



Digital Graphic Design

antonio rollo (cc) 2010



Parte Prima
Forme e Formati

Forme di base

Modellare e formare

Una delle prime questioni da affrontare riguarda la forma e le dimensioni del progetto. Perché il progetto occupi comodamente ed elegantemente lo spazio a disposizione è fondamentale individuare la corretta proporzione tra lunghezza e larghezza.

Il formato potenzia il messaggio

Forme di base

Modellare e formare

Nel Rinascimento gli artisti si dedicavano già al “disegno”. Per Leonardo Da Vinci, il più grande di tutti, questo termine non indicava solo l’arte e il mestiere stesso del disegnare, ma anche la capacità di comunicare graficamente le idee. L’ampia interpretazione di Leonardo del disegno non era molto lontana da ciò che oggi definiamo design: la capacità di concettualizzare un’idea, esprimerla attraverso i materiali e di provarla coi fatti. Quando nel sedicesimo secolo il termine *disegno* entrò a far parte della lingua inglese, non assunse solamente il significato di disegno, ma anche di intenzione.

Oggi il termine “design” esprime entrambi i significati: un’utile mescolanza di espressione creativa e di scopo intellettuale. Leonardo l’aveva già capito: nella sua domanda di lavoro a Lodovico Sforza, duca di Milano, elencò le sue doti e i suoi successi, mettendo in primo piano il “disegno” di utili canali rispetto a dipinti e sculture meramente decorativi. Il design è un’arte, ma un’arte che funziona.

Stefen Bayley

Forme di base

Il formato potenzia il messaggio

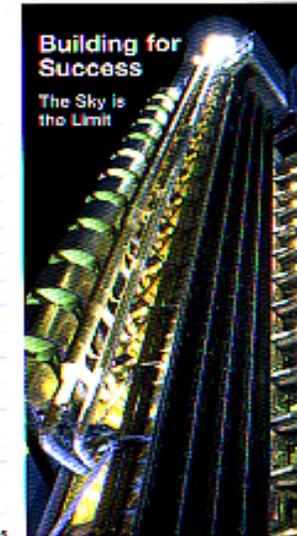
Lettera



Pachaging



Adesivo

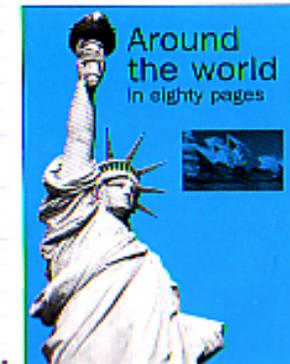


Libro

Flyer



Brochure



Catalogo

Esercizio 1

Percepire la forma



Esercizio 1

Percepire la forma



Ritagliare una foto

Principi Universali del Design

Leggibilità

Chiarezza visiva del testo, determinata dalle dimensioni, il tipo di carattere, il contrasto, i blocchi di testo e la spaziatura dei caratteri usati.

Esercizio 2

Posizione > Sensazione



Seleziona un formato 15x10 cm orizzontale

Componi una **parola di almeno sette lettere**,
con un corpo adatto all'area di lavoro

Colloca la parola prima al centro e poi sperimenta
altre tre posizioni

Componi la parola in un semicerchio

Forme di base

La posizione di una parola o di un titolo

Il rapporto tra la **parola** e lo **spazio** circostante
può suscitare **sensazioni** diverse

TITOLO

TITOLO

TITOLO

TITOLO

TITOLO

TITO

LO

TITOLO

TITOLO

TITOLO

TITOLO

TITOLO

TITOLO

T I T O L O

TITOLO

Titolo

Titola

titolo

Esercizio 3

Posizione > Sensazione



Seleziona un formato A4 verticale

Componi una parola di almeno sette lettere su

FONDO NERO

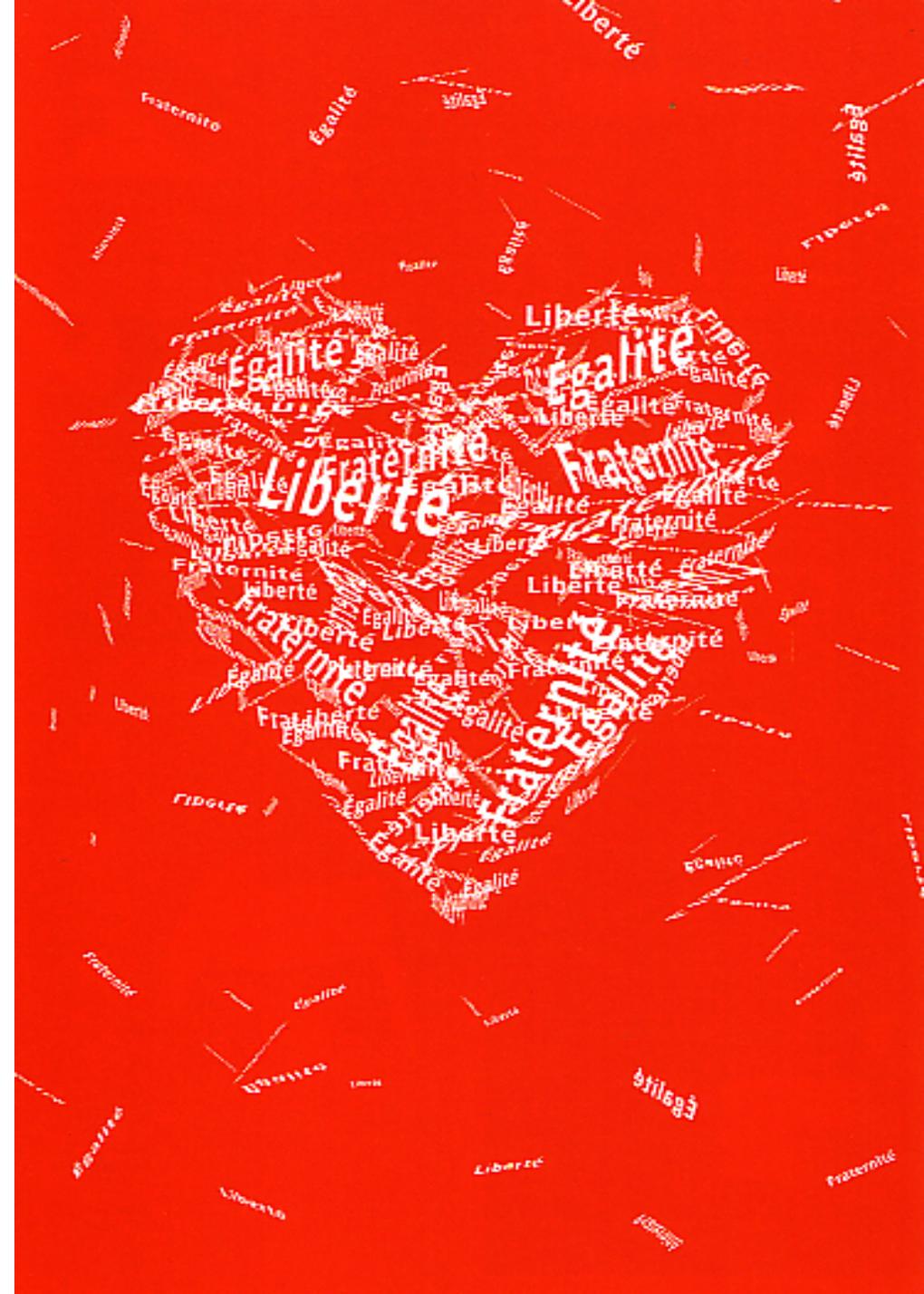
Usa un carattere sans serif che risulta più leggibile in una situazione al negativo

Sperimenta diverse posizioni, dimensioni, spaziatura, maiuscolo e minuscolo

Philippe Apeloig

**“Graphic design is the intersection point
between art and communication”**

Philippe Apeloig



Forme di base

Caratteri/Fonts

Dimensione

Trade Gothic 9 pt Trade Gothic 10 pt Trade Gothic 12 pt

Typeface

Con grazie e senza grazie

I caratteri con grazie presentano minuscoli tratti alle estremità delle lettere.

Serif
Sans Serif

Testo maiuscolo e normale

Il riconoscimento delle parole avviene per raggruppamenti e forme di lettere. Il testo maiuscolo è più difficile da leggere rispetto al testo normale o con tutte le iniziali maiuscole a causa della forma rettangolare delle parole.

Alice's Adventures in Wonderland

ALICE'S ADVENTURES IN WONDERLAND

Testo antialias e alias

Il testo antialias appare più uniforme grazie all'aggiunta di pixel che rendono più fluida la transizione dal colore del testo a quello dello sfondo. Il testo alias appare irregolare perché non contiene ulteriori pixel.

Antialiased
Aliased

Minuscolo/Maiuscolo

Testo normale

Iniziali Delle Parole Maiuscole

testo minuscolo

TESTO MAIUSCOLO

Contrasto



Blocchi di testo

Testo allineato a sinistra

Ad un tratto il suo sguardo cadde su di una scatolina di vetro che si trovava sotto il tavolino. L'aprì e vi trovò una tortina con le uvette e la scritta "MANGIAMI".

Testo giustificato

Ad un tratto il suo sguardo cadde su di una scatolina di vetro che si trovava sotto il tavolino. L'aprì e vi trovò una tortina con le uvette e la scritta "MANGIAMI".

Testo allineato a destra

Ad un tratto il suo sguardo cadde su di una scatolina di vetro che si trovava sotto il tavolino. L'aprì e vi trovò una tortina con le uvette e la scritta "MANGIAMI".

