

DIAGRAMAÇÃO

DIAGRAMAÇÃO

**Ato de distribuir na
representação gráfica o
conteúdo de uma
publicação.**

DIAGRAMAÇÃO

Diagramar uma página significa muito mais que apenas dispor textos, fotos e ornamentos no papel;

É construir, estruturar elementos que irão compor uma mensagem que deve ser trabalhada conscientemente.

DIAGRAMAÇÃO

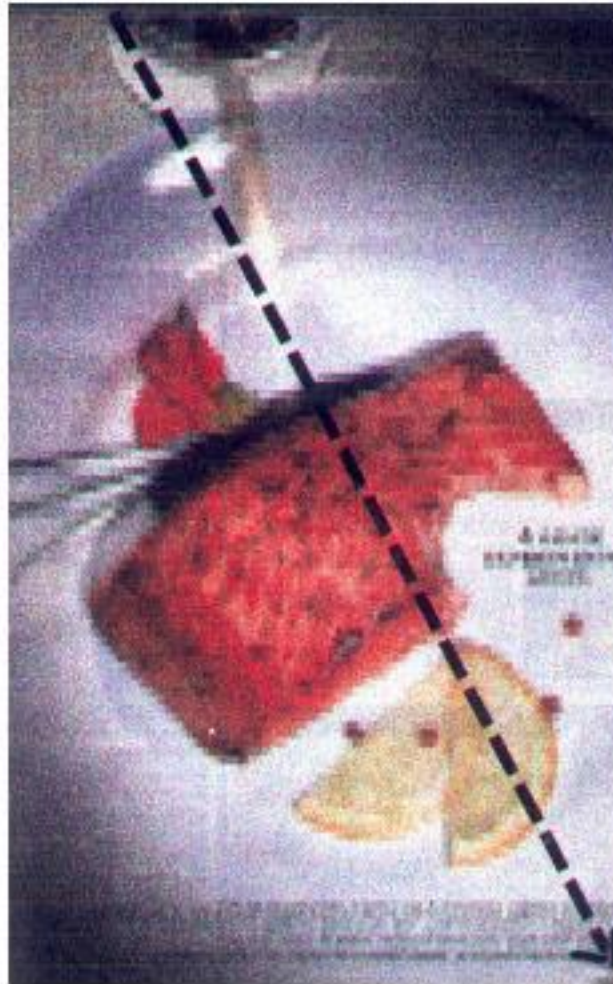
Por exemplo:
é necessário que o diretor de arte
alie o estilo das ilustrações e das
imagens à tipologia, para alcançar
a valorização desejada.

DIAGRAMAÇÃO

Não vamos aprender
REGRAS, e sim
TÉCNICAS que auxiliam
na execução e no bom
resultado de um layout.

DIAGRAMAÇÃO

Leitura
Ocidental



SIMETRIA E ASSIMETRIA

SIMETRIA e ASSIMETRIA

Antes de conceituar simetria e assimetria, é necessário o conhecimento de centro óptico e geométrico de um formato.

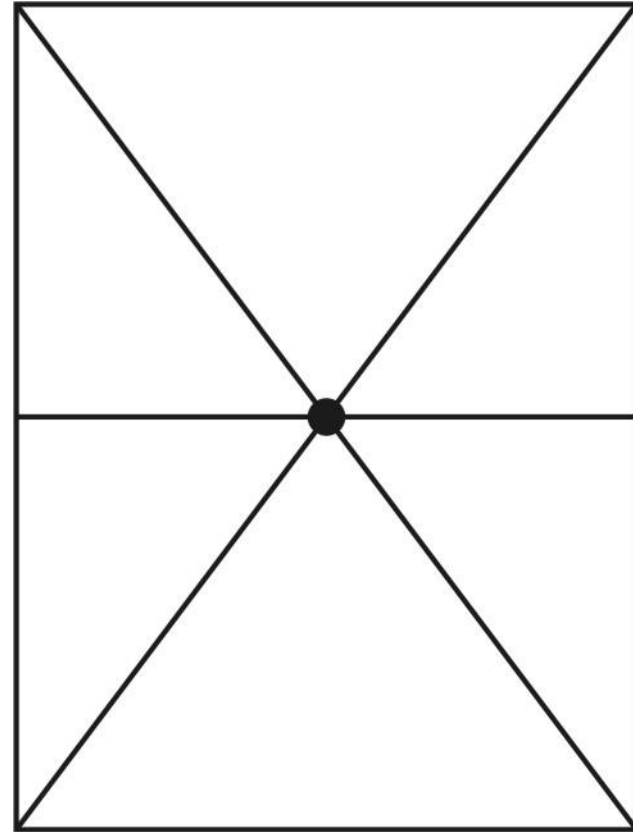
CENTRO GEOMÉTRICO

CENTRO GEOMÉTRICO

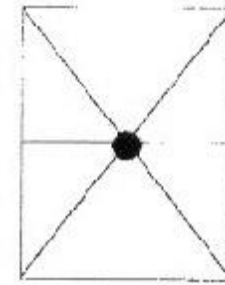
A partir desse ponto passamos a dispor os elementos que irão compor o layout, de forma que os pesos da composição estejam balanceados e seu equilíbrio possa ser mostrado ao traçar uma linha imaginária exatamente sobre este centro dividindo-a em duas partes exatamente iguais.

CENTRO GEOMÉTRICO

É calculado quando traçamos duas diagonais no formato regular e, no ponto exato de seu cruzamento, o determinamos.

