



Grafica - ADV e principi

a cura di Giampietro Moraschetti

Costruzione dell'immagine

**Costruire un'immagine significa
elaborare figure geometriche semplici;
scegliere i colori
disporre il testo e le figure**

**Il "Graphic Designer"
si occupa di funzioni pratiche
a differenza dell'artista che esprime se stesso,
sentimenti personali e altro**

Costruzione dell'immagine

cosa deve fare il graphic designer

Nella progettazione
il graphic designer deve

saper **interpretare il linguaggio visivo**
deve aver **chiaro il messaggio che intende comunicare**
deve conoscere il proprio target
e lo **scopo di questo messaggio.**

La pagina pubblicitaria

FORMAT

La struttura e tutti gli elementi che la compongono

elementi iconici

sono costituiti da tutte le immagini

Quella principale che illustra il messaggio e che può essere una fotografia, un'illustrazione, un disegno...
Altre immagini di dimensioni ridotte come il marchio, il pack shot...

elementi testuali

di varia tipologia

Headline
Body copy
Caption (didascalia)
Pay off

La pagina pubblicitaria

ELEMENTI ICONICI

estetica

Cosa rappresenta l'immagine principale?

Con quale tecnica è stata realizzata?

Quali sono i colori dominanti?

contenuto

Quale atmosfera ispira?

Qual è la chiave comunicativa?

La pagina pubblicitaria

ELEMENTI TESTUALI

estetica

In che modo impaginerete il testo?

**Quale/i tipo di carattere/i
utilizzate? Dimensioni?**

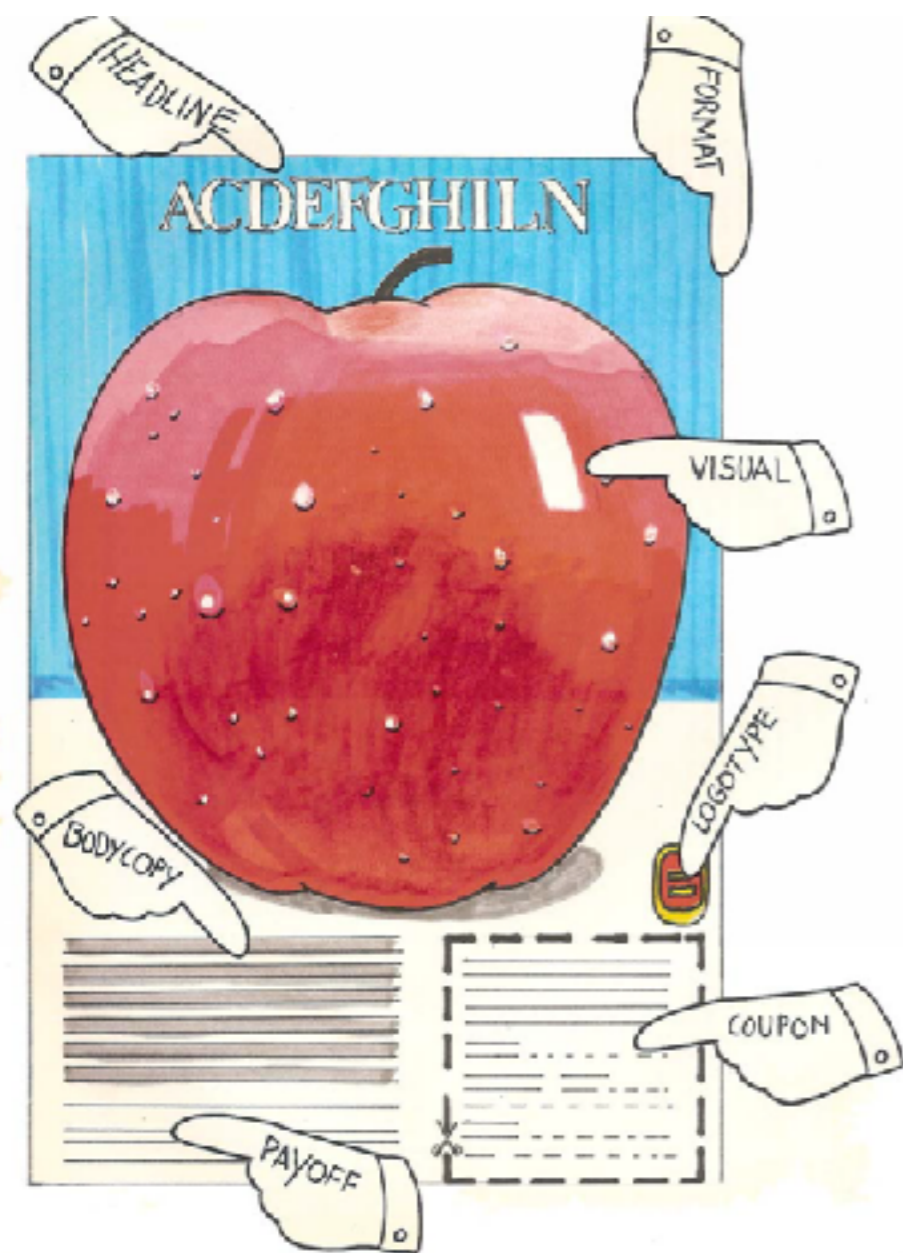
**Quale percentuale di spazio occuperà
il testo nella pagina?**

