

LLEDÓ  
QUERAL GOMIS

# DISSENY GRÀFIC

**CRITERIS BÀSICS**

## **QUÈ ET CAL CONÈIXER PER PODER DISSENYAR?**

Recursos, propostes i exemples de com s'articulen els diferents elements que configuren la imatge gràfica, per tal d'aconseguir transmetre missatges i estètiques desitjades.



**"Disseny gràfic. Criteris bàsics"**

Elaborat per Lledó Queral Gomis per al CEFIRE Artísticoexpressiu.

Subdirecció General de Formació del Professorat. Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esport.

Baix llicència Creative Commons Reconeixement-No comercial-Compartir Igual 4.0 Internacional (1)

---

# PER QUÈ DISSENY?

## 1 // INTRODUCCIÓ

La metodologia de treball per projectes té una estructura que sorgeix d'una pregunta, un detonant, una necessitat detectada. I aquesta ens porta a desenvolupar un fil de raonament seguint les inquietuds sorgides. Així, al final del procés, queda un **aprenentatge representat i seqüenciat que es puga transmetre a la resta de la comunitat**. En aquest sentit, el de la transmissió a la comunitat, és molt important l'**acompanyament gràfic de tot el procés**.

El **disseny gràfic** és una disciplina present en les parets, manuals i imatges de tots i cadascun dels nostres centres educatius, però sobre la qual hi ha desconeixement i una certa despreocupació. S'assumeix que les imatges existeixen, i poc es planteja com o qui arriba a generar-les. I el més important: **per a què?**

El disseny té un context difús, ja que s'ubica **entre el món d'allò artístic i allò publicitari** ("Del diseño" Yves Zimmermann), s'encamina a generar productes gràfics desde la més pura creativitat, però per a relacionar-los amb el missatge que es preten transmetre. I per a aconseguir-ho de forma eficaç i pràctica, fa ús de tota una sèrie de normes visuals i creatives: **les normes del llenguatge visual i de la percepció** ⇄. Per tant, per a dissenyar (i també per a apreciar i interpretar), necessitem conèixer aquestes normes.

En aquesta càpsula donarem pinzellades dels elements més importants a tenir en compte a l'hora de dissenyar.

Voreu com, una vegada tingueu al cap aquests valors, detectareu de seguida si un disseny està ben compost o no, i com passa amb la **paridòlia** (fenòmen psicològic que consisteix en reconèixer trets facials en altres elements), **una vegada ho veus ja no pots deixar de vore-ho!**

*«Uno de los grandes objetivos que tiene la construcción de una **arquitectura para el proyecto** es el de hacerlo visible para el resto de la comunidad educativa»*

Juan José Vergara Ramírez  
Aprendo porque quiero  
(2015)

*«Nadie nos ha enseñado a mirar las imágenes (...) la potencia profundamente política de todas ellas se desarticularía si aprender a mirar se considerara una competencia básica para el mundo que tenemos y para el que nos espera.»*

María Acaso  
Esto no son las torres gemelas  
(2007)



Exemple de paridòlia

# PER QUÈ DISSENY?

Però... quins són els motius pels quals pensem que açò és important?

## 1 La imatge gràfica educa (o deseduca)

María Acaso aporta en "Didáctica de las artes y la cultura visual" (2011) que «un profesor es un artista i un artista és un professor». Al fil d'aquesta afirmació, podríem dir que: **el professorat som dissenyadors i dissenyadores dels recursos d'aprenentatge, i qui dissenya els recursos està educant amb la correcció del seu treball.**

«En nuestra sociedad lo más importante es la idea de que las imágenes sólo sirven para crear placer en detrimento de su capacidad para crear conocimiento»

María Acaso  
El lenguaje visual (2011)

## 2 La càrrega que tenen les imatges com a element per generar aprenentatges

actualment no es pot despreciar. No podem arribar a controlar la quantitat d'imatges a les quals es sotmet el nostre alumnat, moltes d'elles inadequades o amb finalitat persuasiva (consum, definir com hem de ser o no ser...); **és per tant necessari nutrir l'imaginari col·lectiu de referents de qualitat**, que generen unes bastides estètiques i de percepció, i que, en última instància, eduquen en la capacitat crítica i la possibilitat de seleccionar què és allò més adient i què no ho és.

Si voleu aprofundir en la influència que tenen les imatges no us podeu perdre aquest text de **Roland Barthes** sobre «L'efecte realitat».



## 3 Com a docents tenim la obligació de fer una bona selecció de les imatges i recursos gràfics

que utilitzem a classe o al centre. Els estàndars de qualitat d'aquesta tria haurien de ser **equivalents a la correcció ortogràfica** o adequació dels continguts curriculars que sí tenim en compte en moltes matèries.

«El diseño no es sólo adorno. (...) Cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado»

Wucius Wong  
Fundamentos del diseño (1998)

## 4 Perquè a diferència del que es creu, sobre gustos hi ha molt escrit i no tot és vàlid. El gust s'educa

(no des del sentit de generar un gust únic, seria absurd i inviable) sinó de **ser exigents i crítics**. Hi ha multitud de respostes correctes a un mateix plantejament, no existeix la resposta única, però compte! no totes les propostes gràfiques són vàlides, perquè **el disseny no és subjectiu**. Sí, el disseny apel·la a 3 dimensions dels humans: **visceral, conductual i reflexiva**, però la resolució formal es pot analitzar de forma objectiva.

«Cada uno de los tres niveles del diseño (visceral, conductual y reflexivo) desempeñan su función (...) Cada uno tiene igual importancia que los demás, pero exige del diseñador que adopte un enfoque diferente »

Donald A. Norman  
El diseño emocional (2005)

# ÍNDEX

---

1. LA PERCEPCIÓ VISUAL P. 6
2. TIPOGRAFIES P. 7
3. COLOR(S) P. 17
4. COMPOSICIÓ P. 22

## "EL CABALLO NO HACE AL INDIO"

Per què aquesta càpsula no és un tutorial per aprendre a utilitzar GIMP o Photoshop?

Cap programa té un botó de "*y ahora hazlo bonito*", sou vosaltres qui apliqueu els criteris, aprendre a utilitzar una o altra eina **és només qüestió de temps i pràctica**. Així, hi ha un món de recursos al vostre abast, però que el vostre criteri guie la pràctica.

Al final tindreu un recull de **recursos** i **programari** que podeu utilitzar per dissenyar.

# PRINCIPIIS I NORMES

## LA PERCEPCIÓ VISUAL

La psicologia de la percepció visual fou elaborada per un grup de psicòlegs (Gestalt) en Alemanya a principi dels segle XX. En ella podem identificar uns principis que regeixen la forma en que reacciona el cervell a la percepció.

Per vore com s'apliquen aquests principis, llig aquest breu article del blog de la revista Graffica.

