

Corso base di Graphic Design Sostenibile

Differenza tra arte e design

/



1. Introduzione al graphic design

L'arte genera domande, il design dà risposte

Nel corso della storia l'arte ha spesso diviso, provocato, disturbato: sculture abbattute, quadri censurati, artisti isolati. L'arte mette in discussione e apre conflitti.

Il design invece nasce per risolvere qualcosa: analizza un problema e crea una soluzione utile che semplifica la vita, elimina ostacoli e migliora l'esperienza dell'utente.

L'arte lascia spazio all'interpretazione, il design no

Ogni opera d'arte può avere mille significati diversi, a seconda di chi la osserva. Il design invece deve portare tutti allo stesso messaggio: un'interfaccia, un logo, un segnale devono essere immediatamente comprensibili senza bisogno di spiegazioni.

L'arte esplora nuovi mondi, il design osserva e applica

Gli artisti sperimentano, cercano il nuovo, spingono i confini. Il design invece parte dall'osservazione: studia ciò che gli utenti fanno, ciò che capiscono e ciò che preferiscono, e costruisce oggetti efficaci ripetendo, correggendo e migliorando soluzioni già esistenti.

Differenza tra arte e design

/



1. Introduzione al graphic design

L'arte è senza scopo preciso, il design ha un obiettivo

L'arte può non avere un fine funzionale: nasce come espressione personale. Il design invece deve ottenere un risultato misurabile: comunicare, orientare, persuadere, rendere un'esperienza più semplice o efficace.

L'arte parla dell'artista, il design parla dell'utente

L'arte è la voce dell'artista; il design è il punto d'incontro tra utente, messaggio e funzione. Il designer mette da parte il proprio ego e progetta per chi utilizzerà l'oggetto.

L'arte può essere ambigua, il design è coerente

L'arte può rompere regole, sovertire logiche e creare intenzionalmente caos o contraddizione. Il design, invece, richiede coerenza strutturale: tipografia, colori, gerarchie e layout devono lavorare insieme in modo armonico per guidare lo sguardo e mantenere leggibilità ed efficacia. Anche un buon design è capace di rompere schemi ma sempre mantenendo una logica e con il fine della soluzione.

La comunicazione / visiva



1. Introduzione al graphic design

La comunicazione visiva è la pratica di usare immagini, forme, colori, simboli e composizioni per trasmettere messaggi in modo chiaro e immediato.

Poichè un'immagine viene elaborata dal cervello molto più rapidamente di un testo, gli elementi visivi permettono di spiegare concetti complessi con maggiore semplicità, facilitando comprensione e memorizzazione.

Per questo motivo la comunicazione visiva non appartiene solo al graphic design: è diventata una competenza trasversale utilizzata in moltissimi contesti.

Dalle presentazioni aziendali ai materiali formativi, dalle email strutturate ai documenti di lavoro, gli usi no professionisti di ogni settore a rendere più efficaci le proprie comunicazioni e coinvolgere meglio il pubblico.

Tuttavia, in questo corso non ci concentreremo sulla comunicazione visiva quotidiana intesa come semplice supporto. Qui analizziamo il momento in cui la comunicazione visiva entra nel territorio del design consapevole.



Comunicazione visiva e design

Il design della comunicazione visiva nasce dall'esigenza di trasmettere un messaggio preciso e ottenere una reazione specifica dal pubblico.

Non si limita a mostrare informazioni, ma le organizza e le rappresenta in modo che assumano un significato chiaro, mirato e immediatamente comprensibile.

L'efficacia di un progetto non si misura quindi solo dalla sua estetica, ma dalla sua capacità di raggiungere il risultato per cui è stato creato.

La bellezza, l'originalità o lo stile sono elementi importanti, ma non possono e non devono compromettere la funzione.

La qualità del design visivo si valuta sempre in relazione alla chiarezza, all'efficacia e all'adeguatezza del messaggio per il pubblico a cui è destinato.

Graphic designer nel mondo professionale

Comunicazione visiva e design

Il suo lavoro parte dall'analisi del brief e degli obiettivi del cliente, per poi sviluppare concept creativi che verranno tradotti in loghi, identità visive, materiali pubblicitari, contenuti per il web e progetti editoriali.



Creare identità visive

- Progetta loghi, palette colori, font e linee guida.
- Definisce elementi che rendono riconoscibile un brand.
- Cura manuali di immagine coordinata (brand book, corporate identity).