Spaziatura

Interlinea

L'interlinea è la quantità di spazio verticale che separa la linea base di una riga di testo da quella della riga succes-

siva. Nell'esempio riportato sotto, la dimensione del carattere è di 12 punti e l'interlinea è di 18 punti

"Yes, that's it," said the Hatter with a sigh: "it's always tea-time, and we've no time to wash the things between whiles."

Linea di base
Interlinea
Linea di base

Stili di carattere monospaziati e proporzionalmente spaziati

Negli stili di carattere monospaziati, la quantità di spazio che separa un carattere dall'altro è fissa. Nei caratteri spa-

ziati proporzionalmente, tale spazio varia in base all'ampiezza del font e alla relazione tra gruppi di caratteri.

"Off with her head!" the Queen shouted.

carattere monospaziato

"Off with her head!" the Queen shouted.

carattere a spaziatura proporzionale

Principi Universali del Design

Leggibilità

Dimensioni dei caratteri

Per i testi stampati, una dimensione compresa tra 9 e 122 punti è considerata ottimale. Dimensioni minori sono accettate solo se applicate a didascalie e note, quelle maggiori per visualizzazioni a bassa risoluzione e utenti anziani.

Tipo di carattere

Non esistono differenze in termini di prestazioni tra caratteri senza grazie (sans serif) e caratteri con grazie (serif), pertanto è possibile scegliere in base alle proprie preferenze estetiche. Per i blocchi di testo è preferibile utilizzare il testo sans serif.

Contrasto

È preferibile utilizzare testo scuro su sfondo chiaro o viceversa. Le prestazioni ottimali si ottengono quando i livelli di contrasto superano il 70 percento. Le combinazioni di colori diversificate per il primo piano e lo sfondo non incidono sulla leggibilità a patto che sia mantenuto un livello di contrasto minimo, pertanto è possibile scegliere secondo le preferenze estetiche. Gli sfondi con motivi o disegni sono da evitare perché compromettono la leggibilità.

Blocchi di testo

Non esistono differenze in termini di prestazioni tra testo giustificato e non giustificato.

Spaziatura

Per i caratteri di dimensioni comprese tra 9 e 12 punti, occorre impostare un'interlinea (spazio tra le righe di testo) di 1-4 punti superiore alle dimensioni del carattere. I caratteri con spaziatura proporzionale sono preferibili a quelli monospaziati.

Esercizio 4

Leggibilità



Prendere una citazione o una ricetta

Componi uno di questi testi in corpo 11 in un formato 15x22cm

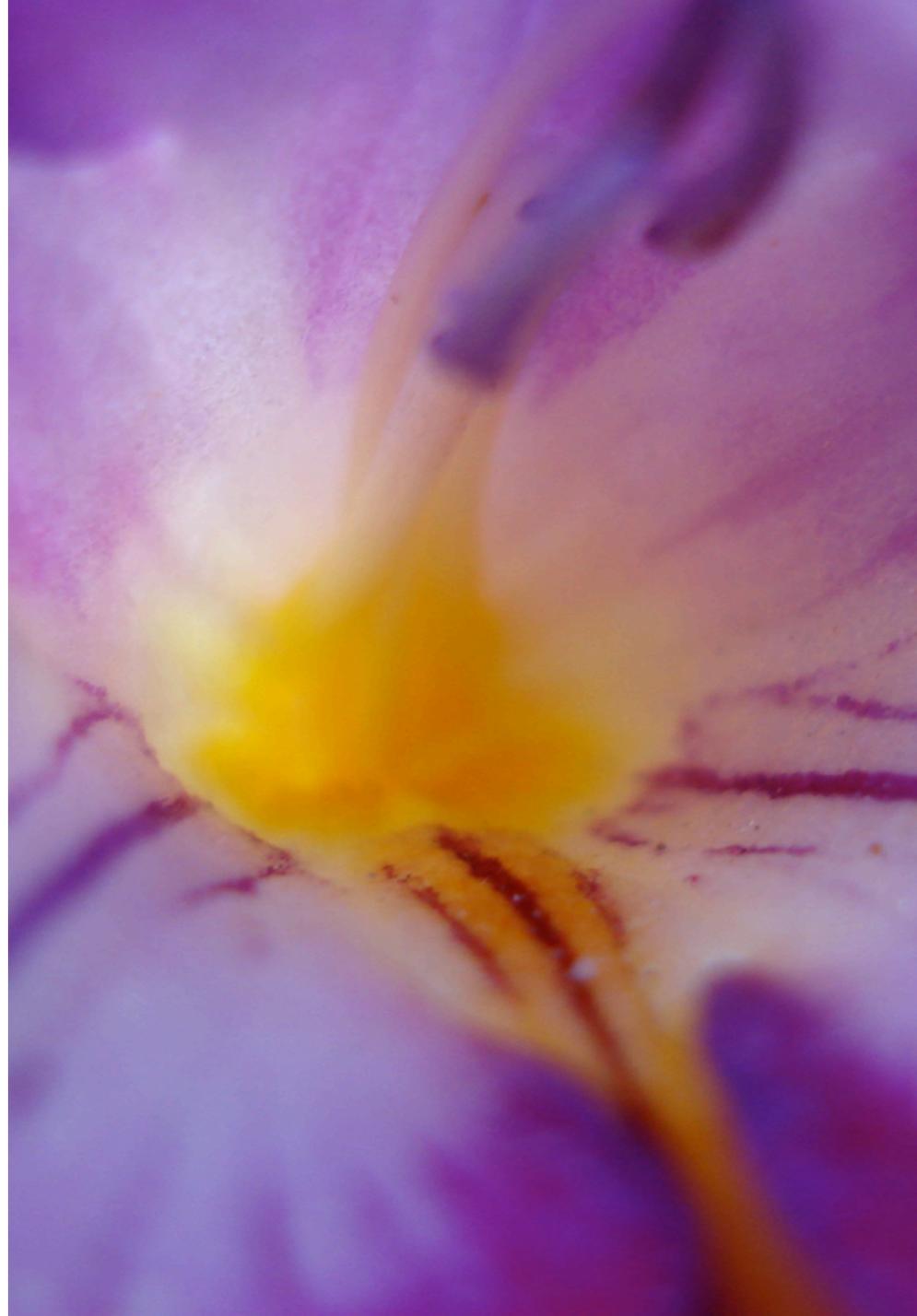
Aggiungi elementi che rendano il testo più chiaro

Sperimenta una serie di figure e formati

Forme di base

Comprendere il significato

Un buon progetto grafico è caratterizzato dall'equilibrio tra i diversi elementi, un equilibrio che crea un senso di armonia capace di attirare visivamente il lettore e di consentirgli di comprendere il significato



Esercizio 5

Le forme ci parlano

Osserva questa lista di parole e disegna una serie di figure che ti richiamano il significato di ogni

parola: **ruvido, morbido, forte,**

debole, brutto, noioso, regolare,

eccitante, banale, fluido,

complicato, sofisticato

Scegli le figure che rappresentano il contrario delle parole



Esercizio 6

Le forme ci parlano

Progetta l'invito alla tua mostra

Titolo (sottotitolo)

Data

Luogo e Ora

Breve Descrizione

Aggiungi elementi che comunicano il messaggio





I.T.C. Calasso, Lecce e l'Associazione Culturale Distros, Lecce

è lieta di invitare la S.V alla presentazione del video-laboratorio

Sc@rti

Laboratorio di integrazione teatrale
"Raccontare la Vita"

Mercoledì 3 giugno 2009
ore 20.00
presso I.T.C. Calasso, via Belice, Lecce



info@doistros.it



Rotary Club
Lecce Sud



5° CIRCOLO "Livio Tempesta"
LECCE



oistros.it

Il Rotary Club Lecce Sud, la Scuola elementare "Livio Tempesta" di Lecce e l'Associazione culturale Distros

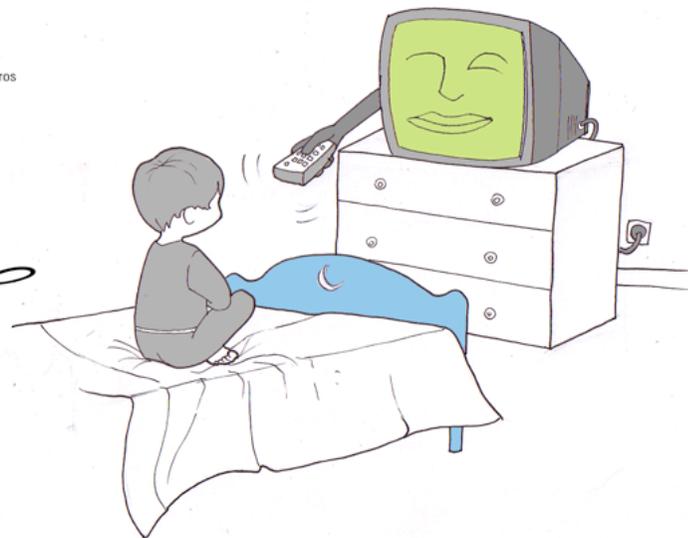
è lieta di invitare la S.V allo spettacolo

Favole al Tele/ fonino

Venerdì 22 maggio 2009

ore 20,00

presso Masseria Ospitale s.p Torre Chianca





oistros.it

e

I.T.C. Calasso di Lecce

oggi no! Sono stanco

Sabato 7 giugno 2008
ore 19,00
presso Aula Magna
I.T.C. Calasso,
via Belice, Lecce

regia
Alessandro Santoro
new media design
Antonio Rollo

con
Caputo Alessandro, Coricato Marzia, Di Villanova Pamela, Involetta Stefano, Macchia Priscilla,
Saloni Valeria, Ferilli Valentina, Scardino Silvia, Poni Angelica, Tornese Samuela