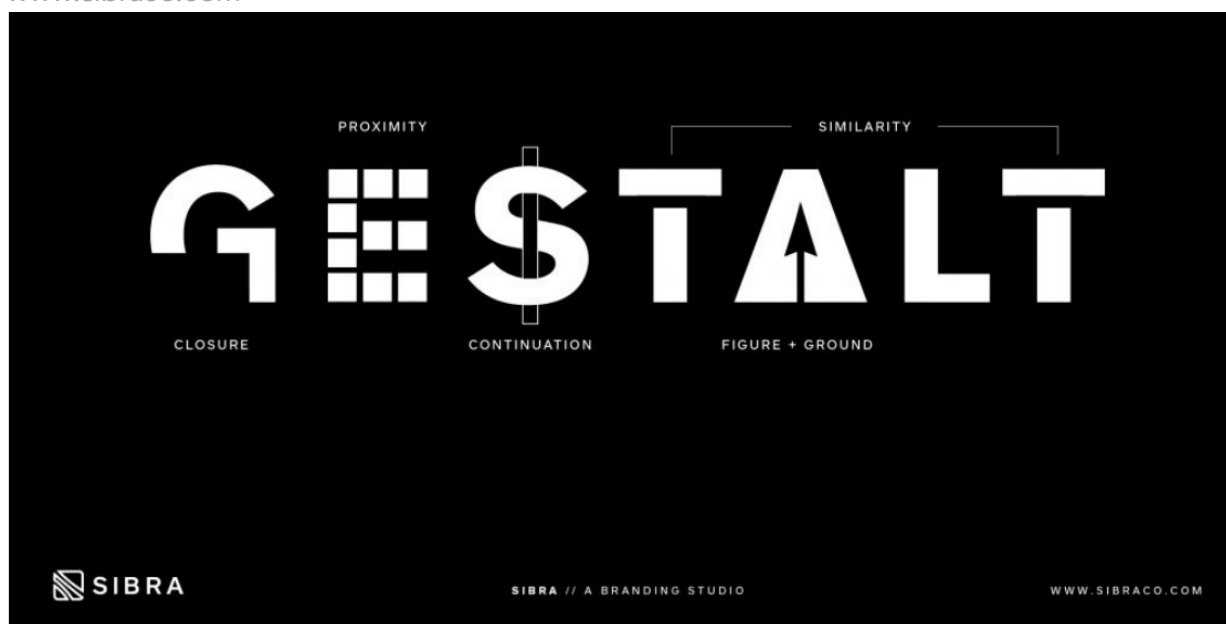
<https://graffica.info/principios-gestalt-diseno/>



[www.sibraco.com](http://www.sibraco.com)

*"Lejos de ser un registro mecánico de elementos sensoriales, la visión resultó ser una aprehensión de la realidad creadora: imaginativa, inventiva, aguda y bella (...). Todo percibir es también pensar, todo razonamiento es también intuición, toda observación es también invención".*

Rudolph Arnhem Arte y percepción visual



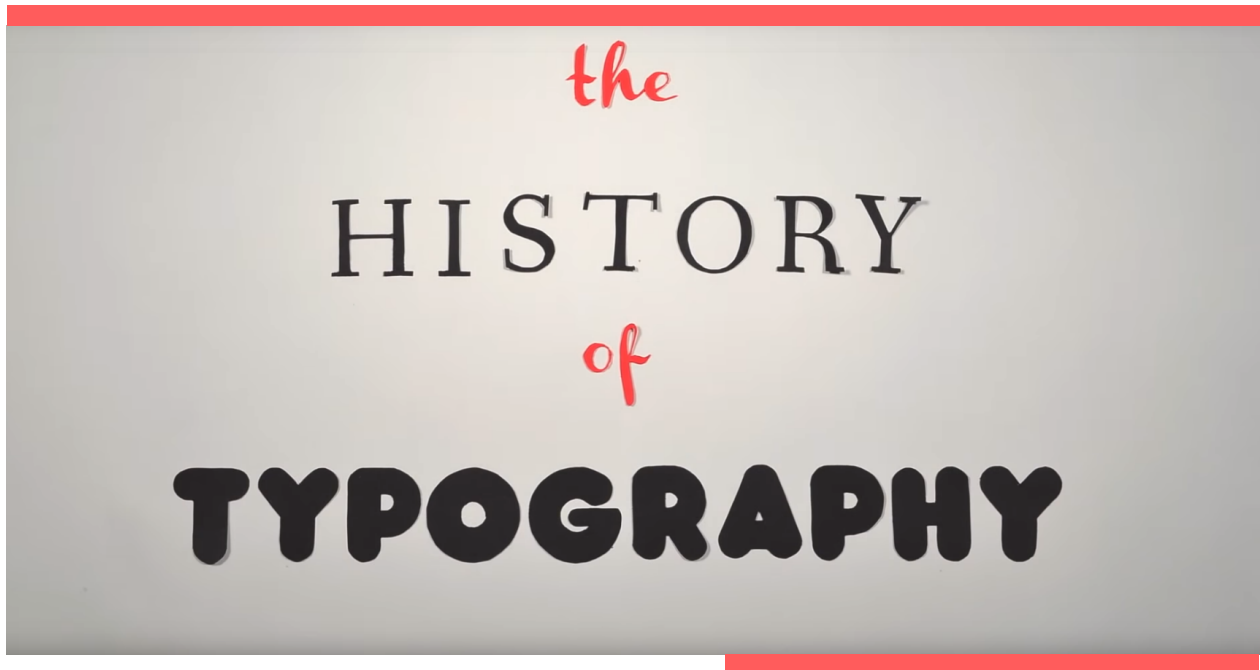
En aquesta imatge es representen els principals conceptes de les Lleis de percepció visual:

- TANCAMENT
- PROXIMITAT
- CONTINUITAT
- SIMILITUD
- FIGURA I FONTS

Aquests conceptes ens serveixen per entendre la composició de molts dissenys que es basen en elles, i també són recursos dels quals tirar mà davant el dubte de com començar un projecte.

# TIPOGRAFIES

LES LLETRES MARQUEN LA DIFERÈNCIA



Comença veent este video que resumeix molt bé la **història de la tipografia** en 5'  
<https://www.youtube.com/embed/wOglkxAfJsk>

La tipografia és, possiblement, l'element més important del disseny gràfic. És "**comunicació visual escrita**". Forma part del disseny perquè aquest, en la seua funció comunicativa, necessita transmetre un missatge i retindre'l en la ment de l'observador (*Comunicación, diseño gráfico, creatividad y comunicación* 2001, Fernando R. Contretas i César San Nicolás Romera).

La tipografia, per tant, ha de ser legible. I a la **legibilitat** afegirem un altre concepte: **lecturabilitat**, és a dir, hauria de generar ganes de ser llegida. És un concepte més abstracte, però sobretot quan parlem de missatges persuasius és important eixe factor "atractiu".

## RECURSOS

---

Les lletres en sí mateixes són un dibuix, **una imatge que comunica**. Mira aquest video i entendras el per què.



