um dos 15 parâmetros e responder-lhes com assertividade

O que é uma marca de boa qualidade

Qualquer que seja o caso e qualquer que seja o tipo ou estilo de marca que seja necessária, nunca convirá que seja de baixa qualidade gráfica

Uma marca tem de estar graficamente bem executada. Como em todos os géneros, nas marcas também há *standards* de qualidade

Há marcas piores e outras melhores

Não é qualquer forma, letra, cor, nem articulação de elementos que serve. O *design* é moderno como disciplina, mas a cultura gráfica é milenar.

Detetar a qualidade gráfica é uma aprendizagem que requer entusiasmo e paixão pelas formas e pelas imagens bem executadas.

CORES

Porque vemos a cores?

Foi uma forma que a natureza encontrou de obter **mais informações** sobre o ambiente que nos rodeia

A **luz visível** é apenas uma pequena parte do fenómeno a que os físicos genericamente chamam **luz** ou **espectro eletromagnético**.

A atmosfera terrestre absorve toda a luz do Sol exceto duas regiões:

- Região rádio (inútil – só se conseguia ver objetos muito grandes)
- Região do visível

Teoria da cor

Cores aditivas ou de transmissão

- Adição de duas cores aditivas obtém-se uma cor mais próxima do branco
- **Modelo de cor – RGB** = modelo mais apropriado para descrever as fontes de luz

Cores subtrativas ou de reflexão

- Cada uma das três cores subtrativas primárias pode ser entendida como branco sem uma cor aditiva primária
- **Modelo de cor – CMYK** = modelo apropriado para criar cores em superfícies não luminosas

Descrição da cor

A luz cromática é caracterizada por **três atributos**:

1. **Matiz** – é o atributo que habitualmente associamos ao conceito de cor (vermelho, verde, azul, etc)
2. **Saturação** – é o atributo que representa a pureza relativa da cor, está relacionada com a quantidade de luz branca adicionada a um determinado matiz
3. **Brilho** – para os emissores e luminosidade para os objetos não emissores: relaciona-se com a quantidade de luz proveniente da fonte ou refletida pelo objeto

Propriedades psicológicas da cor

Vermelho

- Coragem física, força, energia, masculinidade, sexo
- Agressão, violência, desafio, perigo

Verde

- Harmonia, equilíbrio, amor universal, descanso, consciência ambiental
- Estagnação, inveja

Azul

- Inteligência, verdade, eficiência, calmo
- Frio, falta de emoção, pouco cordial

A roda da cor – 12 cores

- **Cores primárias:** amarelo, vermelho e azul
- **Cores secundárias:** verde, laranja e púrpura
- **Cores terciárias:** mistura equitativas de duas cores vizinhas

Como começar?

- **O projeto é sazonal?** Férias, Natal. Tente usar um conjunto de cores análogas relacionadas com a estação temporal – Vermelhos e amarelos no verão, por exemplo
- **A empresa tem cores oficiais?** Começar por usar essas cores com variações no brilho e saturação
- **O projeto inclui alguma foto?** Escolha uma cor presente na foto e usa uma gama de cores tendo essa como base
- Use cores análogas se quer um efeito calmo e sedativo
- Use cores complementares para criar um efeito mais excitante