Associazione Culturale Oistros
Scuola Media "A. Galateo", Lecce
presentano



La rivincita delle storie

regia di
Alessandro Santoro ed Elisabetta Leuzzi

progetto didattico di
Beatrice Chiantera

laboratorio a cura di Oistros.it

grafica di
Antonio Rollo ed Isabella Fraccascia



DIRITTI

ROVESCII

e



Sabato 20 giugno 2009
ore 21
Minervino di Lecce
presso la Scuola Secondaria

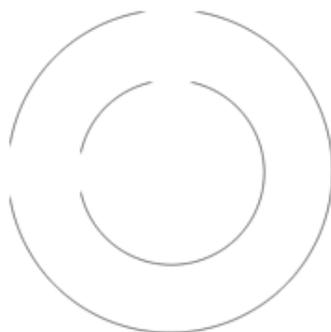
drammaturgia
Alessandro Santoro
coreografie
Elisabetta Leuzzi
regia multimediale
Antonio Rollo
tutor
Tiziana Chetta
esperta
Beatrice Chiantera



www.oistros.it



WWW.SOGNAVOLENIVOLECOLORATE.COM



DVD

il DESIGN è per ME
NON PER LE MASSE



Principi Universali del Design

Rapporto figura-sfondo

Gli elementi possono essere percepiti sia come figura (oggetti su cui si incentra l'attenzione) sia come sfondo (la parte restante del campo percettivo).

Il rapporto figura-sfondo è uno dei principi della percezione o principi della Gestalt e afferma che il sistema percettivo umano distingue gli stimoli in figure e sfondi. Le figure vengono prima di tutto percepite dal proprio contorno, il resto viene inteso come sfondo. Tale rapporto è dimostrabile sia con stimoli visivi, come fotografie, che uditivi, ad esempio le colonne sonore, con dialoghi e musica di sottofondo.



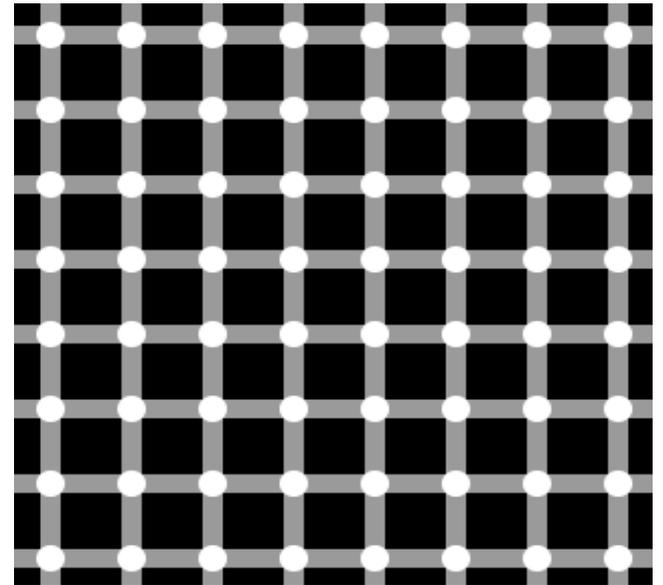
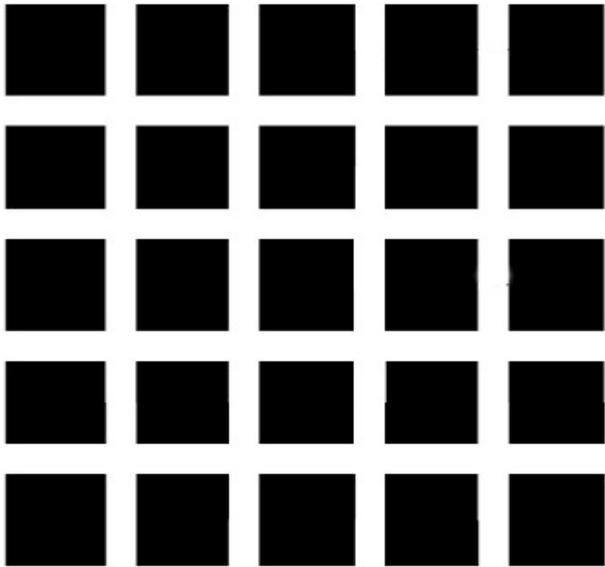
Rubin