<https://player.vimeo.com/video/30168074?title=0&byline=0>

# TIPOGRAFIES

## CLASSIFICACIÓ BÀSICA

D'una manera molt bàsica, podríem classificar les tipografies en **4 grups**:

1

### Serif o amb remat

- Tradicional
- Seriosa
- Respectable
- Institucional
- Corporativa

2

### Sans serif o "palo seco"

- Contudent però més moderna
- Seguretat
- Neutralitat
- Minimalisme

3

### Script

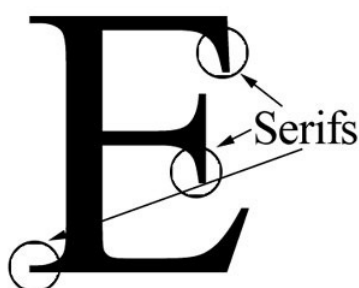
- Elegància i cerimònia
- Afecte
- Tendència

Actualment existeix furor pel *lettering*, però no s'haurien d'emprar en formats de llarga durada, perquè la seua percepció canviarà en quant passe la moda.

4

### Decoratives

- Aquestes tipografies són més capricioses. El seu ús es redueix a missatges molt concrets, informals, i amb temàtiques particulars.



<http://www.elpoderdelasideas.org/conceptos-de-diseno-grafico-publicitario>  
<https://www.roc21.com/2016/09/05/fuente-tipografica-decorativa-gratis/>

## RECURSOS

**Vídeo resum** de consells tipogràfics

Consells útils  
<https://www.youtube.com/watch?v=FF5lnuwH21k>

**Tipo tips** és una web amb consells molt pràctics, de la creativa Elena Madrigal

<https://www.tipotips.com>



**Documental** recomanable sobre la tipografia.

"Helvetica"  
<https://www.youtube.com/watch?v=FF5lnuwH21k>



# TIPOGRAFIES

## CONSELLS ÚTILS

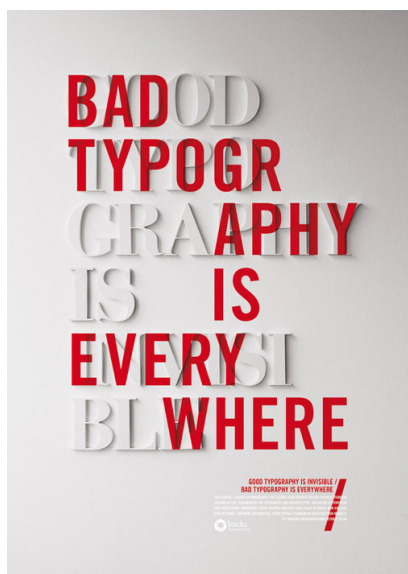
Enric Jardí, en el seu llibre doble «*Veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán)*» i «*Veintidós consejos sobre tipografía que algunos diseñadores jamás revelarán*», dona moltes claus pràctiques per a la selecció de tipografies. En base a açò, ací teniu alguns **consells útils** i alguns **pecats capitals**:

1

**Tria només un parell de lletres. Menys és més en disseny.** Si vols que la informació arribe clara i directa no abuses de les tipografies. Amb dues o màxim tres ho pots fer/dir tot.

1. **Contrast pèr tipus de lletra:** una serif i una sans serif
2. **Contrast per tamany de lletra**
3. **Excés de tipografies,** genera caos, confussió i il·legibilitat

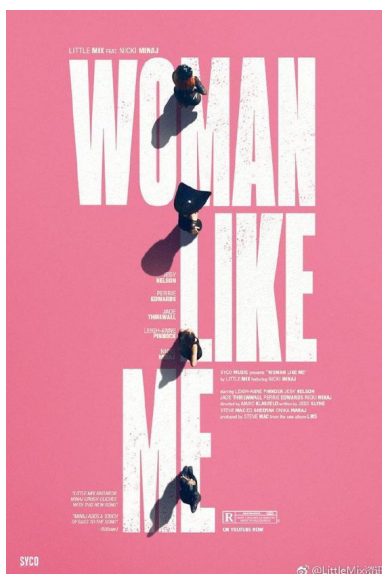
1



### CONSELL EXTRA PER A TÍTOLS LLARGS

Si el títol té més d'una línia utilitza majúscules, perquè les minúscules poden generar interferències amb els caràcters llargs (j, g, l...)

2



### CONSELL EXTRA PER A TÍTOLS LLARGS

3



### Consell extra per a títols llargs

# TIPOGRAFIES

## CONSELLS ÚTILS

---

Enric Jardí, en el seu llibre doble «*Veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán)*» i «*Veintidós consejos sobre tipografía que algunos diseñadores jamás revelarán*», dona moltes claus pràctiques per a la selecció de tipografies. En base a açò, ací teniu alguns **consells útils** i alguns **pecats capitals**:

1

### **Tria només un parell de lletres.**

**Menys és més en disseny.** Si vols que la informació arribe clara i directa no abuses de les tipografies. Amb dues o màxim tres ho pots fer/dir tot.

### **Exemples de combinacions que funcionen** (extret de les plantilles de canva.com)

- Contrast en les dimensions
- Contrast en les tipografies
- Informació jerarquizada

**James  
& Katie**

invite you to an anniversary party to  
celebrate their ten years of marriage!

**IT'S A  
BOWLING  
BIRTHDAY  
PARTY**

Please join us celebrate  
Adam's 8th Birthday!

Sunday, June 2 2019 from 6 to 8 in the evening.  
33 Tailwater St. Manitowoc, WI 54220

**JOLLY  
HOLIDAY**

**DINNER PARTY!**

The Bennett Family Residence  
611 North Avenue  
Middleton, Wisconsin  
December 23, 2015 at 7:00 PM

**EST 1995  
FARM  
TO TABLE**

CALIFORNIA ORGANIC FARMING

# TIPOGRAFIES

## CONSELLS ÚTILS

---

Enric Jardí, en el seu llibre doble «*Veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán)*» i «*Veintidós consejos sobre tipografía que algunos diseñadores jamás revelarán*», dona moltes claus pràctiques per a la selecció de tipografies. En base a açò, ací teniu alguns **consells útils** i alguns **pecats mortals**:

1

**Tria només un parell de lletres. Menys és més en disseny.** Si vols que la informació arribe clara i directa no abuses de les tipografies. Amb dues o màxim tres ho pots fer/dir tot.

2

**Procura que el tipus de lletra no comuniqui allò que no vols comunicar.**

Especialment les lletres decoratives et poden jugar males passades perquè poden vanalitzar un concepte.