Realizzare materiali di comunicazione

- Brochure, volantini, manifesti Packaging
- Presentazioni aziendali
- Grafica per social media
- Grafiche pubblicitarie per stampa o web

Collaborare con reparti marketing e comunicazione

- Marketing manager
- Copywriter
- Social media manager
- Product manager
- Supporta campagne pubblicitarie e lanci di nuovi prodotti.

Progettare per il digitale

- UI design di siti web e app
- Grafiche per e-commerce
- Banner animati
- Layout per newsletter
- (Senza essere un programmatore, si lavora con sviluppatori.)

1. Introduzione al graphic design

Gestire il processo creativo

- Analizza il brief del cliente.
- Sviluppa moodboard, concept e proposte grafiche.
- Presenta e discute le soluzioni con il cliente.
- Apporta revisioni e finalizza i file per stampa o pubblicazione.

Conoscere le tecnologie e gli strumenti

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign
- Figma / Sketch / Adobe XD (per il digitale)

Ruolo strategico

Il graphic designer contribuisce alla strategia aziendale perché:

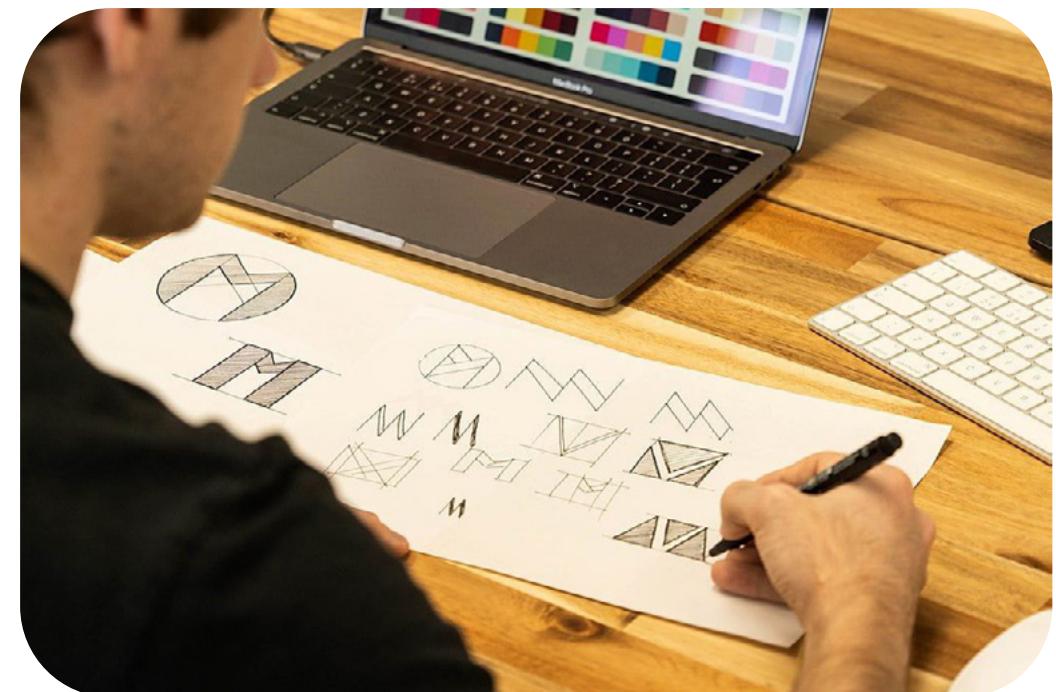
migliora la percezione del brand, rende i messaggi più immediati e permette a un'azienda di distinguersi nel mercato

Dove lavora

- Agenzie di comunicazione
- Studi grafici
- Aziende
- Editoria
- Freelance per clienti diversi

Conosce inoltre

- processi di stampa
- formati e risoluzioni
- preparazione dei file



Campi applicativi

Pubblicità

In questo settore il designer realizza concept visivi e materiali per campagne promozionali, come **poster, affissioni, banner, spot, annunci stampa** e contenuti creativi destinati a trasmettere un messaggio persuasivo. La comunicazione deve essere immediata, impattante ed emotivamente efficace.

Digitale

Il graphic designer opera nella progettazione di **interfacce e contenuti per il web, come layout di siti, landing page, newsletter e materiali interattivi**. Lavorare nel digitale significa avere attenzione all'usabilità, alla leggibilità su schermo e all'adattamento dei contenuti ai diversi dispositivi.

Social media

Questo ambito richiede grafiche dinamiche, coerenti con il brand e adattate ai diversi formati delle piattaforme. Il designer crea **post, stories, copertine, template** e contenuti che favoriscono engagement, riconoscibilità e continuità visiva nella comunicazione online.