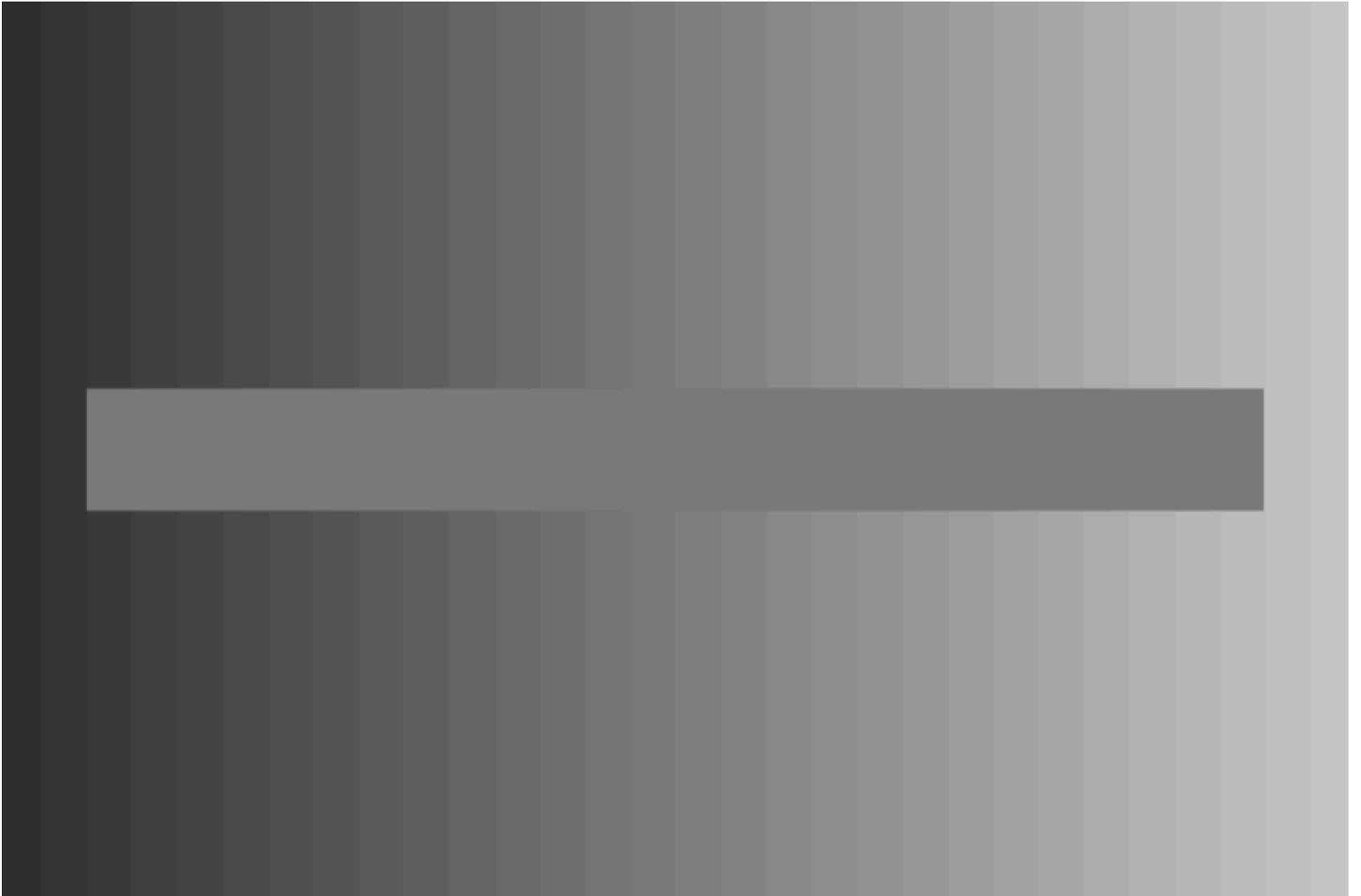






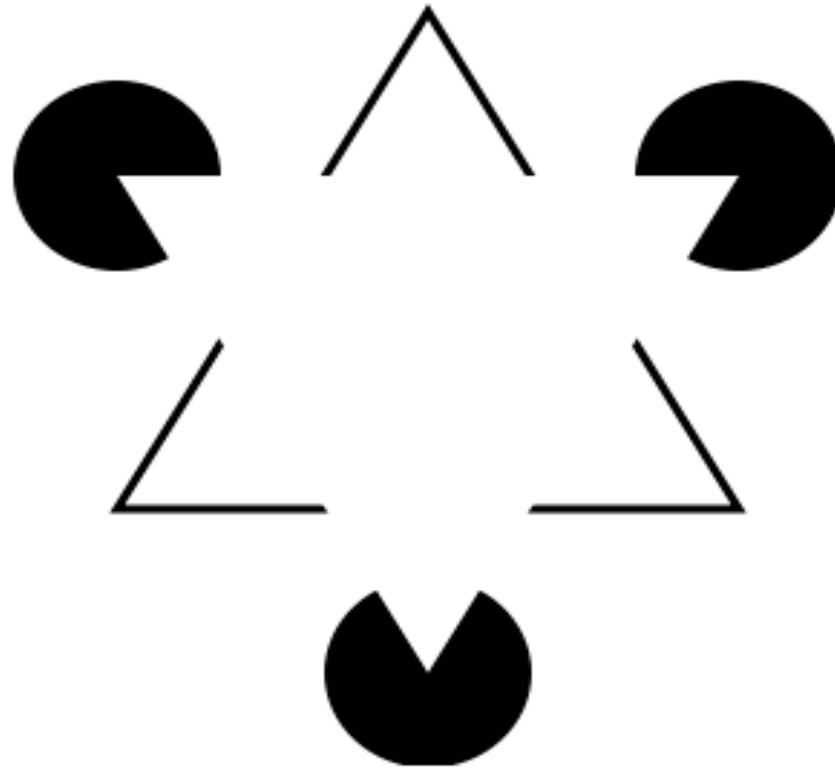
Hermann

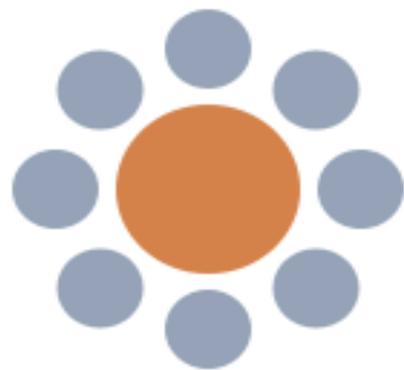
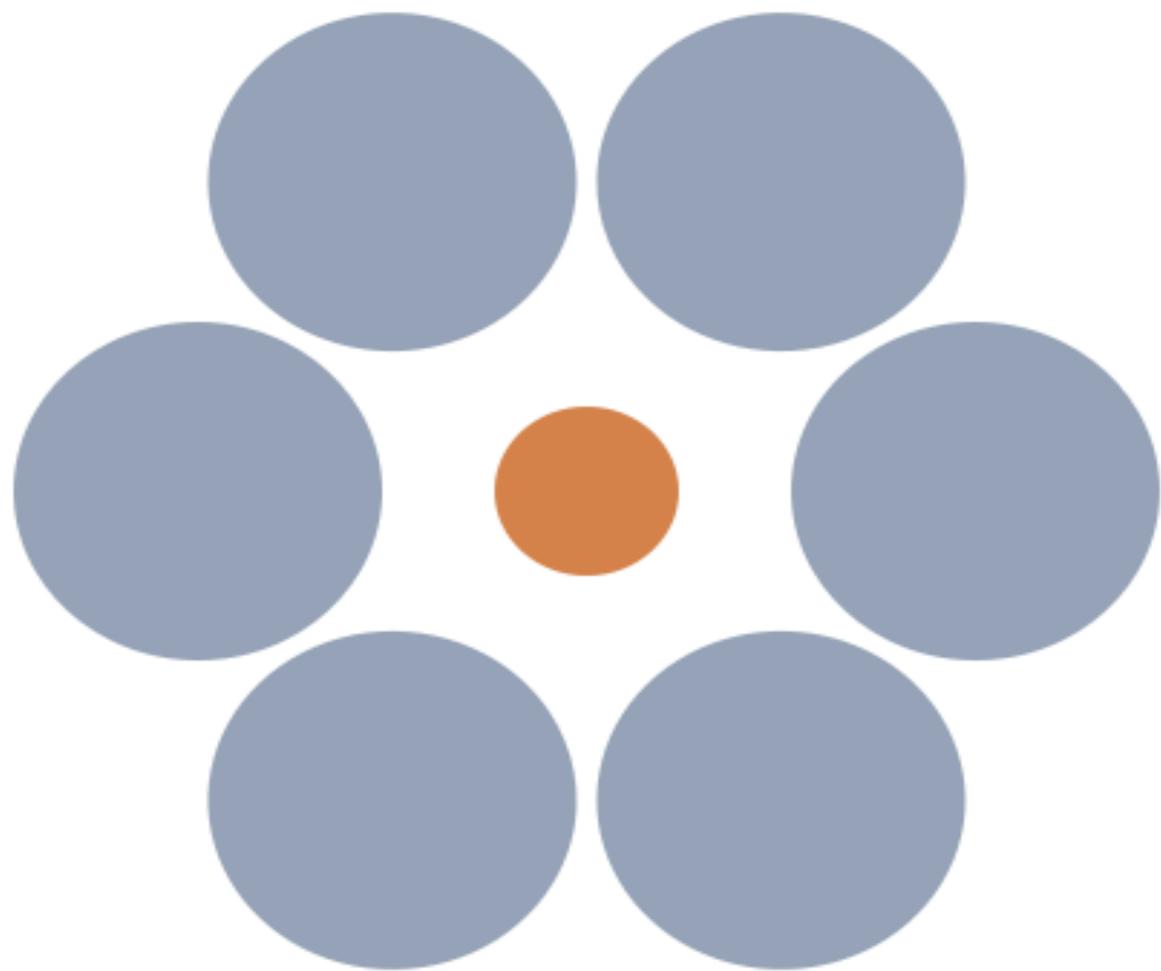


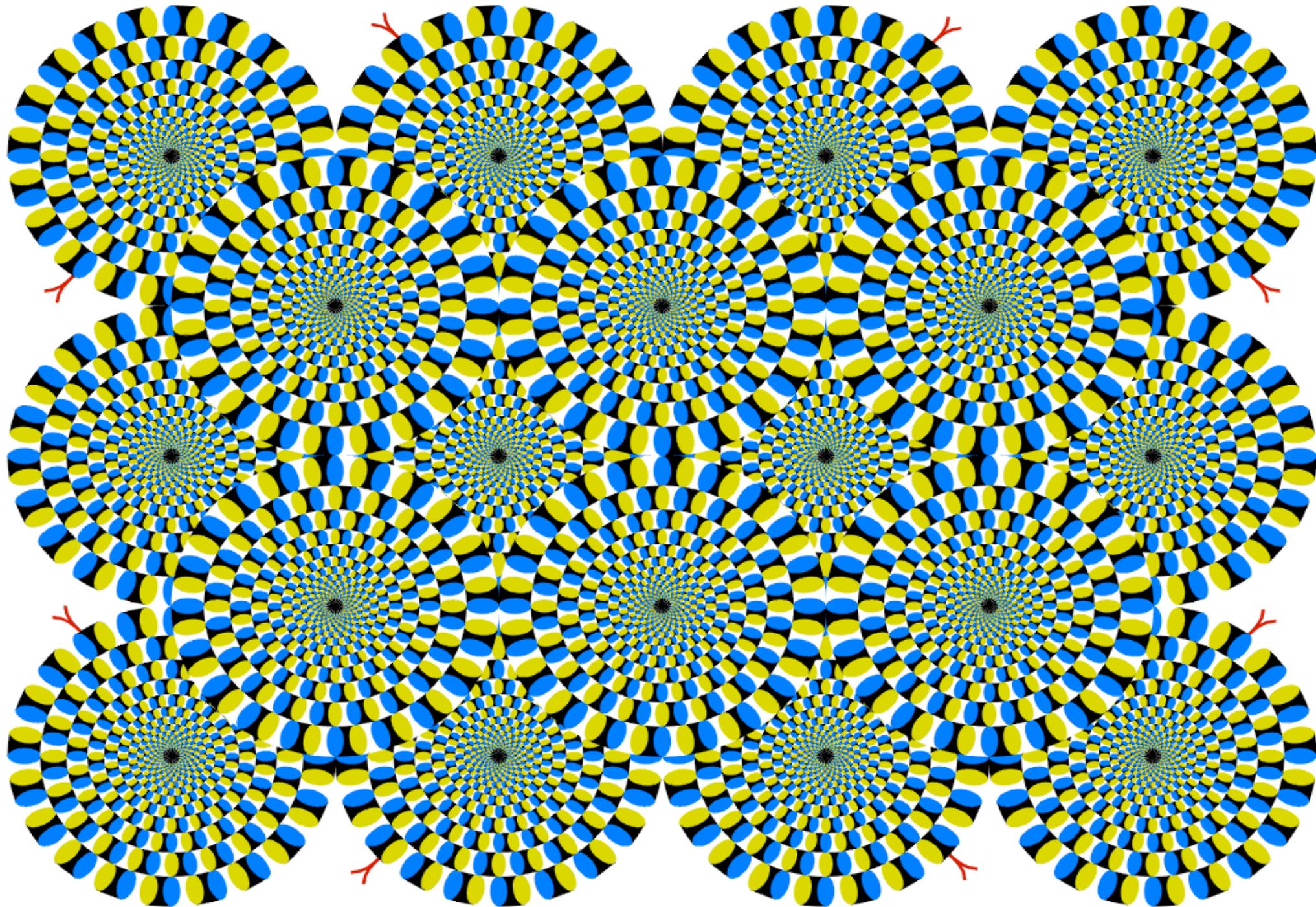


Akiyoshi

Kanizsa







Principi Universali del Design

Rapporto figura-sfondo



Esplorare i limiti della percezione figura/sfondo

Esercizio 7

Saper ascoltare

La figura ha una forma
ben definita, mentre lo
sfondo è informe





Esercizio 8

Saper ascoltare

* Lo sfondo si colloca dietro la figura









Esercizio 9

Saper ascoltare

* La figura sembra più vicina e ha una collocazione precisa nello spazio











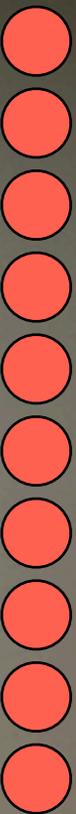


Esercizio 10

Saper ascoltare

* Gli elementi sotto la linea dell'orizzonte vengono percepiti più facilmente come figure, mentre quelli sopra come sfondo





Extra Design

“Make it as simple as it can be”



Esercizio 11

Più elementi = Più Opzioni

Utilizzando una delle foto allegate e la citazione

I designer migliori a volte ignorano i principi del design, ma solo perché sanno di poter ottenere risultati tali da compensare l'eventuale violazione di una regola. Salvo il caso in cui non si abbia la certezza di conseguire risultati altrettanto validi, è preferibile attenersi ai principi

William Strunk

Sperimenta combinazioni di testo sopra l'immagine.