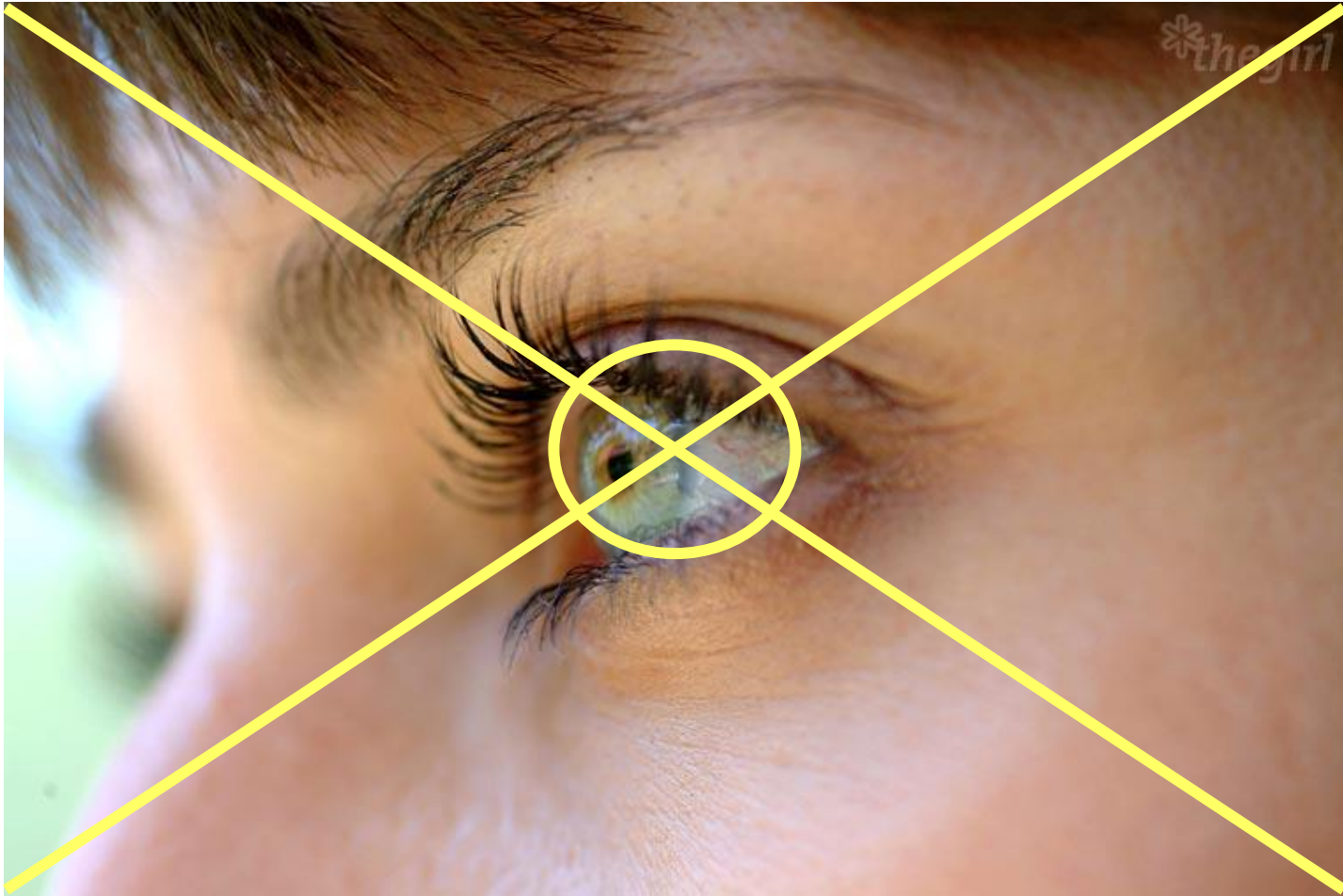


CENTRO GEOMÉTRICO



Observe que, na simetria, os pesos são divididos proporcionalmente, tomando a composição estética.

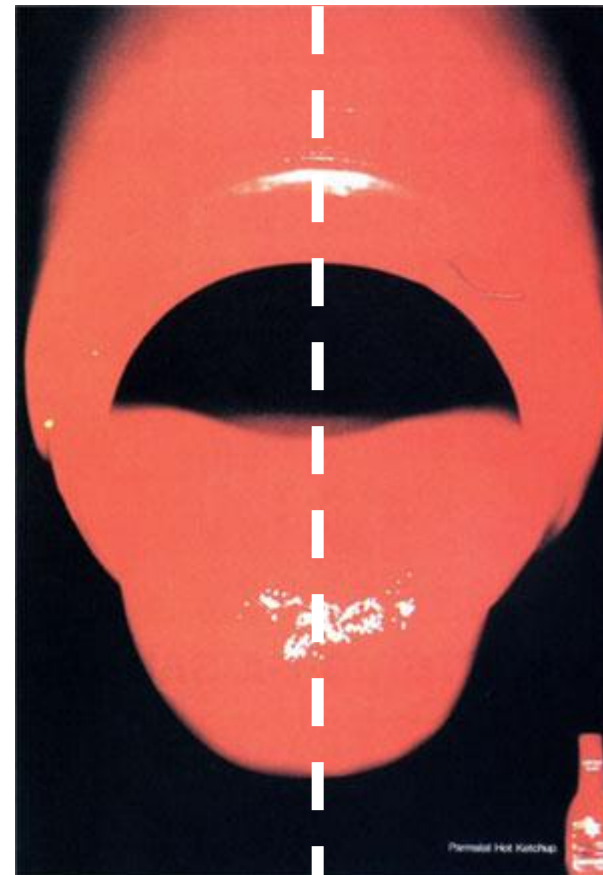
CENTRO GEOMÉTRICO



SIMETRIA

- A composição simétrica dá ao layout uma fisionomia ponderada, estática, muito utilizada em **materiais mais sérios**.
- Observe que, na simetria, os **pesos são divididos proporcionalmente**, tornando a composição estática.

SIMETRIA



SIMETRIA

**SE VOCÊ NÃO QUER PERDER
MAIS NEGÓCIOS, NÃO PERCA ESTE.**

LINHA DE TELEFONE E APARELHO GSM IDENTIFICADOR DE CHAMADAS.

- VÉSPER EXPRESS VIP DUO
É O ÚNICO IDENTIFICADOR DE CHAMADAS
COM TELEFONE, NÃO COM CARDS
SEPARADOS. A VÉSPER TRAZ COM
TECNOLOGIA GSM, UMA SOLUÇÃO
QUE PERMITE APLICAR QUALQUER
DE SEUS SERVIÇOS SEM NECESSIDADE
DE IDENTIFICADOR
POR APENAS 3 X A R\$ 43
- IDENTIFICADOR DE CHAMADAS
• RECORDE DAS CHAMADAS
• CHAMADA EM ESPERA
• CONFIRMAÇÃO DE CHAMADA
• LINHA DE TELEFONE
QUE VOCÊ MESMO ESCOLHE

