



opdracht 'Quote, als typografische kreet!' Sint Lucas Antwerpen | bachelor 1 grafische vormgeving c | academiejaar 2009/2010

Studiejaar: bachelor 1 grafische vormgeving C

Opleidingsonderdeel (OO): atelier Grafisch ontwerp - opdracht "Quote, als typografische kreet!"

Docent: Hugo Puttaert

### Omschrijving van de opdracht

1. Ga op zoek naar een korte en krachtige quote of statement (van één zin), uitgesproken door een ontwerper, kunstenaar, wetenschapper, filosoof, politiker etc. Het is belangrijk dat je je er persoonlijk toe aangesproken voelt. Of dat je er tegen wenst te reageren/te revolteren. Argumenteer dus waarom je deze uitspraak koos.

2. Ga op zoek naar een lettertype dat je aanspreekt en dat volgens jou bij de quote past en argumenteer waarom. Onderzoek hoe dit lettertype onstond, wie de letterontwerper was en waarvoor het lettertype meestal wordt gebruikt. Breng al deze informatie samen in je schets/werkboek.

Print of kopieer alle letters uit de gekozen quote op diverse groottes. (x hoogte tussen 7 en 10 cm).

Deze letters knip je uit en je bewaart de restvormen zorgvuldig.

Met de uitgesneden letters zoek je via het systeem van verschuiven naar een boeiende en spannende compositie dewelke je presenteert op een vel van A2 formaat. Bij het proces van het zoeken naar een boeiende compositie, maak je met je digitale camera opnames van interessante tussenstappen. Deze kan je in je schets/werkboek klevan.

De keuze van je papier is ook belangrijk. Kies je voor extreem wit papier of een eerder zacht wit papier?

Presenteer het resultaat voor de hele groep en argumenteer je keuze en werkwijze.

Deze opdracht loopt over een periode van 3 à 4 weken en er wordt in het atelier aan gewerkt.

De interactie met wat je collega-studenten doen, maakt deel uit van deze opdracht.

De keuze van het lettertype is belangrijk en gebeurt het best vanuit een bepaalde fascinatie ervoor.

Het kan ook een zeer recent ontwikkeld lettertype zijn.

Zoek dus veel verder dan de standaard-lettertypen van je operating system, tenzij je kan motiveren waarom je er één van deze lettertypen wenst te gebruiken.

### Referenties:

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

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

[www.ourtype.be](http://www.ourtype.be)

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

[www.linotype.be](http://www.linotype.be)

[www.underware.nl](http://www.underware.nl)

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

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

### Timing

donderdag 05/11/2009

briefing

donderdag 12/11/2009

bespreking van de quote en de keuze van het lettertype + werken in het atelier

donderdag 19/11/2009

werken in het atelier

donderdag 26/11/2009

presentatie van je ontwerp aan de hele groep + feedback

donderdag 03/12/2009

afgeven van je afgewerkt exemplaar



opdracht 'Cahier over een ontwerper' Sint Lucas Antwerpen | bachelor 1 grafische vormgeving c | academiejaar 2009/2010

*Studiejaar: bachelor 1 grafische vormgeving C*

*Opleidingsonderdeel (OO): atelier Grafisch ontwerp - opdracht 'Cahier over een ontwerper'*

*Docent: Hugo Puttaert*

### **Omschrijving van de opdracht**

Kies een prominente grafische ontwerper/letterontwerper uit de 20ste of 21ste eeuw.  
Argumenteer waarom je deze figuur koos.  
Documenteer over zijn/haar werk en over de tijdsperiode waarin zij/hij actief was.  
Selecteer tekst en beeldmateriaal i.f.v. wat je over deze figuur wil vertellen/tonen.  
Breng dit alles samen in een eenvoudige lay-out in een A5 zwart/wit geniet boekje van 16 pagina's.  
Reproduceer dit boekje via prints of fotokopie op 20 ex.  
Elke student ontvangt één boekje en zo heeft iedereen een interessante reeks.  
Vergeet de bronvermelding niet.

Deze opdracht loopt over een periode van ongeveer zes weken.  
De keuze van de figuur is belangrijk. Een persoonlijke appreciatie of fascinatie is nodig.  
Het is ook belangrijk wat je wel wenst te tonen en wat niet.  
Hoe je omgaat met de tekst en de verhaallijn dat je in het boekje wenst te steken is ook belangrijk.  
Doe je dit aan de hand van tekstfragmenten, woorden, uitspraken? Daar dien je over na te denken.  
De verhouding tekst/beeld is ongeveer 1/4 - 3/4, maar alternatieven zijn mogelijk.  
Je zorgt ook voor een cover.