Sperimenta tagli da differenti immagini.



1 designer migliori a volte ignorano i principi del design, ma solo perché sanno di poter ottenere risultati tali da compensare l'eventuale violazione di una regola. Salvo il caso in cui non si abbia la certezza di conseguire risultati altrettanto validi, è preferibile attenersi ai principi

William Strunk

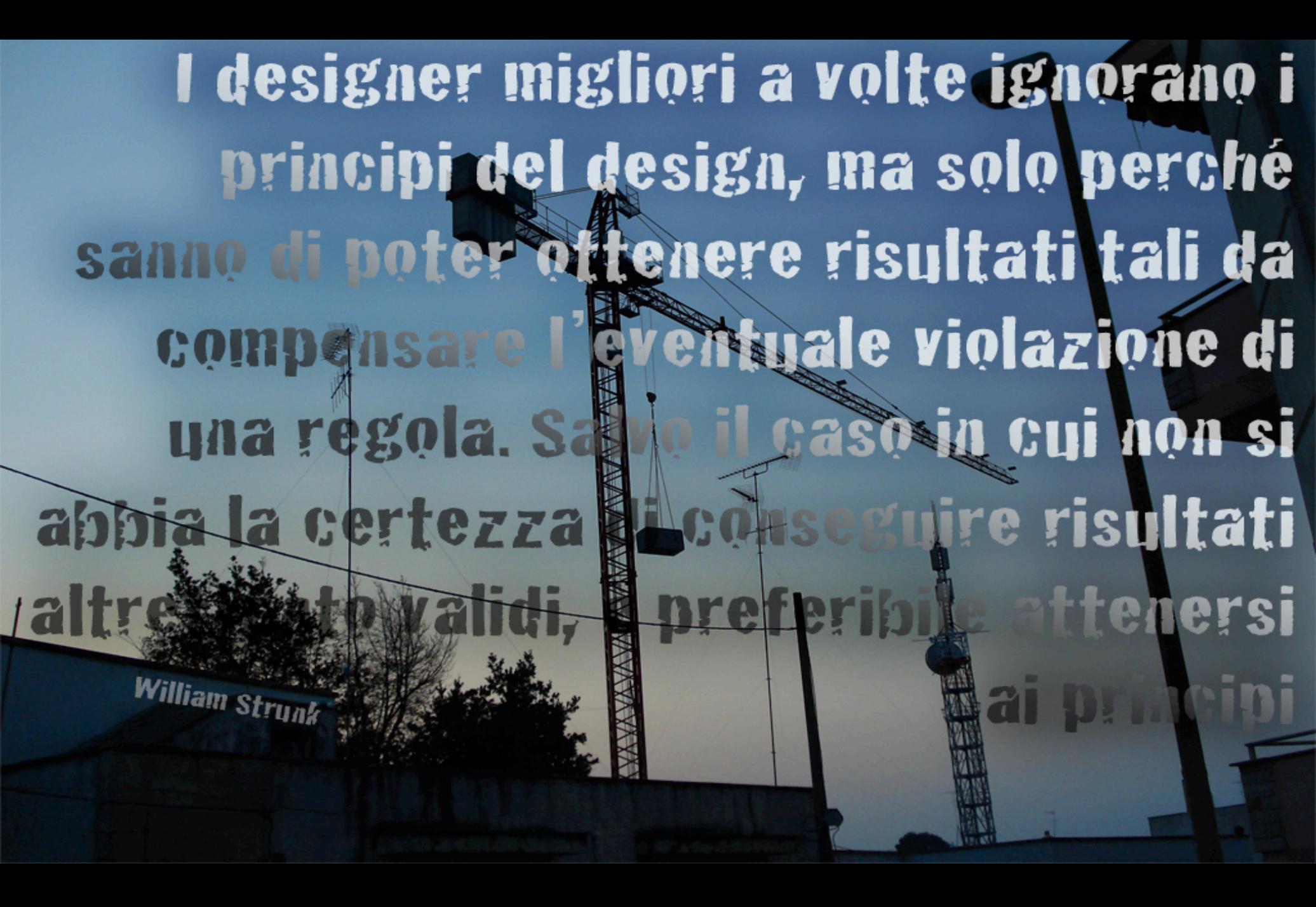




I designer migliori a
volte ignorano i principi
del design, ma solo
perché sanno di poter ot-
tenere risultati tali da
compensare l'eventuale
violazione di una regola.
Salvo il caso in cui non si
abbia la certezza di con-
seguire risultati altret-
tanto validi, è preferibile
ottenersi ai principi
William Strunk

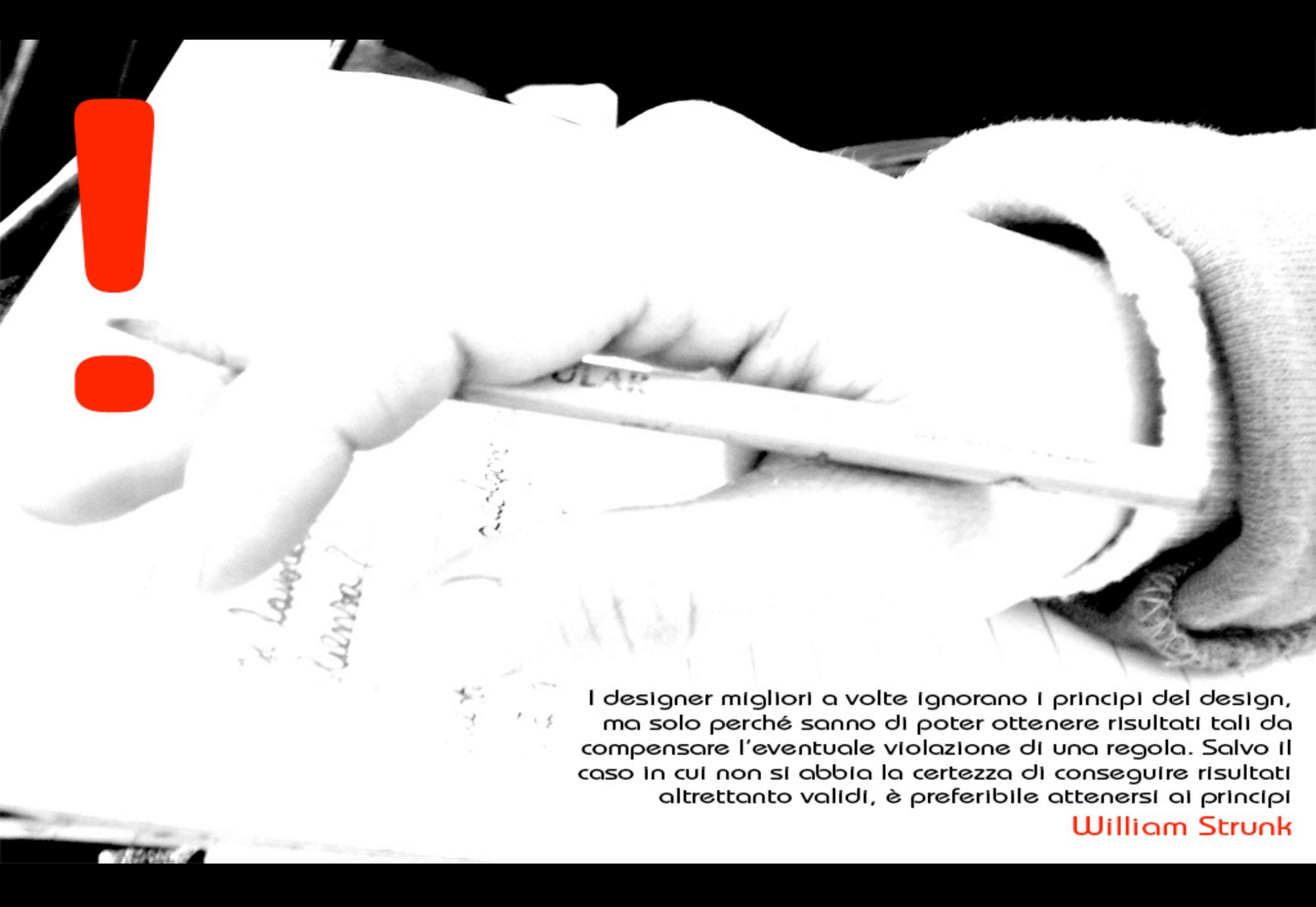
I designer migliori a volte ignorano i principi del design, ma solo perché sanno di poter ottenere risultati migliori dal design, compensare o l'eventuale violazione di una regola. Salvo il caso in cui non si abbia la certezza di conseguire risultati altrettanto validi, è preferibile attenersi ai principi. William Strunk





I designer migliori a volte ignorano i principi del design, ma solo perché sanno di poter ottenere risultati tali da compensare l'eventuale violazione di una regola. Salvo il caso in cui non si abbia la certezza di conseguire risultati altrettanto validi, preferibile attenersi ai principi

William Strunk



I designer migliori a volte ignorano i principi del design, ma solo perché sanno di poter ottenere risultati tali da compensare l'eventuale violazione di una regola. Salvo il caso in cui non si abbia la certezza di conseguire risultati altrettanto validi, è preferibile attenersi ai principi

William Strunk

David Carson

“Graphic design will save the world right after rock and roll does.”

h e l

**TSUNAMI
BENEFIT**

ALL proceeds benefit Watermissions
International, SurfNet, and Save the Children

4 Bands: Live Oak, The Kabin (feat. David Lee), Barbara
Garcia, Max of 6 (feat. Butler from Porcupine Tree), Selmi
and Schmittal Brown...