Stampa

Qui rientrano progetti editoriali e materiali fisici come **brochure, cataloghi, volantini, packaging, riviste e biglietti da visita**. Il designer deve conoscere tecniche di stampa, impaginazione e preparazione dei file per garantire qualità e precisione nel prodotto finale.

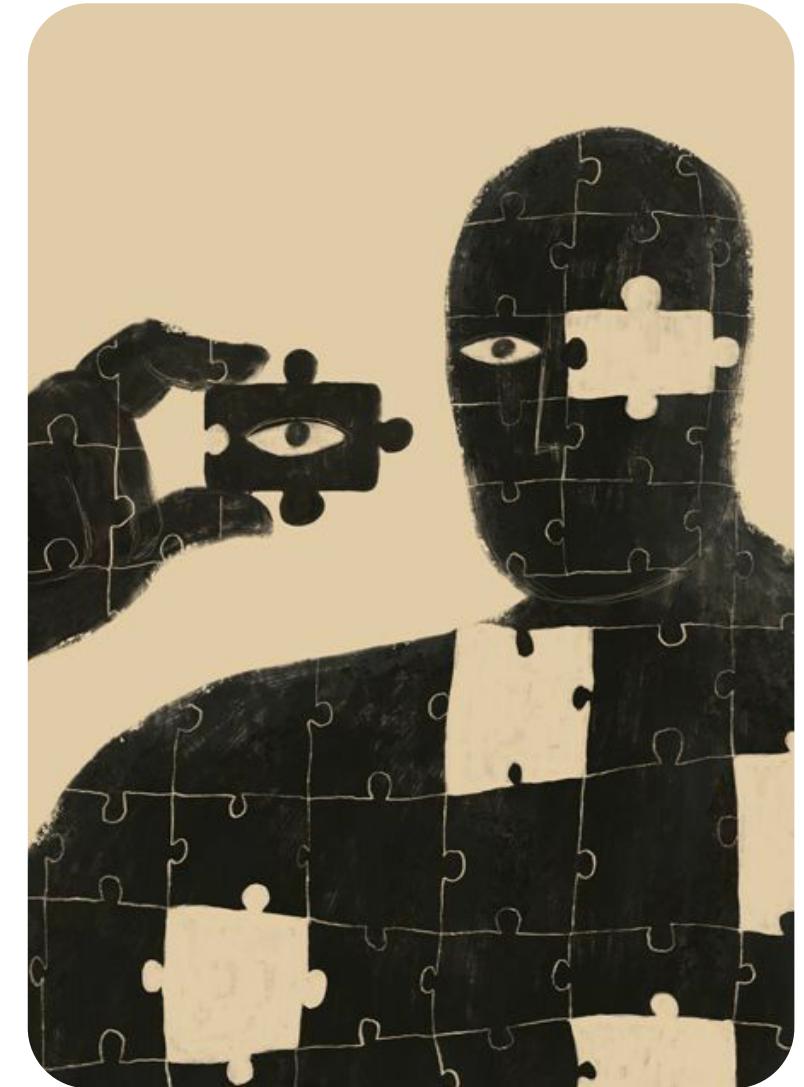
1. Introduzione al graphic design



La Percezione visiva

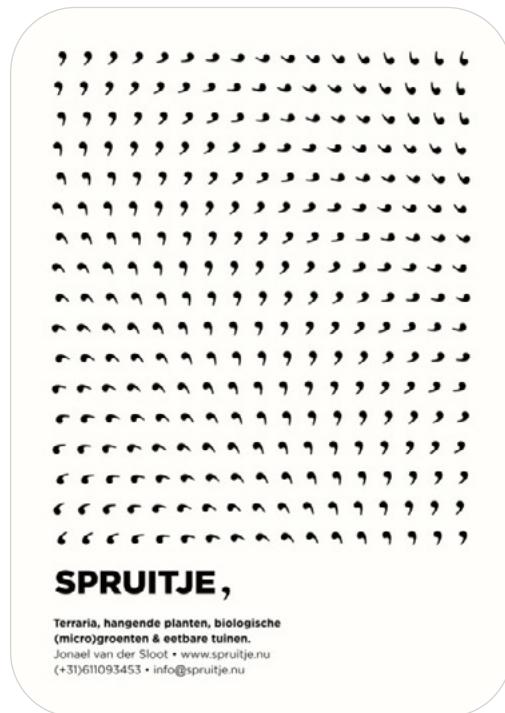
La percezione visiva è ciò che ci permette di comprendere davvero le forme.

Per percezione intendiamo il processo attraverso cui diventiamo consapevoli del mondo esterno: osserviamo, riconosciamo e interpretiamo gli oggetti e gli elementi che compongono l'ambiente intorno a noi.