VESPER EXPRESS VIP DUO

**3X R\$
43,**

PEDIU. LIGOU. FALOU. 0800 089 1000

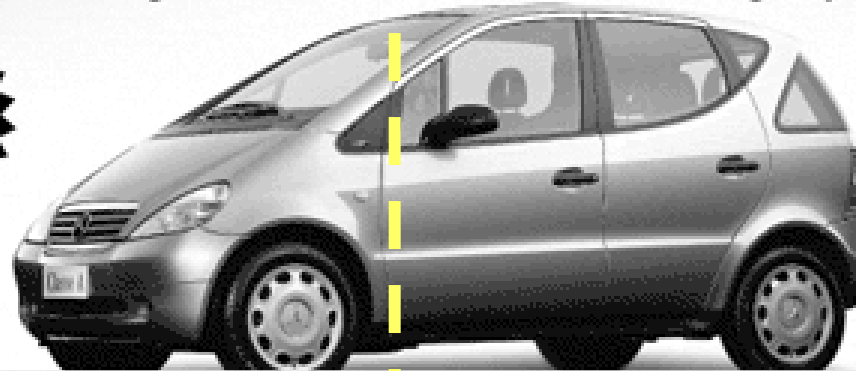
VÉSPER

© 2004 VÉSPER TELECOMUNICAÇÕES S.A. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. A VÉSPER É UMA MARCA REGISTRADA DA VÉSPER TELECOMUNICAÇÕES S.A. CNPJ 06.908.800/0001-00.

SIMETRIA

Esta oferta vai soar como música aos seus ouvidos.
O carro mais completo do Brasil com CD player grátis.

Taxa de
0,98%



Descubra aqui tudo o que a concorrência está devendo para você.

- ✓ Air-compass estuado
- ✓ Direção hidráulica
- ✓ Tríplices elétricos
- ✓ ESP (programa eletrônico de estabilidade)
- ✓ Freios ABS (programa eletrônico de freios)
- ✓ ABS (programa de distribuição eletrônica de força de frenagem)
- ✓ Air bag duplo
- ✓ BSL (programa auxiliar de frenagem)
- ✓ ABS (programa de tração)

Classe A 200i: entrada + 24 X R\$ 980,00* fixas.



Mercedes-Benz

*Oferta válida somente para crédito C.T. 2 000/0/0/0. Preço à vista: R\$ 14.450. Financiamento: 24 parcelas de R\$ 980,00. Exigido ao todo de 20% (R\$ 2.880) em entrada. Taxa de administração de R\$ 1.740,00 + 24 parcelas de R\$ 980,00 com taxa de 0,98% a.a. + IRR. Taxa de R\$ 900,00. Valor mínimo para financiamento: R\$ 500,00. Preço regular + gestão de crédito. CD player Sony CDX 1077 em oferta. Preço e prazo somente não-substituído.

Concessionárias em São Paulo
Tupujós 212-3122
Comark 0944-6101
Comark 0746-6101

Comercial De Nigro 4346-1944
Comercial Santinho 4221-0000
Comark 3442-7477
De Nigro Distribuidora 0422-1232

Diema 0641-9933
Diatela 0166-2122
Klarer 318-0767
Safire 4721-0000

 Classe A
para profissões de referência. Mais um benefício de R\$ 1.000.

DAIMLERCHRYSLER
BANCOS FINANCIÁRIOS

Financiamento realizado em parceria com o FINECRED (Programa de Crédito de Proteção do AC por Títulos Substituídos), órgão do BCV. Outros detalhes em site próprio. Informações: www.comark.com.br e 0800-00000.

SIMETRIA

- Eu queria fazer um brinde aos seus olhos,
que hoje estão me olhando de um jeito diferente.

- Eu queria fazer um brinde ao seu sorriso,
que hoje está completamente diferente.

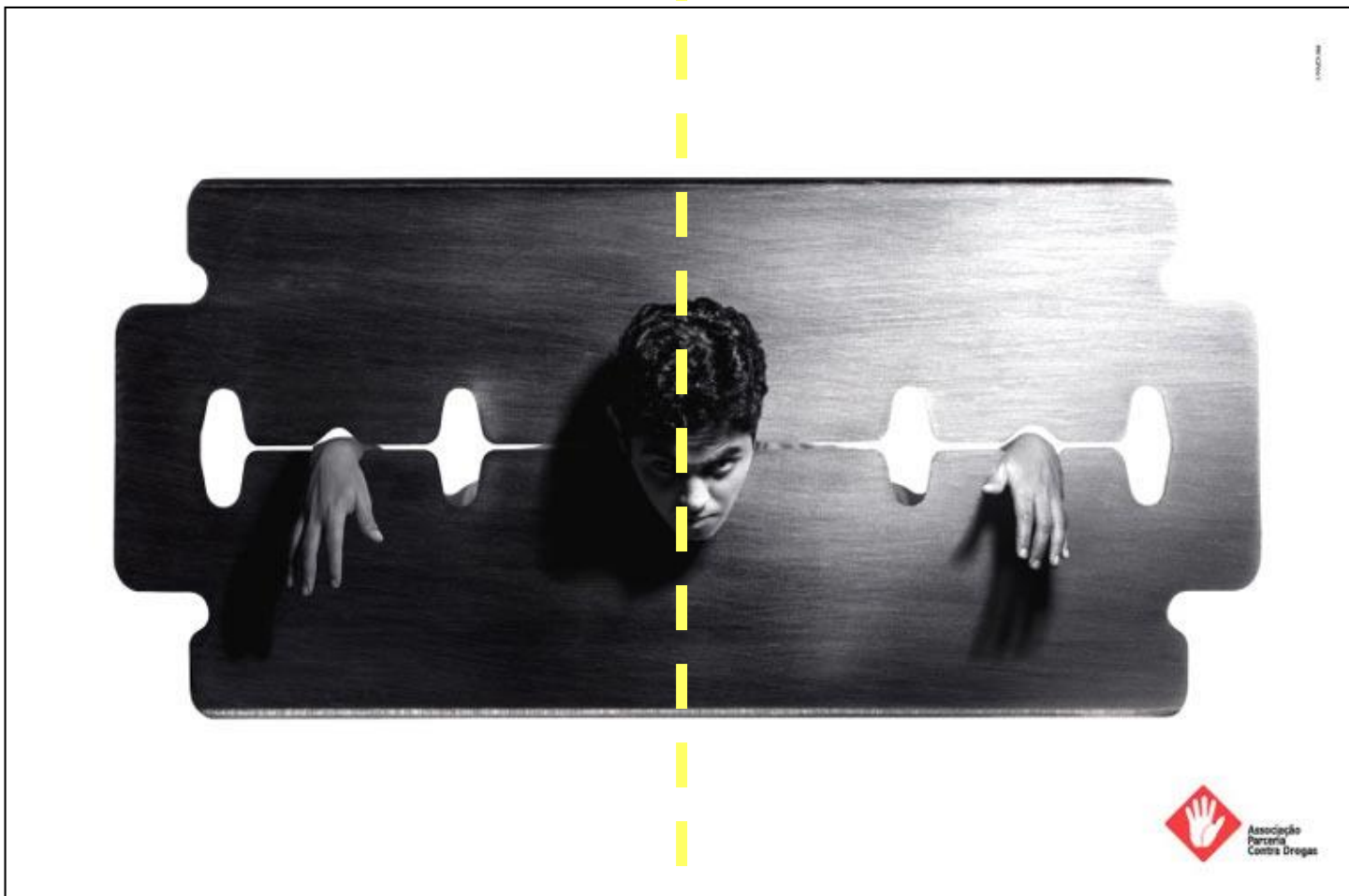
- Eu queria fazer um brinde ao seu rosto,
que hoje está completamente diferente.