Bowens Island,
music_art_food +beverages.
January 30, Sunday

GO includes all beer and food you
can eat! \$22.50 - \$25 w/food and beer

Watermissions
SurfNet
Save the Children
Live Oak
The Kabin (feat. David Lee)
Barbara Garcia
Max of 6 (feat. Butler from Porcupine Tree)
Selmi and Schmittal Brown
Schmittal Brown
Live Oak
The Kabin (feat. David Lee)
Barbara Garcia
Max of 6 (feat. Butler from Porcupine Tree)
Selmi and Schmittal Brown

presented by: OMBT poster design with love and passion

p

“
never mistake legibility
for communication”

David Carson

"The mystery was gone but the amazement was just starting."

_A. Warhol

WARHOL

Gibbes Museum of Art
Charleston, SC

July 29 - Dec. 7

From the Cochran Collection

Detail, Donald Duck, 1985, Silkscreen



Esercizio 12

Un'idea, più relazioni

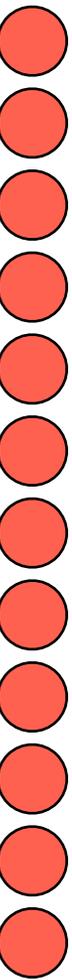
Osserva questa lista di parole e appunta la descrizione che ti viene in mente:

**business, città, oggetti,
politica, risorse, tempo,
linguaggio**

Elabora per ognuna delle parole una

CONCEPT IMAGE che AMPLIFICHI

la tua descrizione





RISORSE

**I cambiamenti
ambientali sono
una costante sul
nostro pianeta.
Mai come in
questo momento
stanno avvenendo
così in fretta.**



LE COSE CHE
COSTRUIAMO O
COMPRIAMO
DEFINISCONO IL
MONDO IN CUI
VIVIAMO

OGGETTI

Vivere lo
spazio urbano
in maniera
sostenibile

CITTÀ



iSPIRARE SCELTE
POLITICHE
ORIENTATE AL
RISPETTO DELLA
DIVERSITÀ DEI
POPOLI DEL
MEDITERRANEO

POLITICA



LINGUAGGIO

SPERIMENTARE FORME DI COMUNICAZIONE INTERCULTURALE

UN'ECONOMIA SOSTENIBILE
PER IL FUTURO TRANSCULTURALE
DEL BACINO DEL MEDITERRANEO

business



A photograph of a person lying face down on a sandy beach. A bicycle is lying on its side on the sand next to the person. The background is a clear blue ocean with some white waves breaking in the distance. The word 'TEMPO' is written in large, white, bold, sans-serif capital letters across the top of the image, with a reflection effect below it.

TEMPO

**riconquistare
il bene più prezioso**



Parte Seconda
Typography

La Forma dei Caratteri

La struttura fondamentale dei caratteri che utilizziamo oggi fu determinata dai calligrafi della fine del XV sec. La loro ispirazione derivava da un lato dalle maiuscole romane e dall'altro dagli stili manoscritti noti come minuscoli carolingi elaborati nel regno dell'imperatore Carlo Magno nella seconda parte del VIII sec.

Con l'impaginazione al computer è facile realizzare forme irregolari che aumentano l'interesse visivo di un testo e allo stesso tempo riescono a rifletterne il contenuto.

La Forma dei Caratteri

La struttura fondamentale dei caratteri che utilizziamo oggi fu determinata dai calligrafi della fine del XV sec. La loro ispirazione derivava da un lato dalle maiuscole romane e dall'altro dagli stili manoscritti noti come minuscoli carolingi elaborati nel regno dell'imperatore Carlo Magno nella seconda parte del VIII sec.

Con l'impaginazione al computer è facile realizzare forme irregolari che aumentano l'interesse visivo di un testo e allo stesso tempo riescono a rifletterne il contenuto.

La struttura fondamentale dei caratteri che utilizziamo oggi fu determinata dai calligrafi della fine del XV sec. La loro ispirazione derivava da un lato dalle maiuscole romane e dall'altro dagli stili manoscritti noti come minuscoli carolingi elaborati nel regno dell'imperatore Carlo Magno nella seconda parte del VIII sec.

Con l'impaginazione al computer è facile realizzare forme irregolari che aumentano l'interesse visivo di un testo e allo stesso tempo riescono a rifletterne il contenuto.

La Forma dei Caratteri

La Forma dei Caratteri

La flessibilità sempre maggiore dei caratteri presenti nei computer unita alla possibilità di un'ampia serie di dimensioni ha contribuito a rendere popolare l'uso delle famiglie di caratteri disponibili in numerosi spessori e varianti.

In italiano la parola CARATTERE deriva dal greco *charakter* ovvero *impronta*.

In inglese la parola FONT ha origine dal francese *fondre* ovvero *fondere*.

Caratteri

I caratteri si possono dividere in caratteri per testo e caratteri per titoli. **La differenza fondamentale è la dimensione.** Il carattere di testo si applica alla parte principale del testo e le sue dimensioni in genere variano da 8pt a 12pt. Il carattere per titoli parte da 14pt e si applica in genere al titolo o a una breve introduzione al testo principale.

Rockwell
ha grazie
squadrate

Century
ha grazie
squadrate
raccordate

L'aspetto
meccanico di
Courier

L'aspetto
morbido di
Bembo

*La delicatezza
di Shelley
allegro script*

La
forza
di
Helvetica

Esercizio 5

Più elementi = Più Opzioni

Prendere da un giornale una notizia con titolo e un testo di almeno 50-70 parole

Usa un formato 15x22 verticale.

Sperimenta le giustificazioni del testo con titolo in alto

Usa caratteri con grazie e senza grazie alternando testo e titolo.

Usa un carattere sans serif che risulta più leggibile in una situazione al negativo

Sperimenta diverse posizioni, dimensioni, spaziatura, maiuscolo e minuscolo

Ripeti l'esercizio utilizzando una notizia che ha anche una foto.

Principi Universali del Design

Evidenziazione

Tecnica utilizzata per attirare l'attenzione su un'area di testo o un'immagine

L'evidenziazione va applicata a una quantità di elementi non superiore al 10%, in modo da non diluire gli effetti. Occorre utilizzare poche tecniche di evidenziazione e applicarle in modo coerente all'interno di tutto il progetto.

Generale

“**Vuoi dire che non ne puoi prendere meno**” disse il Cappellaio, “**è molto più facile prendere più di nulla che meno di nulla.**”

“**Nessuno ha domandato il tuo parere,**” soggiunse Alice.

“Vuoi dire che non ne puoi prendere **meno**” disse il Cappellaio, “è molto più facile prendere **più** di nulla che meno di nulla.”

“Nessuno ha domandato il **tuo** parere,” soggiunse Alice.

Grassetto, corsivo e sottolineato

Il consiglio del Bruco

“Temo che **non potrò** spiegarmi” disse Alice, “perché, vede, io non sono più io!”

Il consiglio del Bruco

“Temo che *non potrò* spiegarmi” disse Alice, “perché, vede, io non sono più io!”

Il consiglio del Bruco

“Temo che non potrò spiegarmi” disse Alice, “perché, vede, io non sono più io!”

Carattere

“Che cos’è una maratona-caucus?” disse Alice, non perché volesse saperlo, ma siccome **tutti gli altri** tacevano, ella doveva pur dire qualcosa.

“Che cos’è una maratona-caucus?” disse Alice, non perché volesse saperlo, ma siccome **TUTTI GLI ALTRI** tacevano, ella doveva pur dire qualcosa.

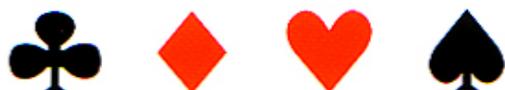
Colore

Si era ritornati così al **principio** della conversazione. Quella domanda ripetuta **non andava proprio giù** ad Alice che si rivolse quindi in un tono severo al Bruco e chiese: “Mi sembra che dovrebbe dirmi **lei** prima chi è?”.

Si era ritornati così al principio della conversazione. Quella domanda ripetuta non andava **proprio** giù ad Alice che si rivolse quindi in un tono severo al Bruco e chiese: “Mi sembra che dovrebbe dirmi **lei** prima chi è?”.

Inversione

Chi ha rubato le torte?



Chi ha rubato le torte?



Principi Universali del Design

Allineamento

Posizionamento degli oggetti in modo che i bordi siano allineati a righe o colonne, o che i loro corpi siano allineati a un centro comune.

Gli elementi di un design devono essere allineati ad altri elementi; ciò crea un senso di unità e di coesione che contribuisce a determinare l'estetica e suggerisce stabilità. L'allineamento può costituire anche un efficace strumento di orientamento per l'utente.

I bordi di un supporto quali la pagina o lo schermo e le posizioni naturali su di esso come le linee centrali sono da considerarsi elementi di allineamento.

Principi Universali del Design

Allineamento

In un paragrafo, i blocchi di testo allineati a sinistra e a destra offrono indicazioni maggiori rispetto a quelli centrati.