Percezione visiva

È un processo attivo e organizzato che ci permette di comprendere il mondo esterno attraverso i sensi (vista, udito, tatto, olfatto, gusto).



Percezione e memoria

La vista è il senso più orientato alla percezione siccome è collegato alla memoria molto più degli altri sensi.



Percezione e bisogni

La percezione viene integrata dagli stati emotivi e dai bisogni organici. La memoria visiva è più acuta. La memorizzazione verbale è più meccanica.

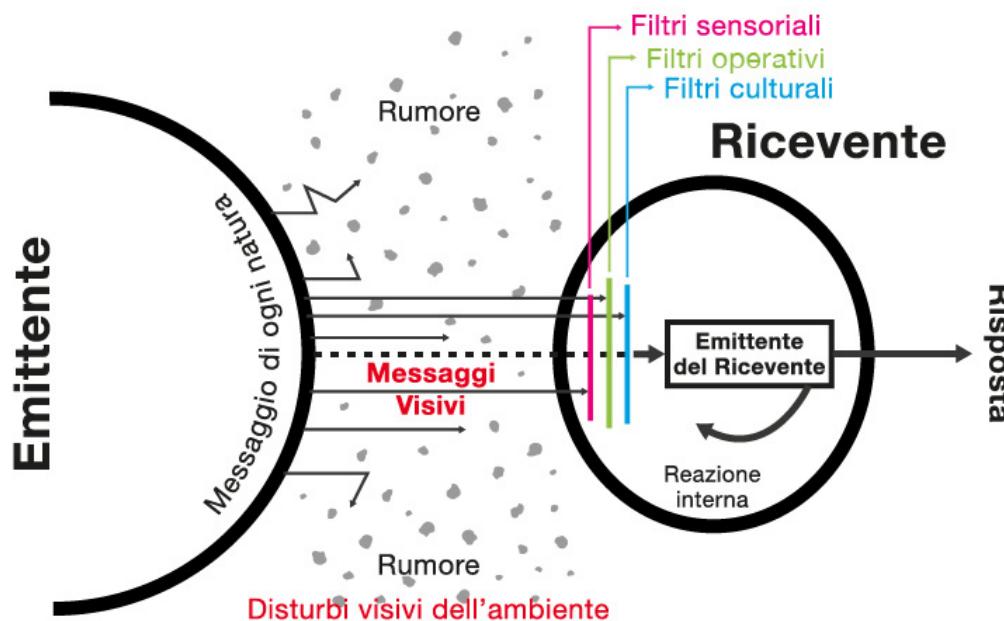


Organizzazione percettiva

La percezione non è passiva ma organizzata secondo schemi di unificazione.

Lo schema del messaggio

/



L'emittente vede messaggi visivi circondato dal rumore (disturbi visivi o percettivi)

Per oltrepassare il rumore, il mittente **codifica il messaggio** per poi farlo arrivare al ricevente

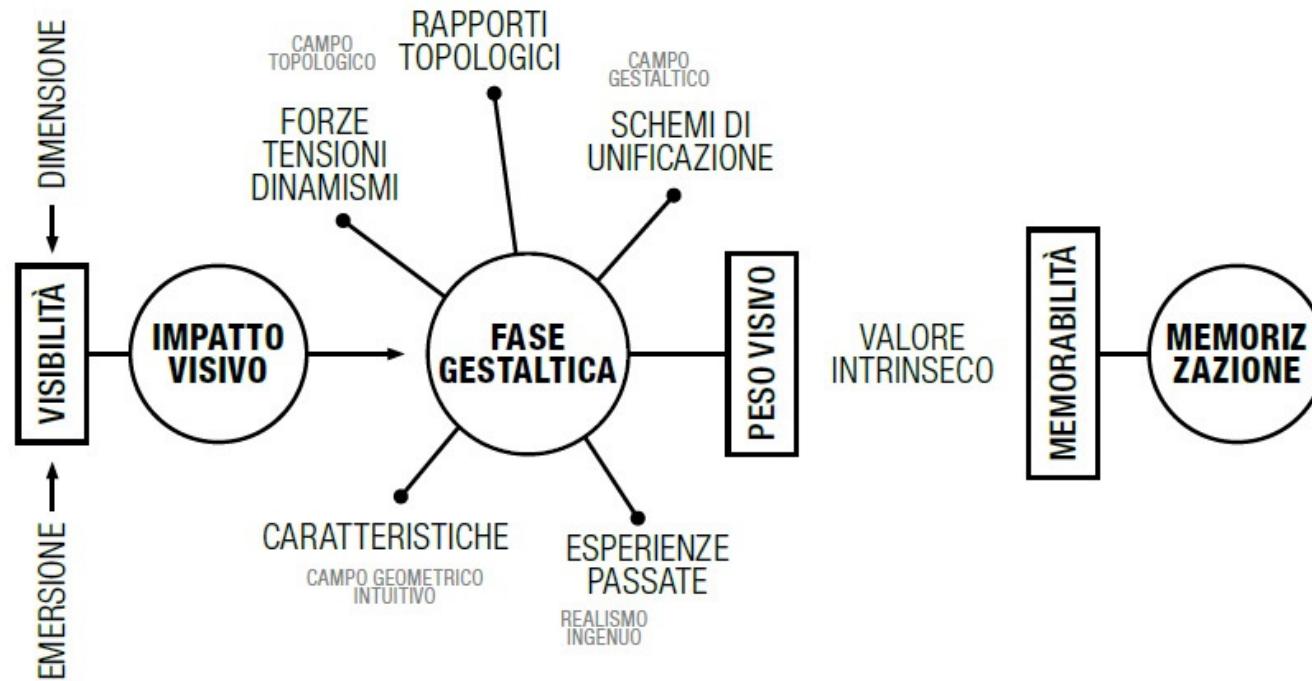
Il ricevente decodifica il messaggio in base alle esperienze passate.