- Eu queria fazer um brinde ao seu corpo,
que hoje está completamente diferente.

- Eu também queria fazer um brinde
ao milagre da cirurgia plástica.

Provavelmente neste exato momento, alguém, em algum lugar do mundo,
está vivendo uma situação igual a essa. Carlsberg. Provavelmente a melhor cerveja do mundo.

SIMETRIA



CENTRO ÓTICO

CENTRO ÓTICO

A composição assimétrica quebra a monotonia dos layouts simétricos, usando como referência o centro óptico.

CENTRO ÓTICO

O centro óptico é o **primeiro visual** apreendido por quem manipula uma peça impressa e possibilita o deslocamento dentro de um layout.

CENTRO ÓTICO



ARNO
Tua água, tu, e mais.

Não dá pra
chamar
de louquidão.

FONTANA ARNO

- Superfície: movimenta mais a água e garante melhor lavagem.
- Fontana: obriga mais a água a renovar mais as saídas através de exclusiva técnica de acústico vibratório.
- Duplo filtro: recebe as fibras, e as resmas ficam protegidas.

Afoga as manchas porque movimenta muito mais a água.

CENTRO ÓTICO

www.skol.com.br

ESTE PRODUTO É UM ESPERMADEIRO. NÃO CONSUMIR EM CASOS DE ALERGIA. CONSUMIR COM MODERAÇÃO E SEM EXCESSOS.

ME
SEGURA.
EU VOU TOMAR
UMA SKOL BEATS.

CHEGOU SKOL BEATS.
A CERVEJA QUE DESCE RODOPIANDO.

ESPECIALMENTE
TURBINADA PARA
VOCÊ AGITAR.

APRECIAR COM MODERAÇÃO.

SKOL BEATS

SKOL BEATS

CENTRO ÓTICO

Suamos muito para conseguir um produto tão avançado. Sem problema: depois lavamos as roupas suadas nele mesmo.

Super Turbo: maximiza mais a água e garante melhor lavagem.

Fofoleta: oxigena mais a água e remove mais as sujeiras através do exclusivo sistema de ultrabubagem.

Duplo filtro: recolhe os fiapos e as roupas ficam protegidas.

FONTANA ARNO Não dá pra chamar de tanguinho.

ASSIMETRIA

- A composição assimétrica é mais dinâmica.
- Sua característica é baseada no **contraste**, expressado mediante um estilo, uma ilustração, caracteres, variação tonal, etc.

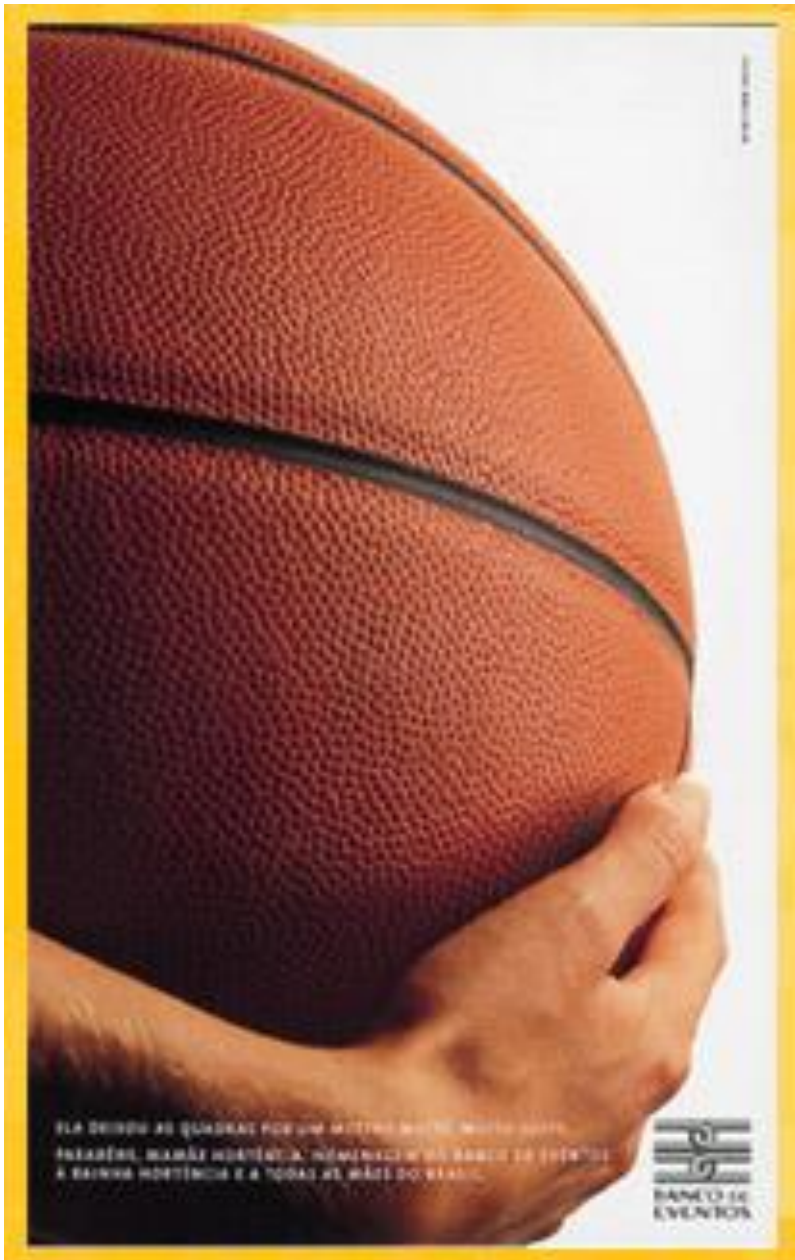
ASSIMETRIA



ASSIMETRIA



ASSIMETRIA



LEIS COMPOSITIVAS

Leis que regem os impressos segundo sua **funcionalidade** e estética.