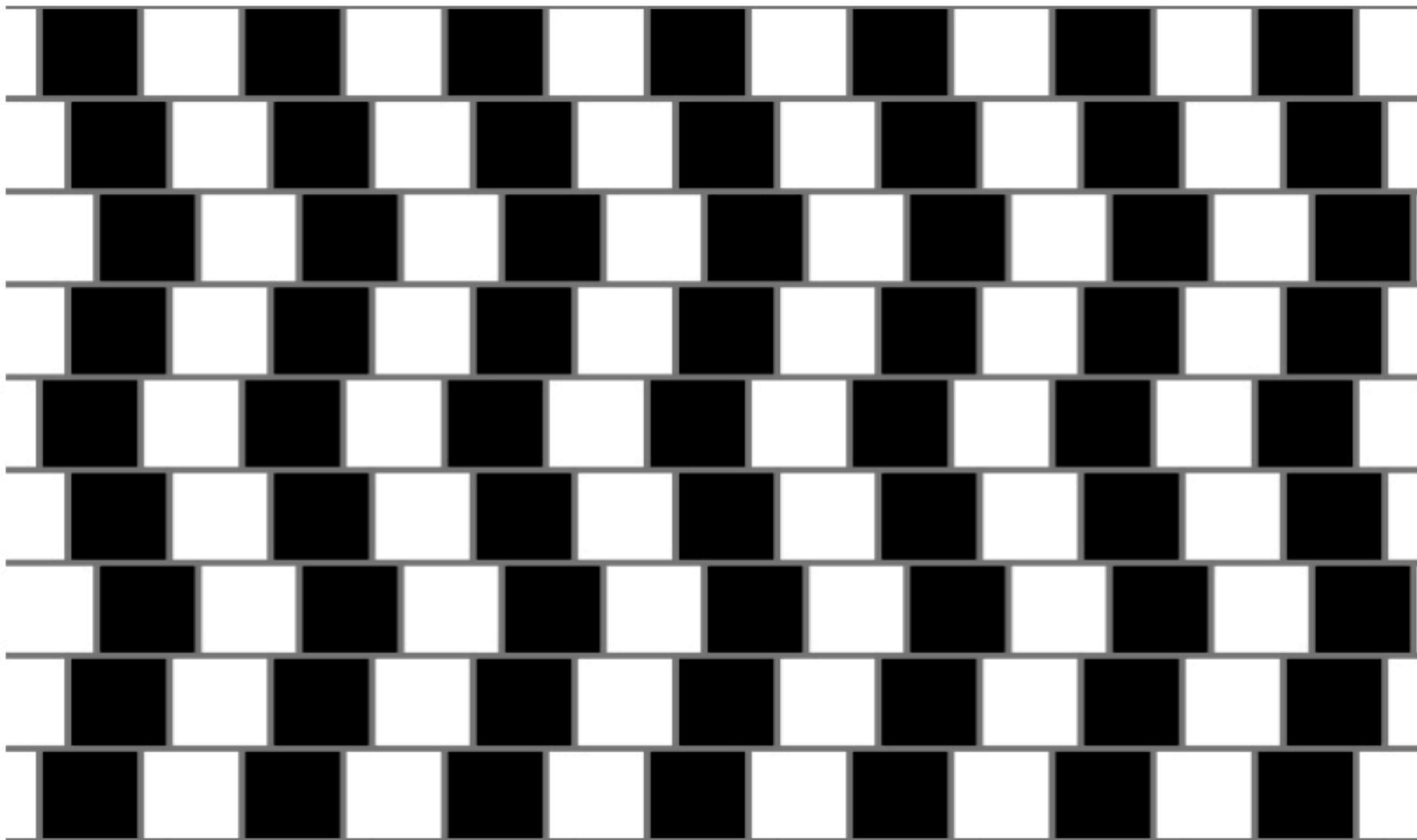
Le colonne invisibili create dai blocchi di testo allineati a sinistra e a destra offrono un chiaro riferimento visivo in base al quale è possibile allineare altri elementi.

Al contrario, i blocchi di testo centrati offrono indicazioni visive più ambigue e si collegano più difficilmente ad altri elementi.

Il testo giustificato offre maggiori indicazioni di allineamento rispetto a quello non giustificato ed è consigliabile utilizzarlo in composizioni complesse insieme ad altri elementi.

Principi Universali del Design

Allineamento



Principi Universali del Design

Allineamento

Scheda elettorale delle elezioni presidenziali USA 2000 in Florida

1 OFFICIAL BALLOT, GENERAL ELECTION
PALM BEACH COUNTY, FLORIDA
NOVEMBER 7, 2000

<p>ELECTORS FOR PRESIDENT AND VICE PRESIDENT</p> <p>(A vote for the candidates will actually be a vote for their electors.)</p> <p>(Vote for Group)</p>	(REPUBLICAN) GEORGE W. BUSH - PRESIDENT DICK CHENEY - VICE PRESIDENT	3 ➔
	(DEMOCRATIC) AL GORE - PRESIDENT JOE LIEBERMAN - VICE PRESIDENT	5 ➔
	(LIBERTARIAN) HARRY BROWNE - PRESIDENT ART OLIVIER - VICE PRESIDENT	7 ➔
	(GREEN) RALPH NADER - PRESIDENT WINONA LaDUKE - VICE PRESIDENT	9 ➔
	(SOCIALIST WORKERS) JAMES HARRIS - PRESIDENT MARGARET TROWE - VICE PRESIDENT	11 ➔
	(NATURAL LAW) JOHN HAGELIN - PRESIDENT NAT GOLDHABER - VICE PRESIDENT	13 ➔

1-R OFFICIAL BALLOT, GENERAL ELECTION
PALM BEACH COUNTY, FLORIDA
NOVEMBER 7, 2000

4	(REFORM) PAT BUCHANAN - PRESIDENT EZOLA FOSTER - VICE PRESIDENT
6	(SOCIALIST) DAVID McREYNOLDS - PRESIDENT MARY CAL HOLLIS - VICE PRESIDENT
8	(CONSTITUTION) HOWARD PHILLIPS - PRESIDENT J. CURTIS FRAZIER - VICE PRESIDENT
10	(WORKERS WORLD) MONICA MOOREHEAD - PRESIDENT GLORIA La RIVA - VICE PRESIDENT
<p>WRITE-IN CANDIDATE</p> <p>To vote for a write-in candidate, follow the directions on the long stub of your ballot card.</p>	

TURN PAGE TO CONTINUE VOTING ➔

1 OFFICIAL BALLOT, GENERAL ELECTION
PALM BEACH COUNTY, FLORIDA
NOVEMBER 7, 2000

REPUBLICAN GEORGE W. BUSH - PRESIDENT AND DICK CHENEY - VICE PRESIDENT	3 ➔
DEMOCRATIC AL GORE - PRESIDENT AND JOE LIEBERMAN - VICE PRESIDENT	4 ➔
LIBERTARIAN HARRY BROWNE - PRESIDENT AND ART OLIVIER - VICE PRESIDENT	5 ➔
GREEN RALPH NADER - PRESIDENT AND WINONA LaDUKE - VICE PRESIDENT	6 ➔
SOCIALIST WORKERS JAMES HARRIS - PRESIDENT AND MARGARET TROWE - VICE PRESIDENT	7 ➔
NATURAL LAW JOHN HAGELIN - PRESIDENT AND NAT GOLDHABER - VICE PRESIDENT	8 ➔
REFORM PAT BUCHANAN - PRESIDENT AND EZOLA FOSTER - VICE PRESIDENT	9 ➔
SOCIALIST DAVID McREYNOLDS - PRESIDENT AND MARY CAL HOLLIS - VICE PRESIDENT	10 ➔
CONSTITUTION HOWARD PHILLIPS - PRESIDENT AND J. CURTIS FRAZIER - VICE PRESIDENT	11 ➔
WORKERS WORLD MONICA MOOREHEAD - PRESIDENT AND GLORIA La RIVA - VICE PRESIDENT	12 ➔
<p>WRITE-IN CANDIDATE</p> <p>To vote for a write-in candidate, follow the directions on the long stub of your ballot card.</p>	

1-R OFFICIAL BALLOT, GENERAL ELECTION
PALM BEACH COUNTY, FLORIDA
NOVEMBER 7, 2000

ELECTORS FOR PRESIDENT AND VICE PRESIDENT

(A vote for the candidates will actually be a vote for their electors.)