Concert en la Sala RAZZMATAZZ

# Metallica

DISSABTE 3 de març  
Organitza: Associació d'amics  
del Heavy Metal de Barcelona



# TIPOGRAFIES

## CONSELLS ÚTILS

Enric Jardí, en el seu llibre doble «*Veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán)*» i «*Veintidós consejos sobre tipografía que algunos diseñadores jamás revelarán*», dona moltes claus pràctiques per a la selecció de tipografies. En base a açò, ací teniu alguns **consells útils** i alguns **pecats mortals**:

1

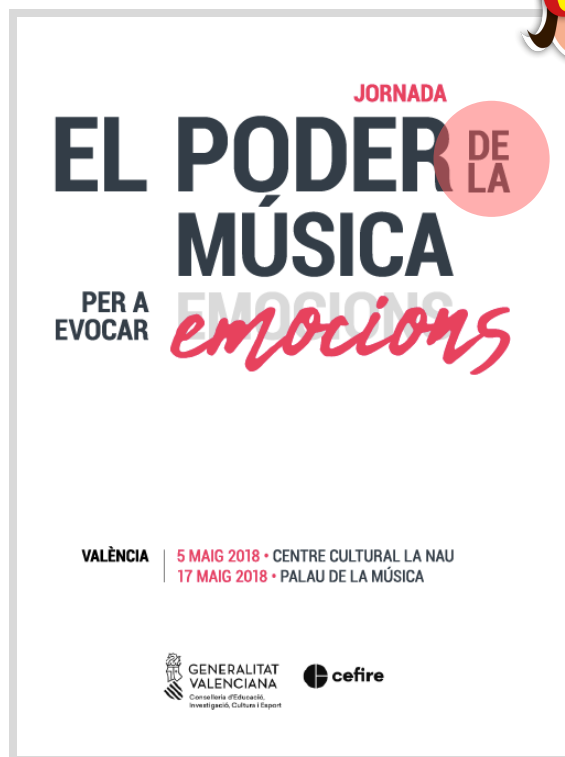
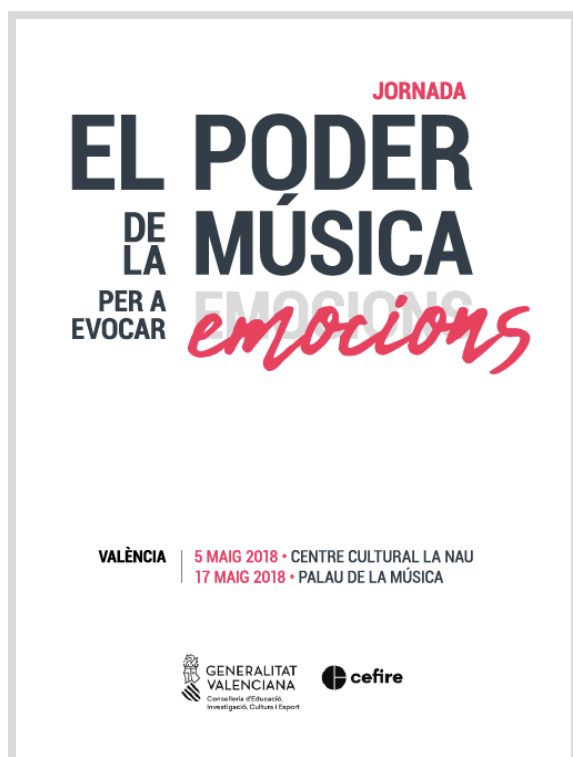
**Tria només un parell de lletres. Menys és més en disseny.** Si vols que la informació arribe clara i directa no abuses de les tipografies. Amb dues o màxim tres ho pots fer/dir tot.

2

**Procura que el tipus de lletra no comuniqui allò que no vols comunicar.** Especialment les lletres decoratives et poden jugar males passades perquè poden vanalitzar un concepte.

3

**Per a títols: parteix les línies amb sentit.** En els títols evita articles i peposicions a final de línia.



# TIPOGRAFIES

## CONSELLS ÚTILS

Enric Jardí, en el seu llibre doble «*Veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán)*» i «*Veintidós consejos sobre tipografía que algunos diseñadores jamás revelarán*», dona moltes claus pràctiques per a la selecció de tipografies. En base a açò, ací teniu alguns **consells útils** i alguns **pecats mortals**:

1

**Tria només un parell de lletres. Menys és més en disseny.** Si vols que la informació arribe clara i directa no abuses de les tipografies. Amb dues o màxim tres ho pots fer/dir tot.

2

**Procura que el tipus de lletra no comuniqui allò que no vols comunicar.** Especialment les lletres decoratives et poden jugar males passades perquè poden vanalitzar un concepte.

3

**Per a títols: parteix les línies amb sentit.** Evita articles i preposicions a final de línia.

4

**Assegura't que tens tot el que necessites.** Abans d'utilitzar una tipografia en concret, assegura't que tindrà accents, números, signes de puntuació...



**D**a de la m sica  
CETP Castell  
**Dijous 23 gener**

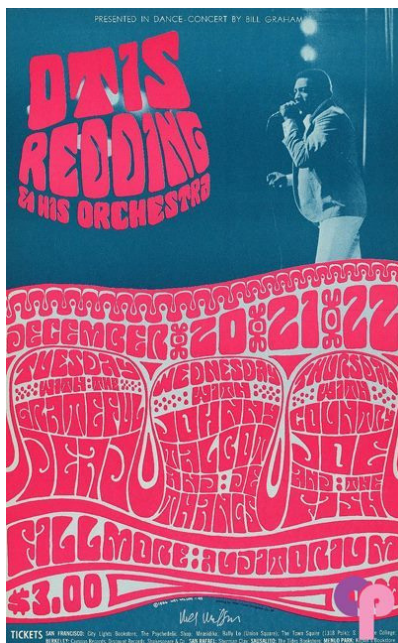
# TIPOGRAFIES

## PECATS CAPITALS

1

**No deformes les tipografies (a no ser que tingues un bon motiu per fer-ho).**

Les lletres són dibuixos, i qui les ha dissenyades ha pensat en múltiples aspectes per a que funcionen. No les estires per a acoplar-les a l'espai, modifica les dimensions no la forma! (tampoc hauries de deformar imatges).



**THE PUBLIC THEATER**

L'ús de lletres deformades té sentit quan es tracta d'estètiques definides, com en aquest cas psicodèlic.

La dissenyadora Paula Scher va generar aquesta simulació de deformació per tal de donar dinamisme al logo the The Public Theater.

# TIPOGRAFIES

## PECATS MORTALS

---

1

No deformes les tipografies (a no ser que tingues un bon motiu per fer-ho). Les lletres són dibuixos, i qui les ha dissenyades ha pensat en múltiples aspectes per a que funcionen. No les estires per a acoplar-les a l'espai, modifica les dimensions no la forma! (tampoc hauries de deformar imatges).

2

**No tries tipografies que s'assemblen massa entre elles.**

La idea d'utilitzar dues tipografies és que contrasten. Poden fer-ho per la seua forma, tamany o ubicació (titular i cos de text, per exemple). Si les tipografies són paregudes i no iguals crea confusió, pareix una errada.

**EL CINEMA  
COM A AGENT EDUCATIU  
A LES AULES  
DEL PRESENT  
EINES I RECURSOS  
PEDAGÒGICS**

S'assemblen massa,  
i a l'ull humà li  
pareix una errada.