**LEIS GERAIS:
Unidade e Ritmo**

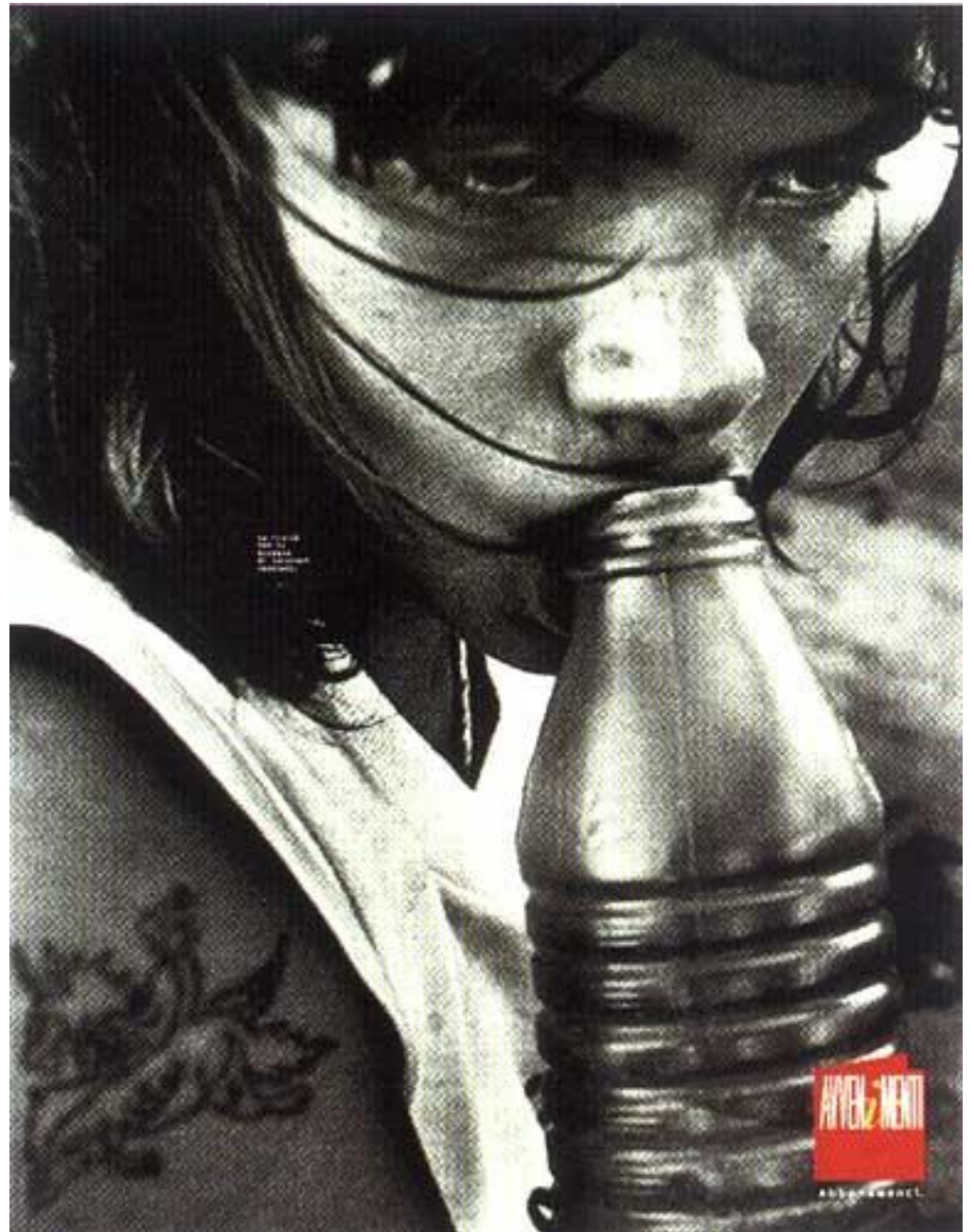
UNIDADE

- A unidade diz respeito a **harmonia** das forças tipológicas e ilustrativas relacionadas à estática.
- Analisamos a unidade levando em conta a escolha de caracteres, ilustrações, formatos, etc.

