



Corso di Laurea in Comunicazione - Anno Accademico 2023/2024

Marco Toffanin

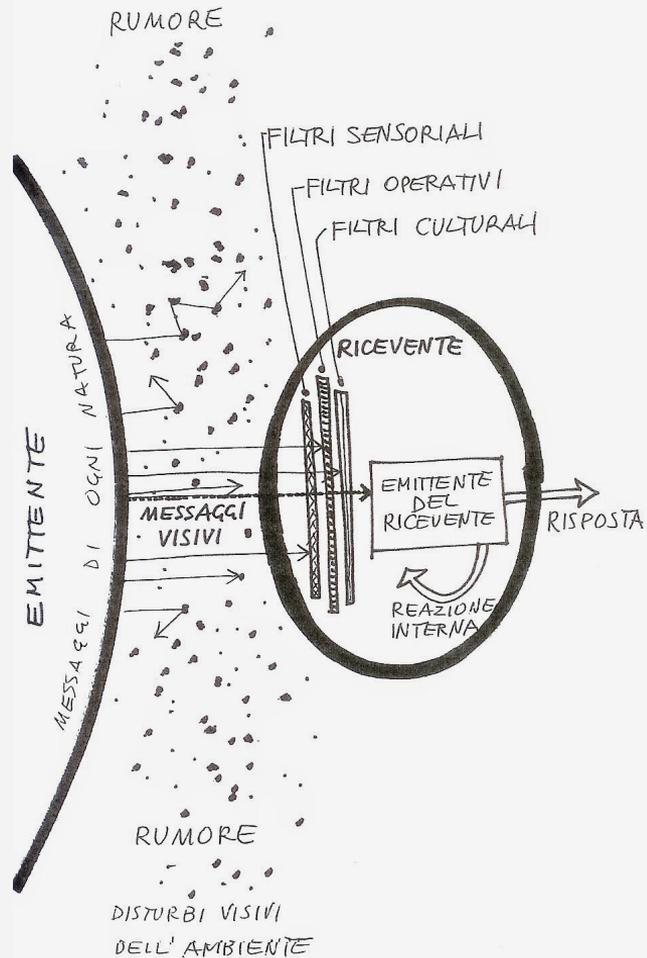
---

---

*Ognuno vede ciò che sa*

**Bruno Munari**

---



Bruno Munari, Design e comunicazione visiva

La comunicazione visiva avviene per mezzo di MESSAGGI VISIVI. Si presume quindi che un emittente emetta messaggi e un ricevente li riceva. Egli immerso in un ambiente pieno di disturbi che possono alterare o addirittura annullare alcuni messaggi. Per esempio, un segnale rosso in un ambiente nel quale predomini una luce rossa verrà quasi annullato; oppure un manifesto stradale a colori banali, affisso assieme ad altri manifesti altrettanto banali si mescolerà con loro annullandosi nell'uniformità. L'indiano che trasmette con nuvole di fumo può essere disturbato da un temporale.

Supponiamo quindi che il messaggio visivo sia progettato bene: esso arriverà al ricevente ma qui incontrerà altri ostacoli. Ogni ricevente, e ognuno in modo diverso, è dotato di una serie di filtri attraverso i quali il messaggio dovrà passare per poter essere ricevuto. Uno di questi di carattere SENSORIALE, es. un daltonico non vede certi colori e quindi i messaggi basati esclusivamente sul linguaggio cromatico vengono alterati o addirittura annullati. Un altro filtro lo potremmo definire OPERATIVO, dipendente dalle caratteristiche psico-fisiologiche del ricevente. Esempio: è chiaro che un bambino di tre anni un certo messaggio in modo molto diverso da un individuo maturo. Un terzo filtro si definisce CULTURALE, e passare solo quei messaggi che il ricevente riconosce, quelli che fanno parte del suo universo culturale. Questi tre filtri non sono rigorosamente distinti e non si susseguono nell'ordine dato ma ci possono essere inversioni o contaminazioni reciproche.

Supponiamo che il messaggio passi la zona del disturbo e dei filtri: arriva alla zona interna del ricevente che chiamiamo zona emittente del ricevente che emettere due tipi di risposta, una interna e una esterna. Se il messaggio dice "qui c'è un bar" la risposta esterna manda l'individuo a bere, quella interna dice "non ho sete".

Bruno Munari, Design e comunicazione visiva

---

**QUIKSILVER** 



---

**QUIKSILVER** 



La grande onda di Kanagawa è una xilografia in stile ukiyo-e del pittore giapponese Hokusai pubblicata la prima volta tra il 1830 e il 1831. È la prima e più celebre opera della serie intitolata Trentasei vedute del Monte Fuji, oltre a essere la più famosa nel suo genere e una delle immagini più conosciute al mondo.

---



Unilever





Campagna Ikea, Siamo fatti per cambiare,  
Natale 2017

---

---

## LAYOUT - SINTASSI VISIVA



# LAYOUT

---

Possiamo tradurre layout con disposizione o struttura e si riferisce al modo in cui gli elementi sono collegati nello spazio.



# LAYOUT

---

Quando guardiamo qualcosa non possiamo non interpretare. La capacità di attribuire significati è frutto di predisposizioni biologiche e consuetudini radicate.



# LAYOUT

Ci sono alcuni modi e assunti che mettiamo in atto di fronte alla predisposizione di figure che sono un miscuglio di **predisposizioni cerebrali** e **convenzioni culturali**.