# TIPOGRAFIES

## PECATS MORTALS

---

1

**No deformes les tipografies (a no se que tingues un bon motiu per fer-ho).** Les lletres són dibuixos, i qui les ha dissenyades ha pensat en múltiples aspectes per a que funcionen. No les estires per a acoplar-les a l'espai, modifica les dimensions no la forma! (tampoc hauries de deformar imatges).

2

**No tries tipografies que s'assemblen massa entre elles.** La idea d'utilitzar dues tipografies és que contrasten. Poden fer-ho per la seua forma, tamany o ubicació (titular i cos de text, per exemple). Si les tipografies són paregudes i no iguals crea confusió, pareix una errada.

3

Per a paràgrafs.  
**Evita línies soltes a principi i final de paràgraf** (vídues i orfens).  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Viuda\\_y\\_hu%C3%A9rfana](https://es.wikipedia.org/wiki/Viuda_y_hu%C3%A9rfana)



### FREUNDSCHAFT BRIDGE

*Located in the heart of Germany*

Balkan worked with Polygon Studio to design a classically structured bridge that would easily fit in with the visual aesthetic of the city. The underside of the bridge was

repurposed as a walkway.

Balkan worked with Polygon Studio to design a classically structured bridge that would easily fit in with the visual aesthetic of the city.

Balkan worked with Polygon Studio to design a classically structured bridge that would easily fit in with the visual aesthetic of the city. The underside of the bridge was repurposed as a walkway.

The underside of the bridge was.



# COLOR(S)

## CLASSIFICACIÓ BÀSICA

El color s'utilitza en disseny per a:

- Atraure l'atenció
- Agrupar elements
- Indicar significats
- Qualitat estètica

Per a poder utilitzar el color de forma eficaç necessitem conèixer:

- Classificació del color
- Combinacions
- Psicologia del color

No incidirem perquè bàsicament és una construcció cultural, però per tindre una referència d'ús general fes click a l'enllaç.

## CLASSIFICACIÓ DEL COLOR (parlem de color pigment, matèria)

1

### **COLORS PRIMARIS** (pigment)

A partir d'ells es creen tota la resta.

**Cyan**  
**Magenta**  
**Groc**

2

### **COLORS SECUNDARIS**

Barreja de dos primaris.

**Verd** (Blau + groc)  
**Morat** (Blau + roig)  
**Taronja** (Roig + groc)

3

### **COLORS COMPLEMENTARIS**

Un primari i el secundari oposat. Són combinacions de **màxim contrast**.

**Cyan / Taronja** (Groc + roig)  
**Groc / Morat** (Roig + blau)  
**Magenta / Verd** (Blau + groc)

4

### **COLORS ARMÒNICS**

Els propers entre si al cercle cromàtic.

5

### **COLORS CÀLIDS**

6

### **COLORS FREGS**



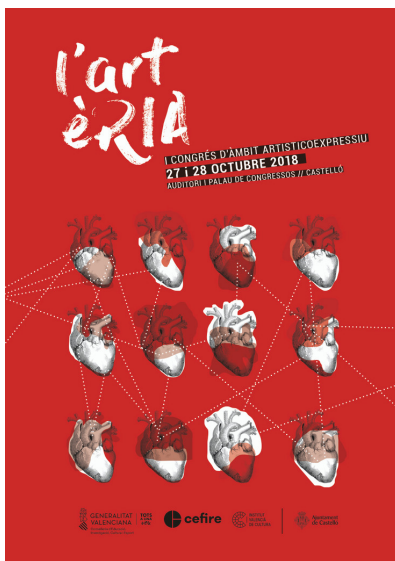
[www.paletacolores.com/armonicos/](http://www.paletacolores.com/armonicos/)

# COLOR(S)

## EXEMPLES

### 1 ATRAURE L'ATENCIÓ

Atraure l'atenció és fonamental per a transmetre un missatge de forma visual. Quan parlem de posters, per exemple, hauriem de ser capaços de captar el missatge/sector de l'emissor a rimer cop d'ull.



Els **colors vius i càlids** criden més l'atenció que els suaus i freds.



Els **colors primaris** són purs i potents, especialment sobre fons blanc o negre.



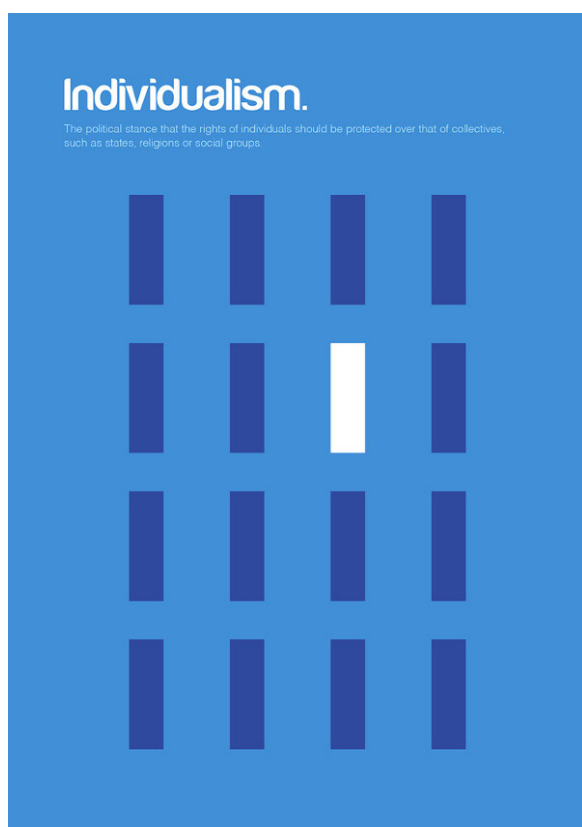
Els **colors complementaris**, en ser d'alt contrast, també cridaen l'atenció.

Quan parlem de color, com en les tipografies, **MENYS ÉS MÉS**. Evidentment no volem tampoc dissenys sosos, però davant el dubte millor pecar de pocs colors i potents.

# COLOR(S)

## EXEMPLES

### 1 ATRAURE L'ATENCIÓ



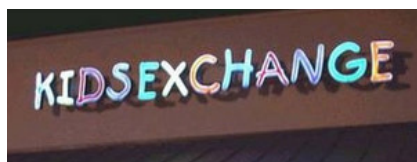
### 2 AGRUPAR ELEMENTS

El color agrupa, i pot ser un bon aliat per a fer destacats i categories fàcilment reconeixibles. Contribueix a que la jerarquia de la informació siga clara, i per tant, el missatge arribe.



En aquests exemples de cartells de Studio Carreras queda clar que el cervell reconeix com un grup els elements del mateix color, deixant fora del grup o creant un grup a banda amb la resta. Açò ens indica, per tant, que per damunt de la col·locació, el color és un factor més definitori del grup.