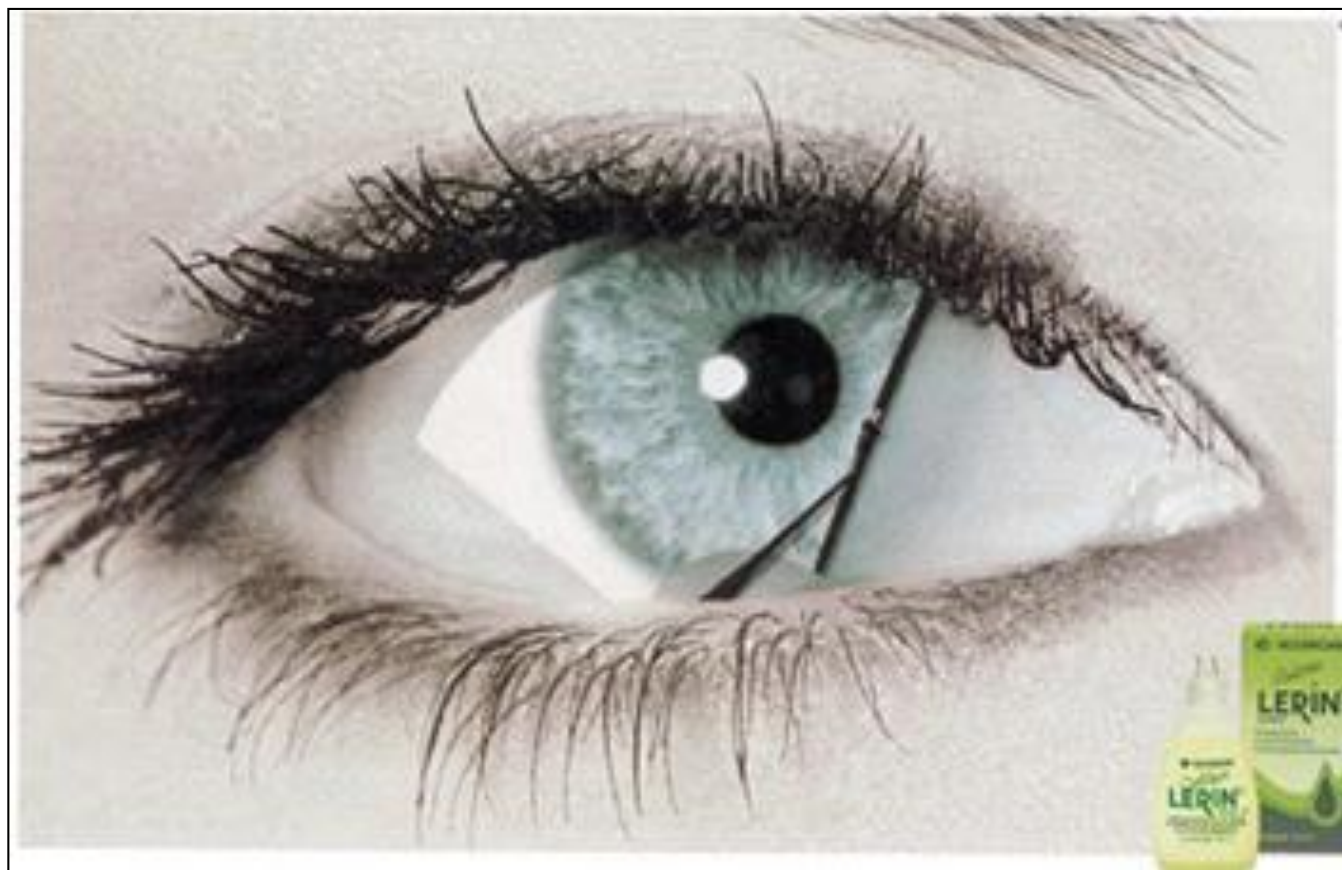
RITMO

- É a sucessão harmoniosa dos **movimentos do layout**.
- Os elementos ficam dispostos visando o **aproveitamento do ciclo que a vista humana faz** ao se deparar com uma página impressa.

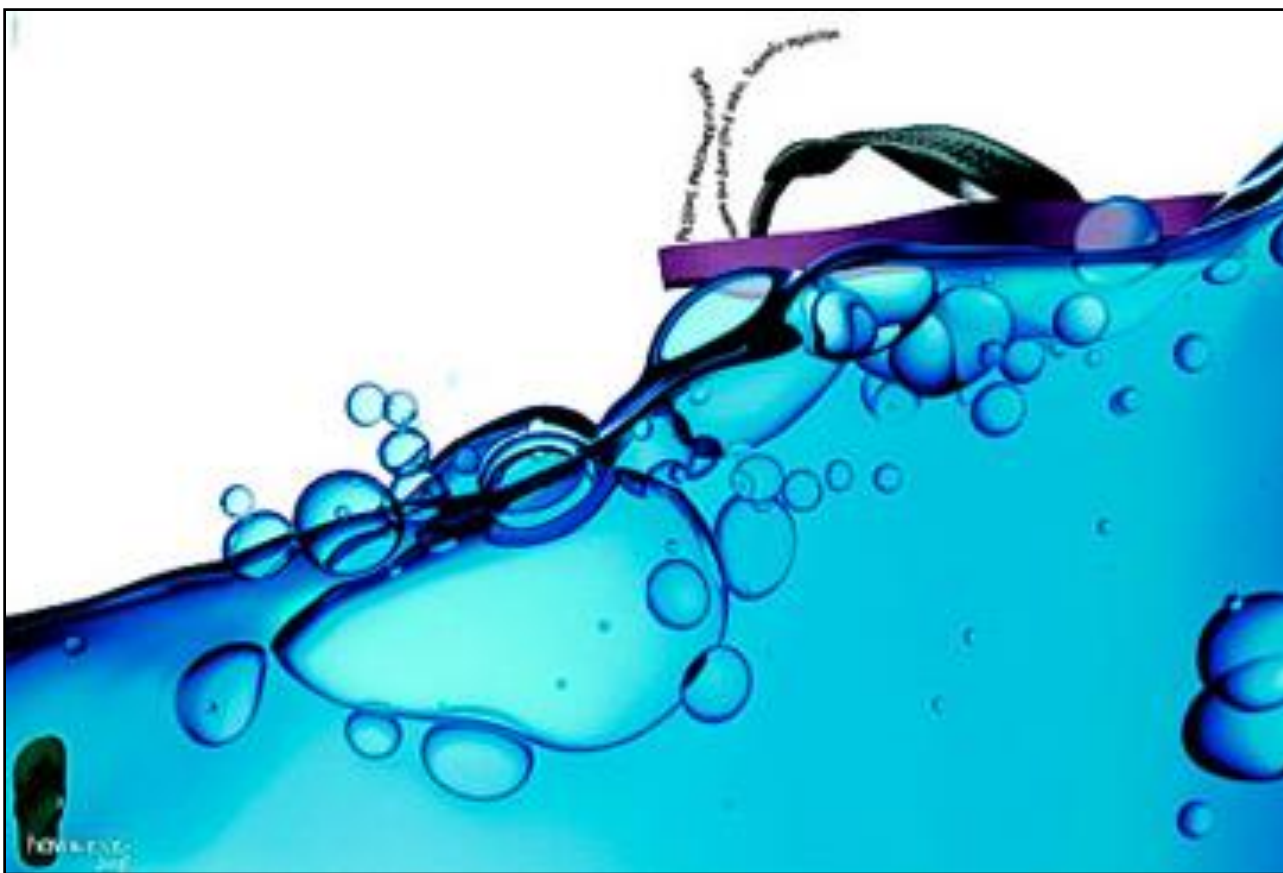
RITMO



RITMO



RITMO



RITMO

A child's drawing on a wall, showing a red line that starts with a sun-like shape on the left and then zig-zags across the wall, ending in a downward slope on the right. A red crayon lies on the floor below the drawing.

Ajuda seu filho a crescer inteligente e saudável.