Le esperienze passate possono essere di 2 tipi:

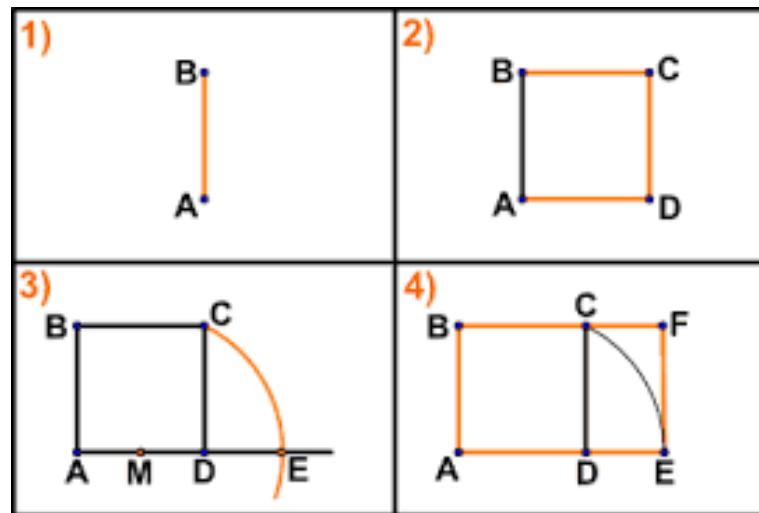
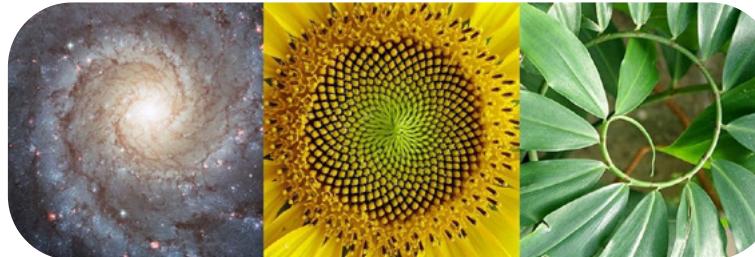
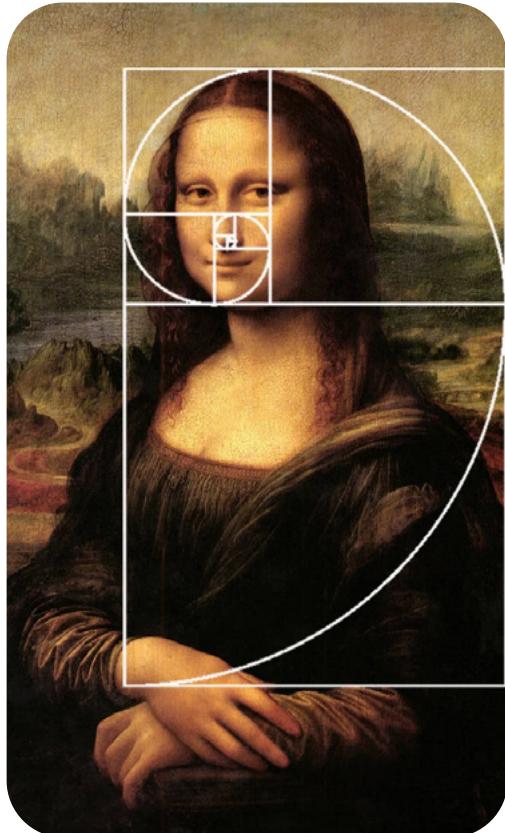
- Oggettive
- Soggettive

Lo schema del messaggio

/



La sezione aurea



La sezione aurea è un rapporto matematico considerato particolarmente armonioso. Si ottiene dividendo un segmento in due parti in modo che la parte maggiore stia alla minore come l'intero segmento sta alla parte maggiore.