[www.studiocarreras.com](http://www.studiocarreras.com)



El color ajuda a agrupar elements, per això no és recomanable, en una mateixa paraula, que cada lletra siga d'un color, perquè resulta confús. El cas d'aquesta acadèmia és paradigmàtic, perquè el color no permet identificar correctament les paraules, i en lloc de "kids exchange" es llig "kid sex change"

# COLOR(S)

## EXEMPLES

1 ATRAURE L'ATENCIÓ

2 AGRUPAR ELEMENTS

3 INDICAR SIGNIFICATS

*Fixa't en l'ús de colors primaris, en la jerarquia de la informació, en la composició, senzilla però efectiva: compensació entre logo a l'esquerra i text a la dreta, i com el color blanc dona tot el protagonisme als tres colors importants del disseny.*



En aquest cartell de la dissenyadora i il·lustradora Mar Hernández, trobem un clar exemple d'ús del color per representar significats.

<http://www.malota.es/9-d-octubre>

# COLOR(S)

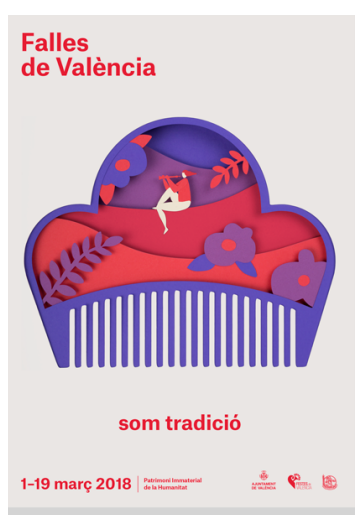
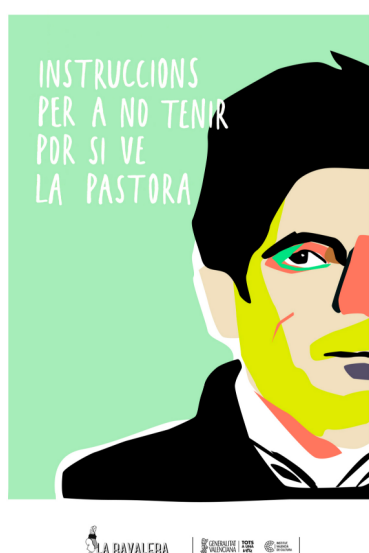
## EXEMPLES

1 ATRAURE L'ATENCIÓ

2 AGRUPAR ELEMENTS

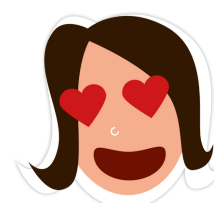
3 INDICAR SIGNIFICATS

4 QUALITAT ESTÈTICA



Cartells de Falles de l'estudi Yinsen. Observem en cadascun l'ús de gamma armònica de colors.

Cartell doble de la dissenyadora i artista Marta Negre, en el que podem observar l'ús estètic del color. Apreciem que hi ha ús tant de colors d'una gamma armònica, com de contrast per complementar.



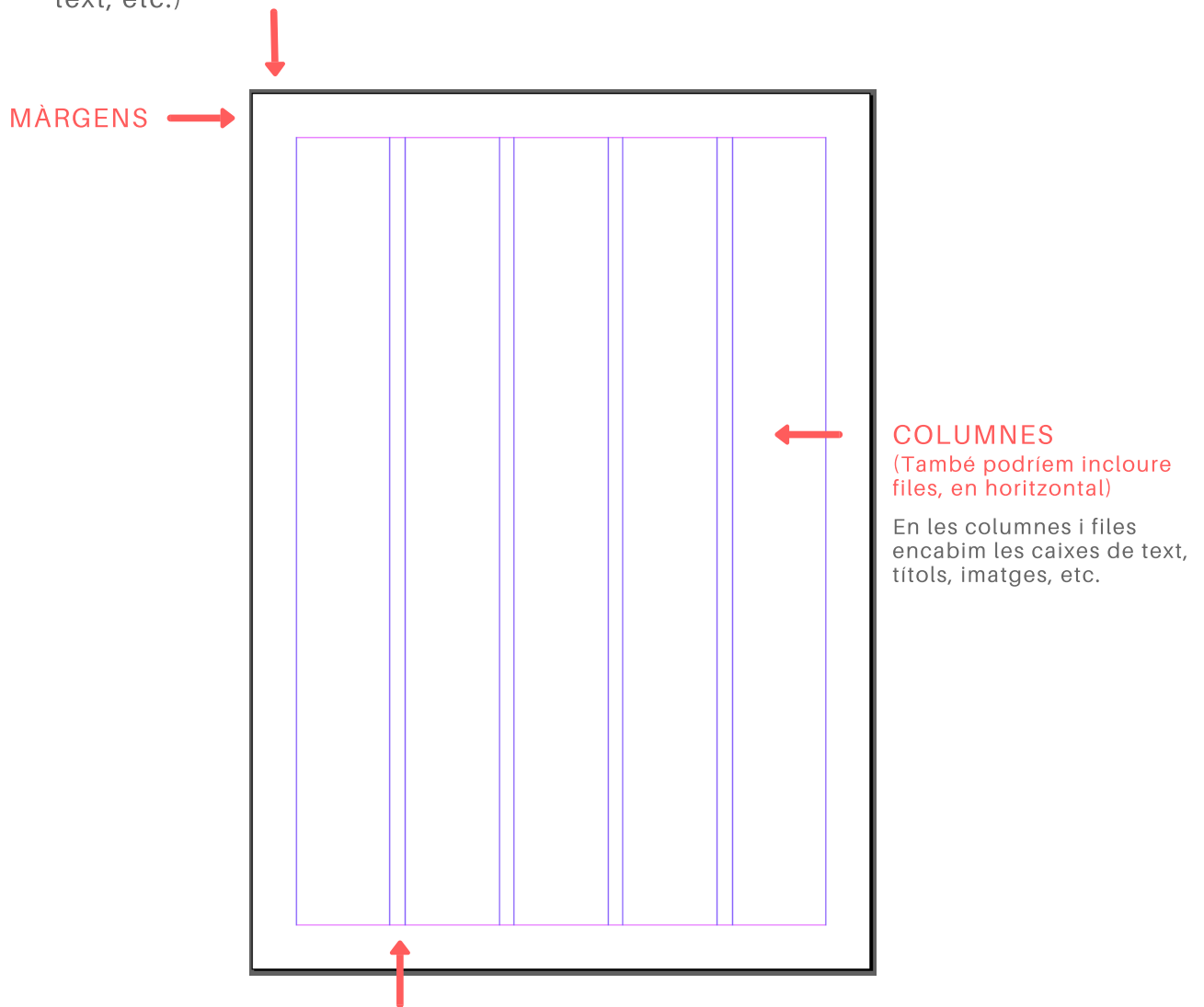
# COMPOSICIÓ

## L'ESPAI ÉS L'AGENT INVISIBLE

### • RETÍCULA I ALINIACIONS

El cervell humà busca relacions entre els elements que observa, en horitzontal, vertical o diagonal. Aquestes relacions ajuden a clarificar la informació perquè, d'alguna forma, dirigeixen la direcció de lectura. Per això és important a l'hora de dissenyar organitzar bé les blocs d'informació que hem de compondre. **Alinia sempre!!!**

La retícula és un entramat "invisible" que divideix la pàgina, de forma que proporciona espais delimitats on encabir la informació (fotos, títols, cos de text, etc.)