contenuto

**C'è un collegamento
tra testo e immagine?**

**La presenza del testo
è indispensabile per la comprensione
del messaggio?**

La pagina pubblicitaria



Headline: letteralmente "linea di testa", è la frase iniziale iniziale dell'annuncio pubblicitario, quella che introduce e sintetizza il messaggio.

Visual: parte figurativa dell'annuncio pubblicitario.

Bodycopy: letteralmente "corpo di testo", è il testo che completa l'headline dell'annuncio, con una parte descrittiva e informativa.

Payoff: è la frase conclusiva dell'annuncio, quella che memorizza, riassumendolo il messaggio di vendita del prodotto.

Format: letteralmente "formato", è in pratica l'impostazione finale della pagina, completa di caratteri.

Logotype: forma grafica di una parola di una sigla che rappresenta il simbolo fisso o spesso il marchio stesso di un'azienda o di un prodotto.

Coupon: il tagliando che talvolta viene inserito in un annuncio pubblicitario e che il consumatore spedisce all'azienda per chiedere spiegazioni sul prodotto, oppure per ordinarlo o per averlo in prova; ma anche buono/acquisto per ottenere dal negoziante uno sconto o un campione in omaggio.

Sub headline: è il sottotitolo, ha la funzione di completare quanto affermato nella headline.

Pack shot: è l'immagine della confezione del prodotto presentata nell'annuncio relativo al prodotto stesso.

Caption: o didascalia, è una breve descrizione che solitamente accompagna una fotografia o una illustrazione.

La pagina pubblicitaria

STRUTTURA DI UN MESSAGGIO PUBBLICITARIO PER LA CARTA STAMPATA



HEADLINE: linea di testa

VISUAL: immagine

LOGO

BODYCOPY:

spiega in dettaglio
le caratteristiche del prodotto

Hero ha ottenuto la pulpa de la mejor fruta en una refinada y dulce bebida.
Se le aganta en una de cristal permite una óptima conservación de la esencia complicada que ha hecho distinguir de
una deliciosa esencia de frutas. Así por qué, gozando un apático sano, nutritivo y natural en forma de un delicioso
hora de día. Además, está enriquecido con vitamina C.
Y si le gusta al Pulpa...

www.hero.es

La pagina pubblicitaria



Individuare target group (destinatari)

Scegliere il contenuto, argomentazione del vostro messaggio

PROMESSA:

Quale vantaggio avrà il consumatore?

REASON-WHY:

Il supporto razionale: Perché?

SUPPORTING EVIDENCE:

Supporto Retorico

Costruire il vostro messaggio:

Scegliere un testo e un'immagine-disegno

Attenzione ai significati di parole e immagini

AIDA

Attenzione Interesse Desiderio Azione

He'ò te ofrece la pulpa de la mejor fruta en una refrescante y dulce bebida. Su elegante envase de cristal permite una óptima conservación de sus propiedades que te hará disfrutar de una deliciosa esencia de frutas, ideal para gozar de un aperitivo sano, nutritivo y natural en familia a cualquier hora del día. Además, está enriquecido con vitamina C. Y si le gusta el Pulpo...