Um copo por dia, basta para repor as vitaminas e os minerais que seu filho precisa diariamente. Para brincar, aprender e ser feliz.

O SEU FILHO JÁ SABE. SUSTAGEN KIDS DIMINUIU O PREÇO.

3 CUSTAGENS SEM ADOÇANTES

FUNDAÇÃO

RITMO



LEIS ESPECÍFICAS

São os recursos que utilizamos para cumprir as leis gerais de unidade e ritmo

- Variedade
- Harmonia
- Destaque
- Contraste e Equilíbrio
- Proximidade
- Alinhamento
- Repetição
- Contraste

Proximidade

Para onde os olhos se dirigem? Qual é o caminho que eles seguem? Onde termina a leitura? Após a leitura, para onde os olhos vão?

Equilíbrio e Contraste

Não importa qual seja a forma do layout, os objetos que estão dispostos precisam ter um grau de importância, seja ele simétrico ou assimétrico.

1. **Alinhe o bloco de texto com algum outro objeto: pode ser a foto, o título ou os dois;**
2. Se você for centralizar o bloco do texto, não centralize apenas ele. Algum outro objeto na peça precisa justificar o porquê do texto estar centralizado;
3. **Se você tiver mais de uma foto no layout e elas estiverem com o mesmo grau de importância, procure alinhar uma com a outra na horizontal ou vertical. Se possível, nos dois;**
4. Não deixe o logotipo perdido na página. Alinhe o logotipo com algum outro objeto. Texto ou foto, tanto faz;
5. **Dê importância às coisas. Não é raro se ver layouts onde título, foto e texto têm o mesmo peso visual;**
6. Cuidado com as cores. A escolha pode interferir no equilíbrio da peça. Faça com que ela combine com a imagem principal da peça. Se não tiver a cor predominante na imagem, tente usar a cor do cliente ou do produto. Na dúvida, use o branco.

Proximidade

1. A ocupação ordenada da página permite espaços livres;
2. Itens agrupados e aproximados uns dos outros são vistos como um conjunto coeso e não como um emaranhado de partes sem ligação. O leitor deve ter uma pista visual imediata da organização e do conteúdo;
3. Itens relacionados entre si devem ser agrupados. Quando vários itens estão próximos, torna-se uma unidade visual, e não várias unidades individualizadas.
4. A proximidade implica em uma relação, os itens se tornam uma unidade visual e não várias unidades separadas;
5. Expresse as informações graficamente, agrupando-as. O conceito de proximidade não significa que tudo precise estar próximo; significa que os elementos logicamente conectados, com algum tipo de ligação, também devem estar visualmente conectados.

Proximidade

O propósito básico da proximidade é o de organizar.

O que evitar:

- Evite muitos elementos separados em uma imagem;
- Não coloque os itens somente nos cantos e no meio da imagem;
- Evite deixar quantidades iguais de espaço em branco entre os elementos;
- Evite criar qualquer dúvida quanto à relação dos elementos entre si (ou seja, os elementos devem estar junto a seu respectivo par, criando uma relação de proximidade).

Alinhamento

A unidade é um conceito muito importante no design. Para que todos os elementos da imagem tenham uma estética unificada, conectada e inter-relacionada, é preciso que haja “amarras” visuais entre os elementos separados.

Um alinhamento marcante cria uma aparência sofisticada, formal, engraçada ou séria. Esteja consciente do posicionamento dos elementos na página.

Alinhamento

1. Nada deve ser colocado arbitrariamente em uma página. Cada item deve ter uma conexão visual com algo, não se pode jogar as coisas na página nos lugares onde houver espaço;
2. Quando os itens são alinhados na página, há uma unidade coesa, mais forte. Mesmo que os elementos estejam fisicamente separados uns dos outros, se estiverem alinhados, haverá uma linha invisível conectando-os;
3. Alinhamento centralizado dá uma aparência mais formal, mais comum e sem brilho. O alinhamento centralizado é o mais usado pelos iniciantes;
4. Encontre uma linha e guie-se através dela. Pequenos alinhamentos contribuem para que a página fique visualmente organizada. Se você tiver uma foto ou imagem com uma lateral, ou base, bem forte e marcante, utilize-a com a linha guia colocando o texto alinhado por ela.

Alinhamento

O propósito básico do alinhamento é o de unificar e organizar a página.

O que evitar:

- Evite trabalhar com vários alinhamentos de texto numa mesma página;
- Evite o alinhamento centralizado, a não ser que seu objetivo seja criar uma apresentação formal e pacata.

Repetição

Quando você cria títulos do mesmo tamanho e mesmo peso, quando coloca um fio ao final de cada página, quando usa o mesmo sinal de tópico em cada listagem, esses são exemplos de repetição criando uma consistência.

O jornal é o maior exemplo de repetição; se a cada página não houver elementos comuns à página anterior, perde-se a noção de unidade. A repetição é essencial em documentos de várias páginas.

Repetição

1. A repetição ajuda a organizar as informações. Ela ajuda a guiar o leitor e unificar as partes distintas da diagramação. A repetição dos elementos estabelece uma continuidade sofisticada;
2. **Algun aspecto do design deve repetir-se no material inteiro. Pode ser uma fonte em bold, uma linha, um sinal, algum formato específico, relações espaciais, etc. Qualquer item que se reconheça de imediato;**
3. Transforme elementos em símbolos gráficos repetitivos. Aproveite os elementos que você já estiver utilizando para fazer com que o projeto fique consistente.
4. **Se houver um elemento que seja pertinente, trabalhe com ele. Pode ser uma imagem, uma fonte mais desenhada, etc.: acrescente um elemento novo para criar a repetição ou escolha um simples elemento e o utilize de várias maneiras: diferentes tamanhos, cores, ângulos.**

Repetição

O propósito básico da repetição é unificar e acrescentar interesse visual.

Não subestime o interesse visual de uma página: se ela for interessante, sua leitura será mais agradável.

O que evitar:

1. Evite repetir o elemento em demasia, para que ele não se torne enfadonho ou excessivo.
2. Esteja consciente da pertinência do elemento gráfico.
3. Não transforme o elemento num item mais importante que o texto.

Contraste

O contraste é uma das maneiras mais eficazes de acrescentar algum atrativo visual a uma página, criando uma hierarquia organizacional entre diferentes elementos.

O importante é que, para que o contraste seja realmente eficaz, ele deve ser forte.