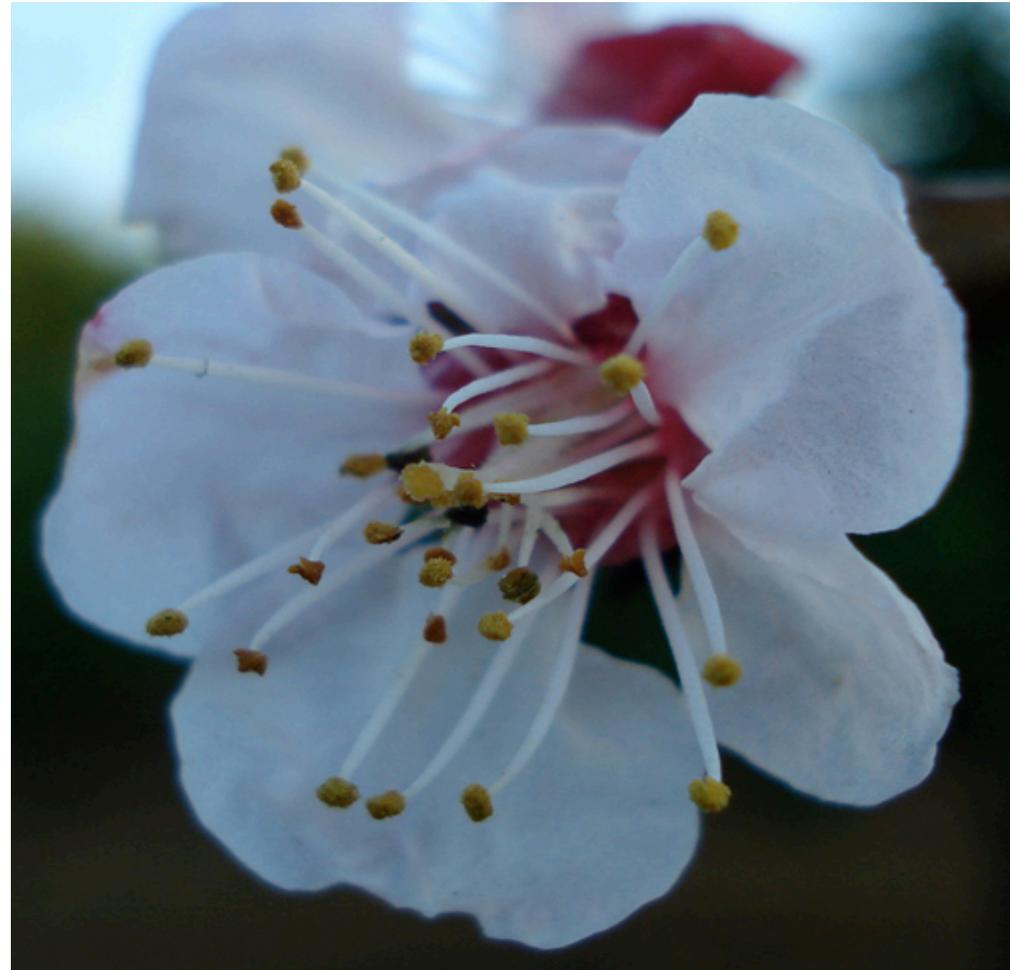
(Vote for Group)

TURN PAGE TO CONTINUE VOTING ➔

Equilibrio e armonia

La combinazione e il posizionamento di più elementi

E' possibile che all'interno di una composizione si debbano organizzare più elementi diversi, come un titolo su due o tre righe, un sottotitolo, un testo e le immagini che accompagnano il testo. Più sono gli elementi da tenere in considerazione, più è difficile mantenere equilibrio e armonia nel design.



MetaDesign

“Design forms the core of our company and is the focus of all that we do.”

MetaDesign®

[What we do](#)

[Our work](#)

[Our clients](#)

[Our team](#)

[Contact us](#)

We combine the art and logic of design
to help organizations compete.

Welcome to MetaDesign.

615 Battery Street, 6th Floor
San Francisco, California 94111

Phone 415.627.0790, Fax 415.627.0795
info@metadesign.com

MetaDesign®

MetaDesign helps organizations accelerate progress toward a better future. We work alongside a broad spectrum of leaders seeking to establish or increase their relevance in people's lives.

We combine research, analysis, technology, and design to visualize new scenarios for connecting with basic human behaviors and needs. We then engage in developing and delivering new brand, service, and product offerings.

What we do

[Our work](#)

[Our clients](#)

[Our team](#)

[Contact us](#)

[Strategic services](#)

[Brand design](#)

[Interaction design](#)

MetaDesign®

The key ingredient for conceptualizing new brands, products, and services is a clear-eyed understanding of the interplay between customer culture, business context, brand, and technology. We have a long record of uncovering new business opportunities, and visualizing those opportunities in ways that are tangible, easy to absorb, and simple to act upon.

What we do

Our work

Our clients

Our team

Contact us

Strategic services

Brand design

Interaction design

MetaDesign®

Creating an emotional overlap between what's good and true about your company and the aspirations your audience holds dear is the almost-magic formula behind great brands. We work with organizations and their audiences to uncover the messages, values, and character traits that will create the overlap. We then execute visual identity and communication tools that make brands and their stories vivid and appealing.

[What we do](#)

[Our work](#)

[Our clients](#)

[Our team](#)

[Contact us](#)

[Strategic services](#)

[Brand design](#)

[Interaction design](#)

MetaDesign®

Interaction Design is the planning, conceptualization, validation, and development of customer experiences in the realm of software, Web-based applications, and on-screen interactivity in general. Over the past decade our team of UI designers, information architects, graphic designers, developers, editorial strategists, and usability researchers have delivered a long list of business success stories by creating product, service, publishing, marketing, and customer service innovations.

What we do

[Our work](#)

[Our clients](#)

[Our team](#)

[Contact us](#)

[Strategic services](#)

[Brand design](#)

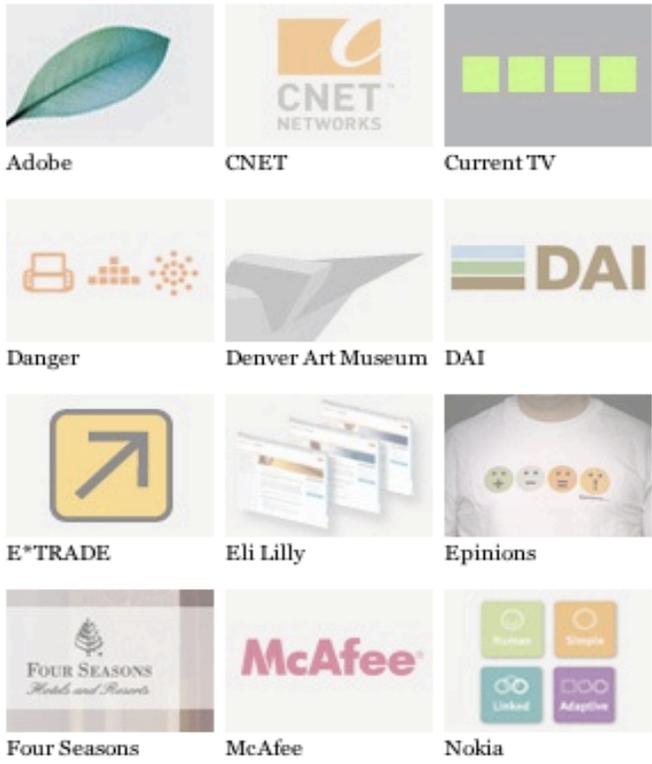
[Interaction design](#)



Adobe

Strategic Services + Brand Design

New brand identity spanning the product portfolio of the world leader in creative professional and communication software.

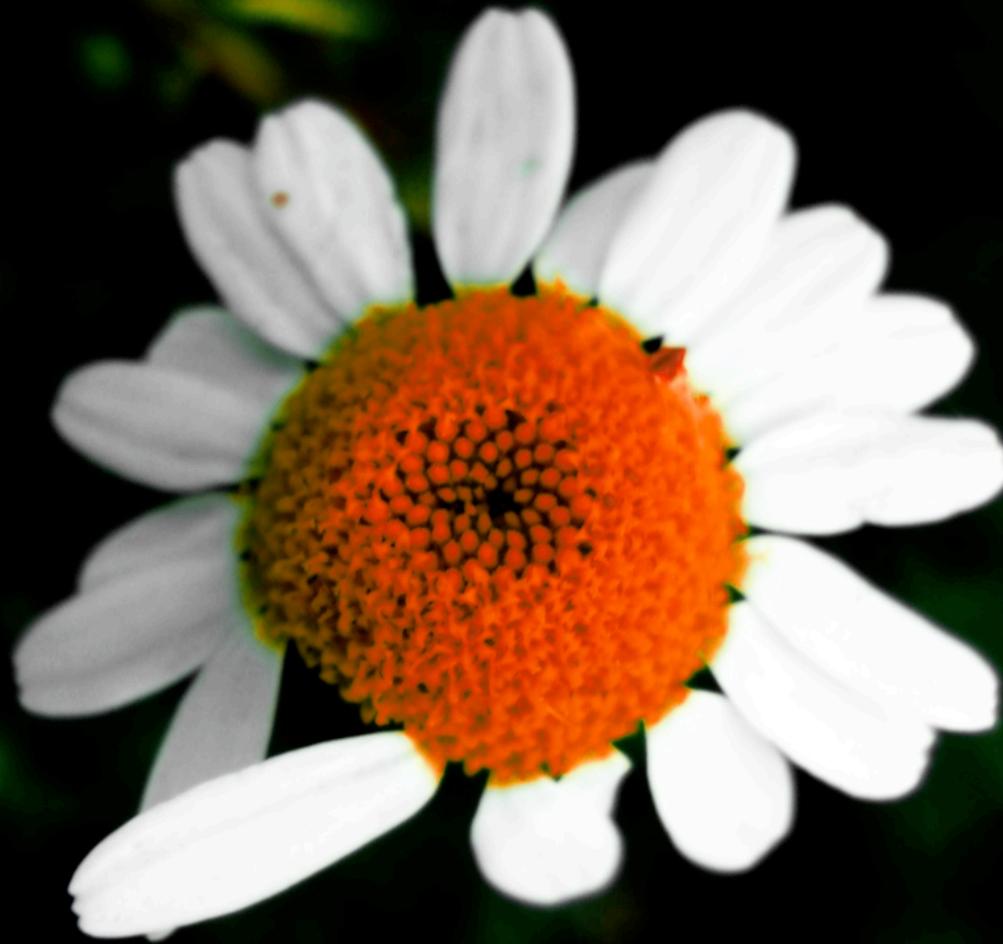


Esercizio 5

Il tempo

Il tempo nel design è la capacità di ATTRARRE
l'attenzione e TRASMETTERE un MESSAGGIO

La forza del **POSTER**



NOT FOR ME

Good50x70.org