© 2007 He'ò. Todos los derechos reservados. He'ò es una marca registrada de He'ò S.A.

Principi di progettazione


principio del colore

Principio del colore

Il colore è utilizzato nel design per
attrarre l'attenzione
raggruppare elementi
vincolare un significato
migliorare la comunicazione e l'estetica

Principi di progettazione

principio del colore

[Sito accessibile](#) | [Contattaci](#) | 



- Privati
- Business
- 190 Fai da te
- Vodafone live!
- Shop
- Vodafone Italia

[Fianzi e Promozioni](#) | [Servizi](#) | [Vodafone Casa](#) | [All'Estero](#) | [Vodafone One](#)

[My Future](#) 



Login

Username

Password

[Li hai dimenticati?](#)

[Registrai](#)

[Accedi alla tua Mail](#)

Scopri le promozioni e le novità per il tuo cellulare

Scegli Ecoricarica



Per ogni ricarica da 60€ Vodafone dona 1€ al progetto My Future!

[Scopri i dettagli](#)


Mobile Internet Data Pack



Internet senza limiti sul tuo cellulare e musica GRATIS per sempre!

Attiva entro il 31 marzo

100 SLK in 100 giorni



Con Vodafone hai sempre di più. Vinci una Mercedes SLK al giorno!

Partecipa subito

Attiva il tuo piano online



Per parlare e navigare in libertà!

[Scopri l'offerta su misura per te](#)

Vodafone Business



Professionisti e Aziende

[Scopri le offerte](#)

Principi di progettazione

rapporto aureo

Il rapporto tra gli elementi di una forma, ad esempio l'altezza e l'ampiezza, che si avvicina a 1,618

il rapporto aureo è presente in natura nelle proporzioni di esseri viventi e vegetali

l'uomo predilige inconsciamente le forme che seguono questo rapporto.

Principi di progettazione

rapporto figura-sfondo

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

*i due aspetti per loro natura non trovano una fusione,
è presente uno sfondo e figure sovrastanti.*

Principi di progettazione

rapporto figura-sfondo



Principi di progettazione

diagramma di gutenber

Diagramma che descrive lo schema generale seguito dallo sguardo quando si leggono informazioni omogenee e uniformemente distribuite