### **Referenties:**

AGI, Graphic Design Since 1950, Ben en Elly Bos, Thames & Hudson (ISBN 978-0-500-51342-2)  
<http://www.a-g-i.org>  
<http://www.eyemagazine.com>

### **Timing**

donderdag 29/10/2009	briefing
donderdag 26/11/2009	presentatie van je ontwerp aan de hele groep + feedback
donderdag 03/12/2009	afgeven van je afgewerkt exemplaar, klaar voor reproductie
nadien	reproductie op 20 ex. (= nog af te spreken)

### **Uitwerking/techniek/medium**

formaat: A5 (staand)  
pagina's: 16 (cover inbegrepen)  
opmaak: analoog collage of digitaal via InDesign  
zwart/wit  
papier: 90g  
geniet



Studiejaar: bachelor 1 grafische vormgeving c - opleidingsonderdeel (00): atelier Grafisch ontwerp - opdracht 'Rijp voor reparatie'  
 Docent: Hugo Puttaert

### Situering

De docent geeft een presentatie over het begrip 'identiteit' van een organisatie, een merk, een bedrijf, een plek en de verklaring van terminologiën zoals: 'corporate identity', 'brand identity', 'huisstijl', 'beeldmerk', 'logo', 'pictogram' etc.

Dit aan de hand van bestaande cases, boeken, studiedossiers en teksten.

Uitgangspunt is de tekst: *'Hedendaagse logo's zijn vaag en zielloos, liever liefs uit Londen'* (uit *Vormberichten van het BNO, Nederland*).

### Vraagstelling

Welke logo's zijn achterhaald of zijn over hun houdbaarheidsdatum heen?

Welke logo's ken je maar vond je nooit goed? Desondanks hun nationale of internationale bekendheid?

Welke logo's waren sterk en krachtig en zijn dat nu niet meer? Ondanks het feit dat ze in de loop van de jaren een zogenaamde 'restyle' of opfrissing ondergingen.

### Documentair onderzoek

Blik terug op je jeugd en ga op zoek naar brands en logo's die je bewust of onbewust zijn bijgebleven. Ongeacht de sector waarin deze zich bevonden. Zorg dat je kritisch bent in je keuze. Een sterk 'brand' of logo met een bepaalde geschiedenis of roots (minimum 3 decenia en meer) is een veel interessanter uitgangspunt dan een logo voor een recent gelanceerd merk of brand. Zoek verschillende voorbeelden (minimum 3), documenteer je dossier met de oorsprongsgeschiedenis, het 'hoe, waarom en wanneer' en door wie het bewuste logo of brand werd ontworpen. Zoek de verschillende gebruiksvormen van dit logo op (het logo kan misschien reeds heelwat transformaties achter de rug hebben) en verzamel al dit materiaal in een apart werkdossier op A3 formaat.

### De opdracht

Zie deze opdracht als een soort rollenspel, waarbij de docent twee petten opzet en deze telkens verwisselt.

Als opdrachtgever speelt hij de eeuwige twijfelaar maar als coach geeft hij doelgericht en vakkundig advies.

De opdrachtgever twijfelt dus tussen het behoud van het logo, een eventuele 'restyle' of een compleet nieuw logo.

Het is aan jou om hem te overtuigen. Daarom dien je d.m.v. documentair en inhoudelijk onderzoek en doorgedreven ontwerponderzoek een sterke en chronologische argumentatie op te bouwen om:

1. enerzijds een 'reparatie' aan het logo uit te voeren

2. anderzijds een nieuw logo te ontwerpen.

Bij de reparatie ga je analyseren wat er kan verbeterd of geactualiseerd kan worden. En waarom. Zuiver vormtechnisch, typografisch, associatief of d.m.v. aangepast kleurgebruik. Bij het nieuwe logo doe je hetzelfde maar vertrek je met 'carte blanche'.

### Ontwerponderzoek in je werkdossier

In je werkdossier bundel je al het documentair- en ontwerponderzoek dus getekende (potlood/stift etc) schetsen, collagetechniek.

prints, typografiestudies, beeldmateriaal etc. De vormstudies maak je eerst zwart/wit. Nadien onderzoek je kleurgebruik.

Nadien digitaliseer je het logo in Illustrator CS. Je onderzoekt welke kleurcoderingen hier dienen te worden toegepast.

*Zal uitgebreid worden getoond en uitgelegd op tijdens een nader te bepalen tijdstip over kleursystemen.*

- in print-omgeving: quadri CMYK en PMS (PANTONE MATCHING SYSTEM)

- on screen en web: RGB (Red Green Blue)

- in verfsystemen: NCS (Natural Colour System) en/of RAL

### Presentatie

1. Je presenteert elke oplossing op één A2 vel. Hierop toon je het logo in zwart/wit, in kleur, in diverse groottes en met de kleur-codering. Via een weloverwogen letterkeuze schrijf je korte bijschriften die als verduidelijking mee op het A2 vel worden geplaatst. Je zoekt voor dit alles een heldere lay-out.

2. Al het documentair- en ontwerponderzoek, bundel je samen met het resultaat in een werkdossier (toonbaar aan de opdrachtgever) op A3 formaat (met geschikte bindwijze, geen losse vellen).

3. Je geeft een verbale en digitale presentatie van ong. 5 minuten aan de volledige groep.

**Timing** donderdag 21/02/2009: briefing

tussentijdse besprekingen gedurende de lessen

finale presentatie tijdens één van de laatste lessen voor eindjury