Questo rapporto, indicato con la lettera greca ϕ (phi), vale circa **1,618**. Fin dall'antichità è stato utilizzato in arte, architettura e design perché permette di creare composizioni equilibrate e piacevoli alla vista.

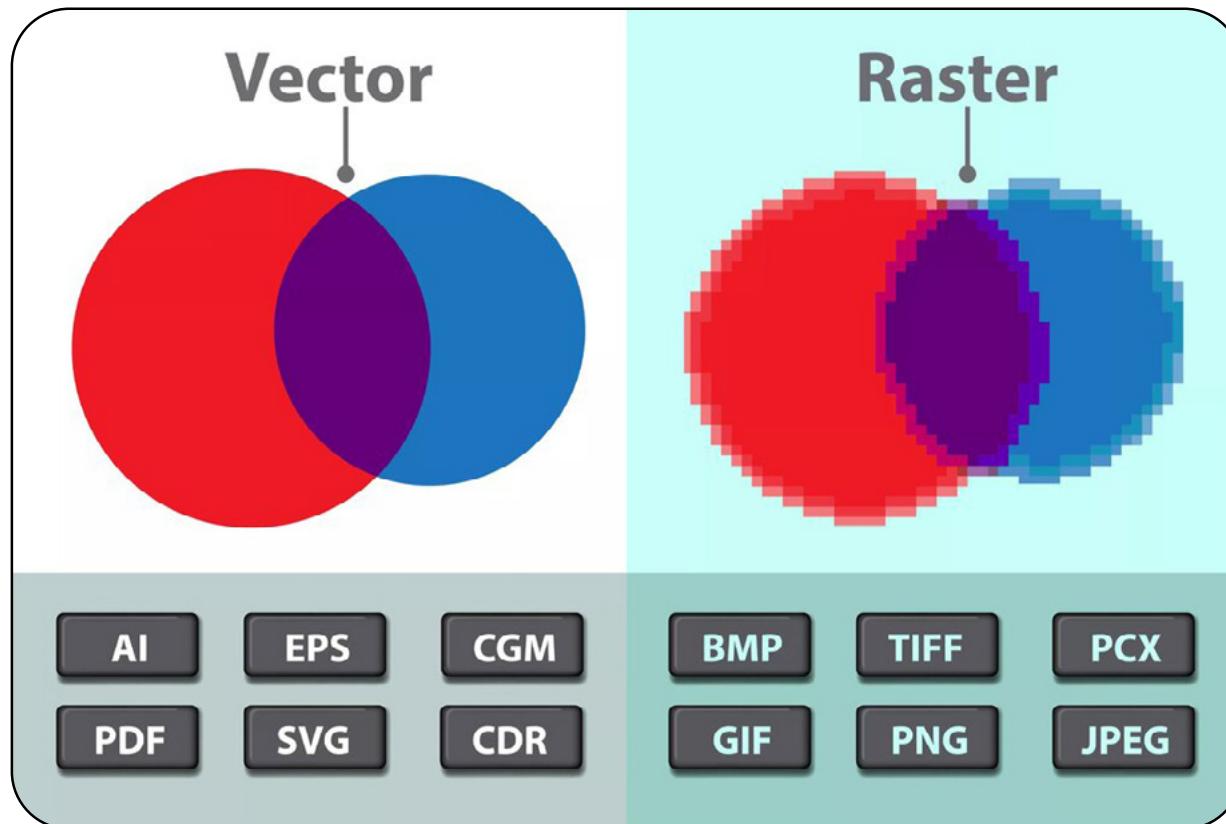
La sezione aurea è presente anche in natura: la spirale delle conchiglie, la disposizione dei petali dei fiori, la crescita delle piante e persino le forme delle galassie mostrano proporzioni che si avvicinano a questo rapporto.

È collegata anche alla sequenza di Fibonacci, in cui il rapporto tra numeri consecutivi tende progressivamente al valore di ϕ . Da questa relazione nasce la spirale aurea, uno schema ricorrente sia nelle forme naturali sia nei progetti visivi dell'uomo.