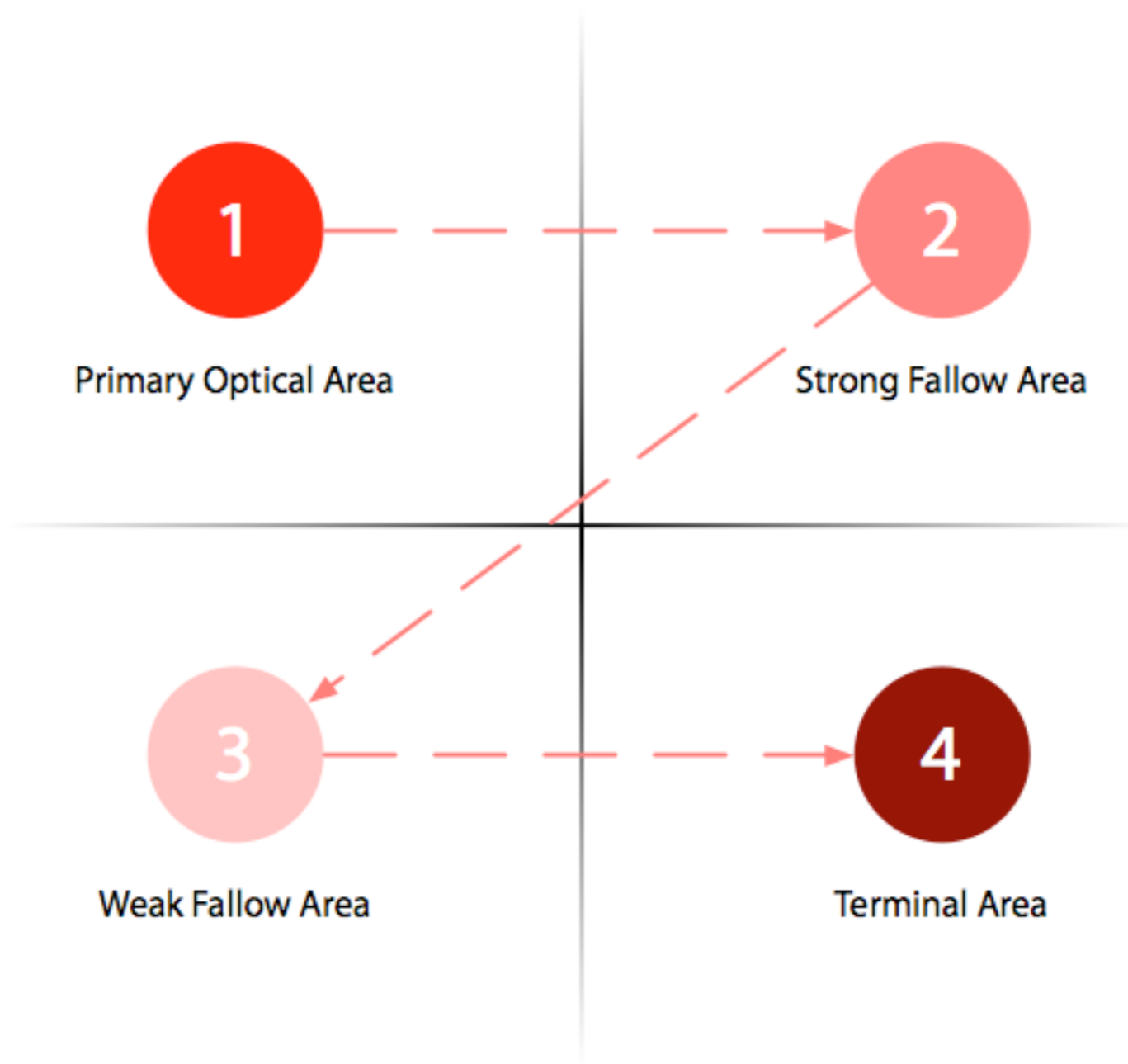
Aree che ad una prima osservazione sono immediatamente colte visivamente dall'utente

L'area ottica principale è quella in alto a sinistra della pagina (es. dove viene collocato generalmente il marchio), l'area in alto a destra è una area fortemente cieca e generalmente è quella meno ricca di informazioni, l'area ottica finale è quella in basso a destra.

L'orientamento percettivo quindi va dall'alto al basso, da sinistra a destra.

Principi di progettazione

diagramma di gutenber



Principi di progettazione

legge di hick

Il tempo necessario per prendere una decisione aumenta in proporzione al numero di alternative

E' un criterio è facilmente applicabile ad ogni situazione quotidiana, nel web una molteplicità di opzioni fa riferimento ad un ampio numero di opzioni selezionabili. Uno degli effetti di un'eccessiva "scelta" è quello di "spaesare" l'utente.

Strutturare i contenuti in un numero non eccessivo di possibilità.

Principi di progettazione

rappresentazione iconica

Uso di icone per facilitare il riconoscimento e il richiamo di segnali e controlli

Le rappresentazioni iconografiche, i simboli, hanno la capacità di suggerire quale sia la funzione a cui sono stati preposti, il loro significato può essere desumibile per la loro rassomiglianza a situazioni reali e per il concetto espresso simbolicamente.

Un aspetto positivo è che molti dei simboli utilizzati sono conosciuti da un ampio pubblico, quindi il loro utilizzo è garantito.