**COLUMNES**  
(També podríem incloure files, en horitzontal)  
En les columnes i files encabim les caixes de text, títols, imatges, etc.

#### **MEDIANILS**

Els *medianils* marquen una distància de seguretat que hem de respectar per permetre que els elements "respiren" i no s'ajunten massa. Ajuden al fet importantíssim d'alinear els elements.

# COMPOSICIÓ

## L'ESPAI ÉS L'AGENT INVISIBLE

### • RETÍCULA I ALINIACIONS

Sobre la retícula pots compondre tots els elements, assegurant-te que quedarà ordenat, alineat i clar. Hi ha múltiples propostes sobre una mateixa retícula tipogràfica. Comença fent un esbós d'estructura de la pàgina.

Recorda! Les aliniacions verticals i horitzontals clarifiquen. Quan els elements no estan alineats es generen interferències que el cervell identifica com a errades, i per tant el missatge no arriba de la forma adient i directa que es pretén.



## RECURSOS

**Ací teniu uns quants consells de composició**, basats en aquest article del blog *Sleepydays*.

<http://www.sleepydays.es/2016/04/como-componer-diseno-grafico.html>

# COMPOSICIÓ

## L'ESPAI ÉS L'AGENT INVISIBLE

Tres exemples de composició que funcionen: **Centrada**, **Diagonal** i **Regla dels terços**.

### CENTRADA

Estabilitat, objectivitat, solidesa.

*Fixa't com la informació es disposa de forma centrada, quasi simètrica. Observa també l'ús de colors complementaris.*  
[enricredon.es](http://enricredon.es)



### DIAGONAL

Dinamisme, ritme.

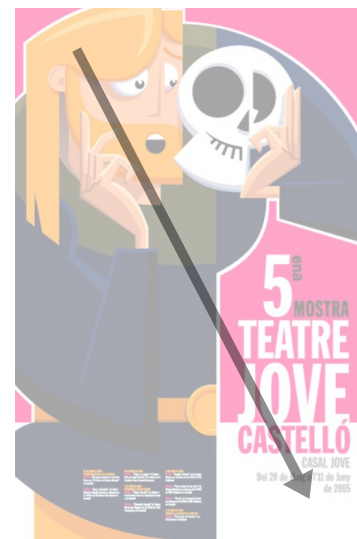
*La direcció de lectura queda establida de dalt a baix i d'esquerra a dreta.*

Cartell de Jorge Ortiz



### TERÇOS

Mira aquest [enllaç](#) per saber què és la regla dels terços. S'utilitza molt en fotografia, però per a disseny també. Davant el dubte és una molt bona opció.



[blocs.mesvilaweb.cat/vador/?p=173172](http://blocs.mesvilaweb.cat/vador/?p=173172)



# COMPOSICIÓ

## CONSELLS

### • BUSCA UN FOCUS VISUAL

**L'ull humà ho veu tot però no tot ho mira.** Seleccionem, perquè si no ens tornariem bojos de tanta informació a la que atendre al nostre voltant. És per això que quan volem transmetre un missatge hem d'utilitzar un element que crida l'atenció, per a que el cervell "mire".

Busca que un element tinga el pes del missatge. Pot ser un element gràfic, una paraula, una imatge...

En aquest cas és un punt roig que ressalta per:

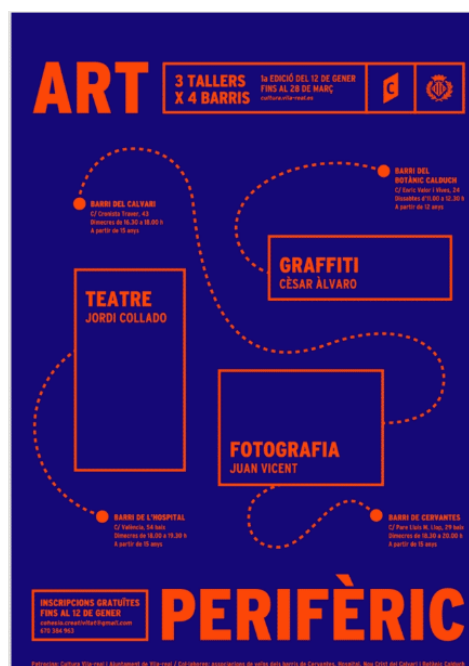
- el seu color (sobre una imatge monocroma)
- la seua forma i tamany
- la seua ubicació (composició centrada)



### • MARCA UN SENTIT DE LA LECTURA

En occident la direcció de lectura és de dalt a baix i d'esquerra a dreta, això influeix en la forma com llegim les imatges, per tant, per encaixar els elements en el format haurem de tenir en compte açò per facilitar un recorregut visual.

No cal que siga tan literal com en aquest cas, però fixa't com ART dalt a l'esquerra i PERIFÈRIC baix a la dreta, ja marquen una diagonal de lectura que ordena la resta d'elements en l'espai.



*Aquest cartell és exemple d'ús de colors (quasi) complementaris: blau i taronja,, per buscar molt de contrast i cridar així l'atenció.*

# COMPOSICIÓ

## CONSELLS

### • JERARQUITZA LA INFORMACIÓ

Ací ajuden molt els tamany. Cal que quede molt clar el títol, subtítols, cos de text, etc.

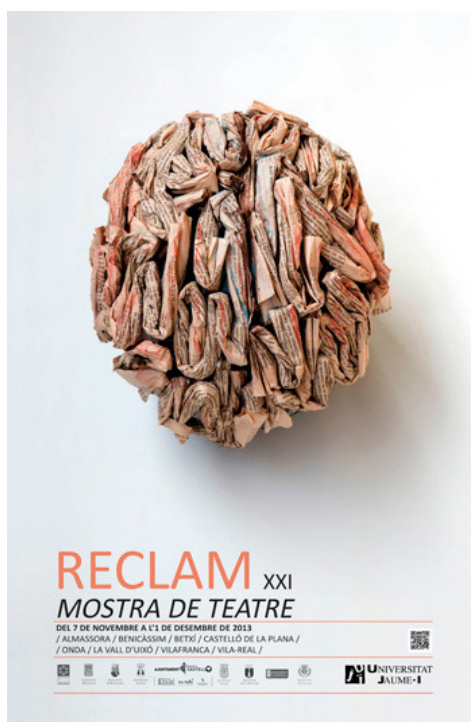
Per a jerarquitzar s'ha de tenir en compte:

- tamany de lletra
- atributs: negreta, cursiva...
- color
- ubicació



### • EQUIL·LIBRA I DEIXA RESPIRAR

Deixa espai blanc (buit) per a que els diferents elements puguin respirar. Pensa en l'espai com un més dels elements amb els què has de jugar.