Contraste

1. Se dois itens não forem exatamente os mesmos, diferencie-os completamente. Cria-se o contraste quando dois elementos são diferentes. Se eles diferem um pouco mas não muito, não acontecerá um contraste mas um conflito;
2. Pode-se alcançar o contraste de várias maneiras: uma letra grande pode-se contrastar com uma pequena; uma fonte light com uma bold; um fio fino com um grosso, uma cor fria com uma quente, uma textura lisa com uma áspera, um elemento horizontal com um vertical; linhas espaçadas com linhas juntas, etc;
3. O contraste é um ponto crítico na organização das informações. O leitor sempre deveria ser capaz de, à primeira passada de olhos sobre um material, compreender exatamente o que ele representa;

Contraste

4. A maneira mais fácil de trabalhar contraste é através de fontes: corpo da letra, peso e etc. Mas também use fios, espaçamento, fundos e etc;

5. Use o contraste para criar um ponto focal. Estabeleça qual deve ser o item principal, destaque-o com alinhamentos marcantes e aplique proximidade.

Contraste

O propósito básico do contraste é duplo mas seus objetivos são unificados.

Da mesma forma que você usa o contraste para criar um interesse sobre a página, dando uma aparência interessante e atraindo mais a leitura do outro você auxilia na organização das informações, possibilitando uma compreensão instantânea e estabelecendo um fluxo lógico de um item para outro.

O que evitar:

1. Não seja tímido.
2. Evite contrastar uma linha um pouco espessa com uma linha um pouco mais espessa.
3. Evite contrastar um texto marrom com títulos pretos.

EXEMPLOS:



Esses
lactobacilos

são é muito
VIVOS.

Os probióticos do iogurte Bafido Danone são muito mais vivos e ativos do que outros iogurtes. Por isso, além de ajudar a regular a função do intestino, eles contribuem para o equilíbrio da flora intestinal. O quanto é bom!

Ótimo também a forte natureza de certos lactobacilos, capazes de proteger o seu corpo contra bactérias e vírus. Não é isso que você quer? Não é isso que você precisa? É assim se defendem os imunes!



EXEMPLOS:

O site das Classificadas Folha recebe

3224

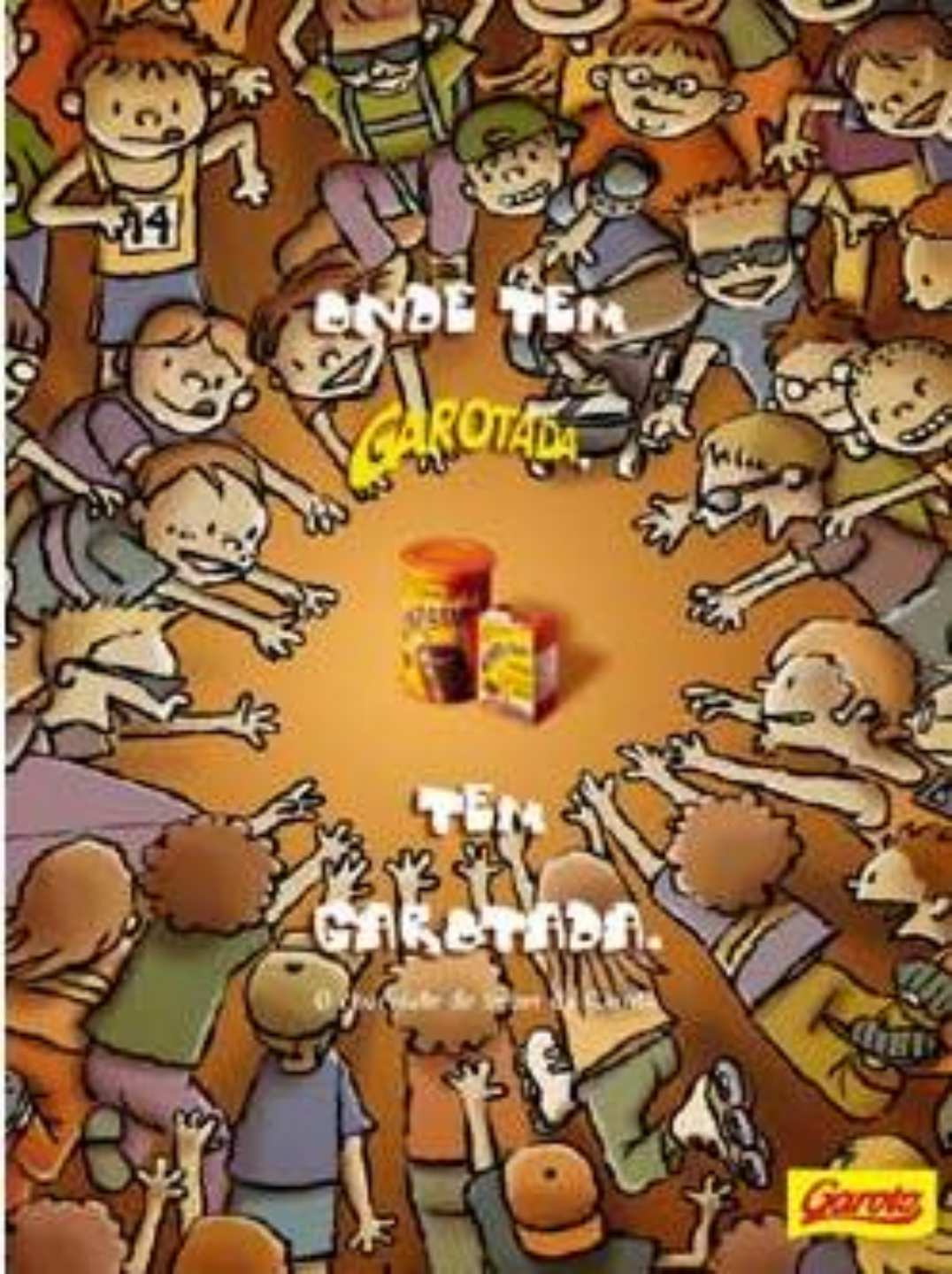
4000



EXEMPLOS:



EXEMPLOS:



EXEMPLO:

O charme de Paris.
A cultura de Londres.
A mistura de Nova Iorque.
O tamanho de Tóquio.

E todos os garçons
falam português.

Homenagem da Claro aos 450 anos
da maior cidade do Brasil.