Principi di progettazione

rappresentazione iconica



Principi di progettazione

rappresentazione iconica



**UN
CUORE
IN
STAZIONE**

Il Rifugio Caritas fa parte del progetto
"Un cuore in stazione" ideato
Enel Cuore Onlus e Ferrovie dello Stato Italiane



**Questo è un letto
(ma ancora per poco)**

Enel Cuore Onlus, Ferrovie dello Stato Italiane,
Fondazione Cariplo e Fondazione Milan sostengono,
insieme a Caritas Ambrosiana,
la realizzazione del nuovo Rifugio Caritas
per dare un letto a chi non ce l'ha

Principi di progettazione

rappresentazione iconica



Principi di progettazione

rappresentazione iconica



assaggia la mela fino al cuore

CuordiMela
Rivenditore Autorizzato

VENDITA | ASSISTENZA | NOLEGGIO | CONSULENZA | ACCESSORI

SOLUZIONI pensate per il tuo business. SCOPRILE SU www.cuordimela.it

DEXBATE - Centralino via software, la telefonata digitale su Mac.

IGEST - Software gestionale per Mac semplice, multiterminale sia piccola e media impresa.

STORAGE - Soluzioni personalizzate per l'archivio dati.

IMPIANTI CERTIFICATI - Fibra, rfi e sintonia.

iRent 
CuordiMela con iRent offre la possibilità di noleggiare prodotti Apple hardware, software e accessori pagando un canone fisso.

White Box Digital Artwork
È la struttura che all'interno di CuordiMela si propone come supporto professionale nelle fotografie, sviluppo, stampa, stampa digitale, supporto alle stampe, fotocopie e prescrizioni.

doxgate **LACE** **IGEST**

white BOX
digital artwork

CUORDIMELA vi invita ad una nuova mostra fotografica di **WHITE BOX** - Tema: L'attesa
Orario: 25/05/2009 dalle 18 alle 22 - Via Foggiola, 9, Milano

Via Foggiola, 9 - 20146 Milano - Tel. 02 69713266 - Fax 02 69713260

Principi di progettazione

rappresentazione iconica

la scelta naturale per vivere meglio



Omnia LaBio

Principi di progettazione

rasoio di occam

In una gamma di design funzionalmente equivalenti andrebbe scelto quello più semplice

E' un criterio fondamentale per quanto riguarda la comunicabilità di informazione.

L'eliminazione di elementi non necessari non comporta una perdita di informazione ed alleggerisce la struttura generale del progetto.

Principi di progettazione

rasoio di occam



Principi di progettazione

importanza dell'immagine

Le immagini vengono ricordate maggiormente rispetto alle parole

*Le immagini presuppongono una **interpretazione** ma essenzialmente interferiscono sulla **emotività** dell'osservatore, infondono messaggi percepibili in modo sensibile.*

*Il testo presuppone invece una **interiorizzazione** ed una integrazione con altre facoltà, quali la lettura e la memoria.*

*Il processo quindi si complica e **nell'immediatezza visiva è maggiormente significativa una immagine che un testo.***

Questo non implica necessariamente una perdita dal punto di vista testuale, ma semmai un'integrazione.

Principi di progettazione

narrazione

Creazione di immagini, emozioni ed eventi ottenuta mediante l'interazione tra un narratore ed un pubblico

Il suo utilizzo nella progettazione grafica si può ricondurre a criteri di immersione, colore e importanza dell'immagine.

Storyboard.

Principi di progettazione

narrazione

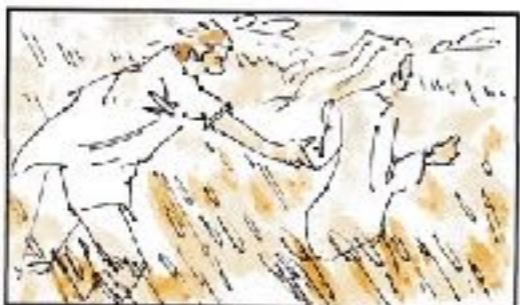
cliente	prodotto	durata	Enrico Focarelli Barone
Molino Bianco	biscotti senza zucchero "SOFFIETTI"	15'	

cliente	prodotto	durata	Enrico Focarelli Barone
Molino Bianco	biscotti senza zucchero "SOFFIETTI"	15'	

VIDEO



AUDIO
"CARRIBIAN
BLUE"
ENYA
(TUTTI I FRAME)



VIDEO



AUDIO
"CARRIBIAN
BLUE"
ENYA
(TUTTI I FRAME)