*Fixa't com s'aliniem els textos a l'esquerra quedant molt equilibrada la composició, i com la jerarquia de la informació està molt ben resolta amb l'ús de tamany, color i disposició.*



# I ARA... OBLIDA EL QUE HEM DIT

**No. No es tracta d'oblidar tot el que hem dit.** Però la teoria serveix per generar una bastida, a partir d'ahí tenim un criteri propi, producte de la nostra creativitat, que de vegades pot plantejar **respostes poc convencional, transgressores o fins i tot intencionadament incòmodes.** També açò té cabuda, també açò educa. La diferència radica en fer-ho coneixent quines van a ser les reaccions naturals a les nostres propostes.

Així, primer coneix i després innova, però t'anime a que t'atrevisques a transgredir i a traspasar límits.

En aquest apartat vorem exemples difícils d'encasellar però que tenen molta qualitat artística i comunicativa. Perquè també és important conèixer aquesta vessant.

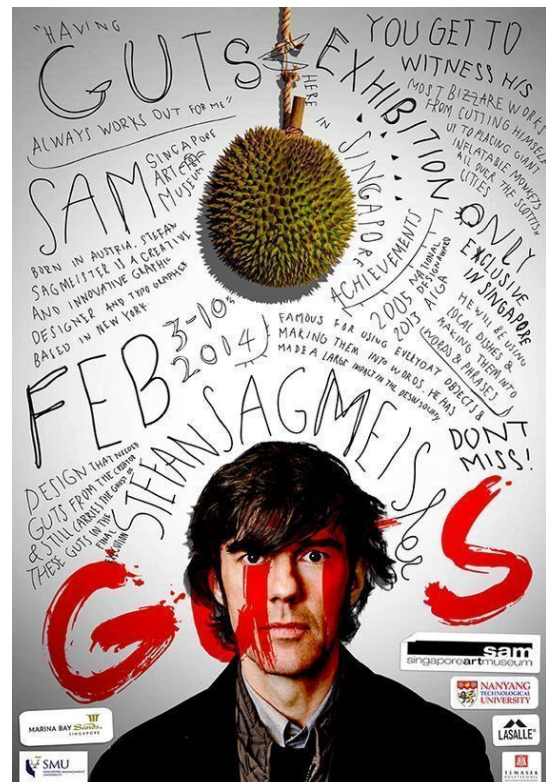


## Isidro Ferrer

Parteix línies, no respecta màrgens, superposa elements, etc. Però té una qualitat plàstica i artística impressionant.

[www.isidrofferrer.com](http://www.isidrofferrer.com)

**Enllaç a un documental interessant sobre Isidro Ferrer**



## Sagmeister

Trenca totes les normes tipogràfiques, però funciona perquè crea una estètica molt potent (i megalòmana).

<https://lachicadelflequillo.es/el-arte-transgresor-y-bello-de-stefan-sagmeister/>

# I ARA... OBLIDA TOT EL QUE HEM DIT

**MAXIMUM  
ROCKNROLL** #331  
DEC 20  
10



**Kylmä Sota** \$4  
US/CAN

Articles of Faith • Total Abuse • La Merma • Doña Maldad  
Frankie Rose and the Outs • Little League • Versificator  
Plus Frankfurt Germany and Belgium scene reports



## Fanzine

El Fanzine és una proposta editorial independent i transgressora des del principi, ja que pot o no compartir plantejaments de correcció editorial. El seu caràcter alternatiu proporciona la llibertat de trencar les regles dels formats, les tintes, les tipografies, les imatges... de tot!

A nivell pedagògic és un recurs boníssim per a tractar curricularment tot allò relatiu a la imatge fixa, la composició, la fotografia, l'edició, la il·lustració, el gravat, les tècniques gràfiques... i també per fer-lo servir **com a diari o portfoli** de recollida d'informació i avaluació.

**Enllaç interessant per aprofundir en el fanzine com a recurs didàctic**



# FARMACIOLA BÀSICA

---

## PROGRAMARI

### LLIURE

- GIMP. Retoc fotogràfic
- INKSCAPE. Imatge vectorial
- SEASHORE. Retoc fotogràfic.

### PROPIETARI

- PHOTOSHOP. Retoc fotogràfic
- ILLUSTRATOR. Imatge vectorial
- INDESIGN. Emmaquetacions

### ONLINE

- CANVA. Recomanable perquè està fet per gent que es dedica al disseny i té plantilles ben construïdes que eduquen la mirada.
- PIKTOCHART. Plantilles preconfigurades.
- DESIGNER. Alternativa al Canva.

## RECURSOS

### TIPOGRAFIA

- DAFONT.COM Pots descarregar tipografies, classificades per tipologia. Hi ha gratuïtes, de pagament i donationware.

### REVISTES ONLINE

- GRAFFICA
- CULTURA INQUIETA
- SLEEPY DAYS

### BANCS D'IMATGES

- Istockphoto.com
- Shutterstock.com
- Bancs d'imatges

# BIBLIOGRAFIA

---

## REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- A. NORMAN, Donald (2004). *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*. Barcelona. Ed. Paidós Transiciones.
- ACASO, María. (2006). *El lenguaje visual*. Barcelona. Ed. Paidós Estética.
- ACASO, María. (2006). *Esto no son las torres gemelas*. Madrid. Ed. Los libros de la catarata.
- ARNHEIM, Rudolph (1979). *Arte y percepción visual*. Madrid. Alianza Editorial.
- JARDÍ, Enric. (2007). *Veintidós consejos sobre tipografía (que algunos diseñadores jamás revelarán) y veintidós cosas que nunca debes hacer con las letras (que algunos tipógrafos nunca te dirán)*. Barcelona. Ed. Actar Barcelona.
- VERGARA RAMÍREZ, Juan José. (2015). *Aprendo porque quiero. El Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), paso a paso*. Espanya. Ed. SM. Biblioteca Innovación educativa.
- WONG, Wucius. (1995). *Fundamentos del diseño*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.
- ZYMERMANN, Yves. (1998). *Del diseño*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.

## BIBLIOGRAFIA

- ACASO, María et al. (2011). *Didáctica de las artes y la cultura visual*. Madrid. Ed. Akal. Bellas Artes.
- ACASO, María i MEGÍAS, Clara. (2017). *Art thinking. Cómo el arte puede transformar la educación*. Barcelona. Ed. Paidós Educación.
- BERGER, John. (1974). *Modos de ver*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.
- BERGER, John (2001). *Mirar*. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.
- HOLLIS, Richard. (2000). *El diseño gráfico*. Barcelona. Ed. Destino.
- LIDWELL, William, HOLDEN, Kritina i BUTLER, Jill. (2005). *Principios universales del diseño*. Barcelona. Ed. Blume.
- R. CONTRERAS, Fernando i SAN NICOLÁS ROMERA, César. (2001). *Comunicación, diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Madrid. Blur Ediciones.
- SATUÉ, Enric. (1988). *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid. Ed. Alianza.
- SAMARA, Timothy. (2008). *Los elementos del diseño*. Barcelona. Ed. gustavo Gili.