In sintesi, la sezione aurea è una proporzione fondamentale che contribuisce a creare **ordine, equilibrio e bellezza** nelle immagini e nelle strutture che osserviamo ogni giorno.

Grafica raster/vettoriale

/

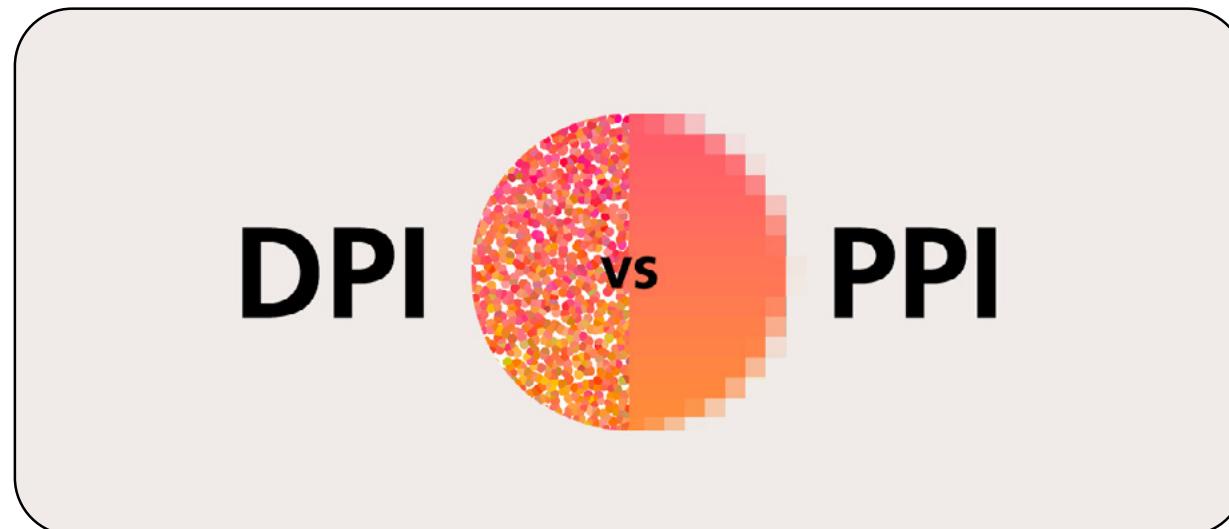


La grafica raster rappresenta le immagini tramite una griglia di pixel, piccoli quadratini colorati che formano l'immagine. Dipende dalla risoluzione: se ingrandita, può diventare sgranata. È usata soprattutto per fotografie e immagini ricche di dettagli.

I formati più comuni sono JPEG, PNG, GIF e TIFF.

La grafica vettoriale rappresenta le immagini usando linee, curve e forme descritte da formule matematiche, non da pixel. Per questo può essere ingrandita all'infinito senza perdere qualità. È ideale per loghi, icone, illustrazioni e grafica tecnica. I formati più comuni sono SVG, PDF, AI ed EPS.

Differenza PPI/DPI /



Definizione

La risoluzione delle immagini indica quanto sono dettagliate e nitide. Nelle immagini raster la risoluzione dipende dal numero di pixel presenti.

PPI (Pixel Per Inch) indica quanti pixel ci sono in un pollice dello schermo: misura la risoluzione digitale, quindi riguarda monitor, fotografie digitali e qualità dell'immagine sul display.

DPI (Dots Per Inch) indica quanti punti di inchiostro la stampante deposita in un pollice: misura la risoluzione di stampa, quindi riguarda la qualità del documento stampato.

PPI = schermo
DPI = stampa.

Differenza web/stampa

/

Le immagini per il web devono essere leggere e veloci da caricare. Usano di solito una risoluzione di 72 PPI e formati come JPEG, PNG o GIF, adatti alla visualizzazione su schermo.

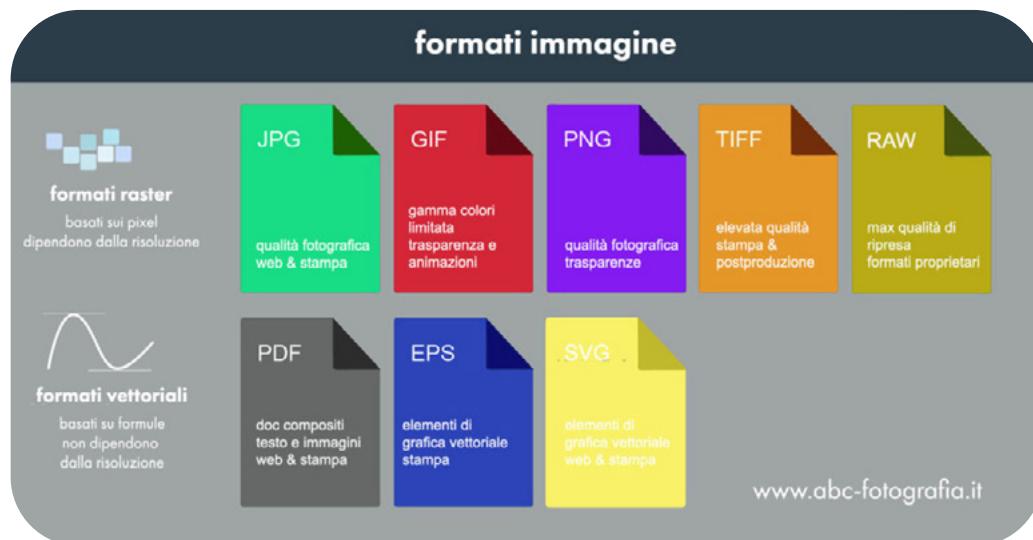
Le immagini per la stampa devono essere molto più dettagliate. Usano una risoluzione di 300 DPI, necessaria per ottenere una stampa nitida, e formati come TIFF o PDF, che mantengono alta qualità.

Web = leggere e a bassa risoluzione

Stampa = ad alta risoluzione e qualità maggiore.



Formati dei files



JPEG: formato leggero, ideale per foto e immagini per il web; usa una compressione con perdita.

PNG: mantiene alta qualità e supporta la trasparenza; usato per icone, loghi e grafica per il web.

GIF: immagini a pochi colori e semplici animazioni.

TIFF: formato ad alta qualità, senza perdita; molto usato in stampa.

RAW: formato non compresso delle fotocamere digitali, conserva tutti i dati dello scatto per una modifica professionale.

PDF: conserva impaginazione, testi e immagini; è il formato più usato per la stampa professionale.

SVG: formato vettoriale per il web, ideale per icone e loghi scalabili.

EPS/AI: formati vettoriali usati per grafica professionale e stampa.

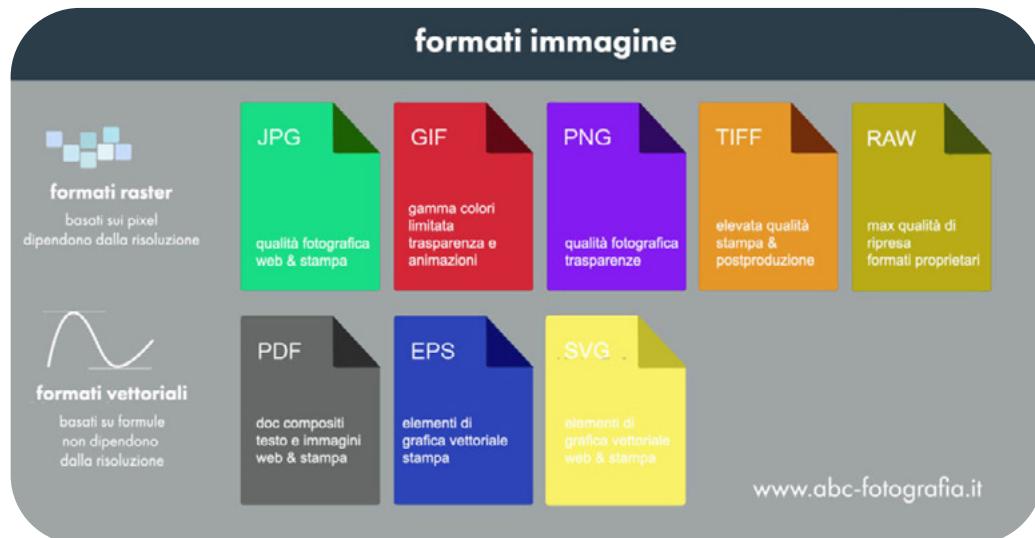
Pre-stampa



Il **controllo pre-stampa** è l'insieme delle verifiche da fare prima di inviare un file in tipografia. Serve a garantire che il documento venga stampato correttamente in maniera preventiva. Durante questa fase si controllano:

- Risoluzione delle immagini
- Formato del file
- **Profili colore** (di solito CMYK)
- Margini e abbondanze
- Font incorporati
- Qualità generale del layout

La pre-stampa assicura che tutto sia pronto e senza errori prima della stampa finale.



Grazie dell'ascolto