## LAYOUT - SINTASSI VISIVA

---

- In Occidente tendiamo a leggere l'immagine dall'alto verso il basso e da sinistra verso destra.



# LAYOUT - SINTASSI VISIVA

---

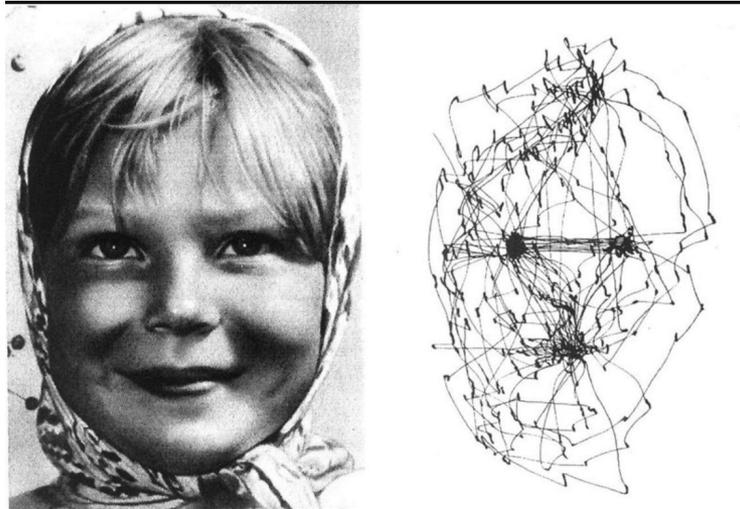
- La principale differenza con la scrittura lineare consiste nel fatto che l'occhio non legge ma esplora.



## LAYOUT - SINTASSI VISIVA

---

- Gli studi sui movimenti oculari hanno evidenziato che l'occhio si muove ripetutamente sulla scena, insistendo su alcuni punti che giudica più rilevanti.



## LAYOUT - SINTASSI VISIVA

---

- I percorsi esplorativi cambiano a seconda della cultura dell'osservatore e dell'esperienza dello stesso. Persone con cultura o sviluppo psicofisico diverso possono vedere in una stessa immagine cose diverse.





# LAYOUT - SINTASSI VISIVA



- Il layout non si sviluppa solo nello spazio ma anche nel tempo, ciò che accade a sinistra avviene prima di ciò che succede a destra.



# LAYOUT - SINTASSI VISIVA



---

**amazon.com**<sup>®</sup>

The Amazon logo, a curved orange arrow pointing from left to right, is positioned below the text "amazon.com".

---

## LAYOUT - SIMMETRIA

---

- L'uomo è simmetrico e questa qualità comunica salute e robustezza.
- Il cervello, di fronte alle figure, non può che trattarle come cose vere. Attribuisce alle figure la concretezza delle esperienze fatte anche se si tratta solo di macchie su un supporto in due dimensioni.

Credit Planet, Network di Mediazione Creditizia in Franchising, ti offre un'opportunità unica!

Credit Planet propone a partner dinamici ed intraprendenti un progetto imprenditoriale innovativo in un mercato in espansione.



**Credit Planet offre:**

- una consolidata esperienza
- convenzioni con primari istituti di credito
- vasta gamma di prodotti alle migliori condizioni
- assistenza in fase di apertura
- supporto continuativo post-apertura
- iniziative di marketing per sviluppare il tuo business

Se vuoi aprire il tuo Centro Credit Planet, [contattaci subito](#) ([clicca qui](#))

Credit Planet - Il tuo Network di Mediazione Creditizia Cafid S.r.l.

Viale Lunigiana 35-37 - 20125 Milano  
Tel. 02 67.62.62.00 - Fax 02 67.62.56.25  
[info@creditplanet.it](mailto:info@creditplanet.it) - [www.creditplanet.it](http://www.creditplanet.it)




## CHRIS HARRISON

GRAPHIC DESIGNER

## CALL ME

+1 (718) 123-4567

### PERSONAL

**Name** Chris Harrison  
**Birthday** 31st May 1984 (30)  
**Relationship** Single  
**Nationality** British  
**Born** Brighton, UK  
**Languages** English, German

### CONTACT

**Mobile** +1 (718) 123-4567  
**Home** +1 (718) 123-4567  
**Email** [ch@domain.com](mailto:ch@domain.com)  
**Skype** username  
**Address** Apartment 1a  
 175 Fifth Avenue  
 Greenwich Village  
 New York, NY 12345

### WORK

**Experience** 10+ years  
**Currently** Lead UI Designer

### EDUCATION

**Masters** MA Graphics  
**Degree** BA(Hons) Graphics

### SOFTWARE

Adobe Illustrator (C56)   
 Adobe Photoshop (C56)   
 Adobe InDesign (C56)   
 HTML (5)   
 CSS (3) 

### TIMELINE

- 2014** • **Lead UI Designer**  
Big Design Company  
New York, NY, USA
- 2012** • **UI Designer**  
Design Company  
Brooklyn, NY, USA
- 2008** • **Mobile App Designer**  
Brand New  
Paris, France
- 2005** • **Graphic Designer**  
The Design Unit  
London, United Kingdom
- 2003** • **MA Graphics**  
Royal College of ART  
London, UK
- 2000** • **BA(Hons) Graphics**  
Central Saint Martins  
London, UK
- 1999** • **Art Foundation**  
Nottingham University  
Nottingham, UK

### ABOUT ME

Offici non consequis nosa nus, odis ut ius vendit untis volestrum, exercepe rera nonsequia id et, te prorer cumquaque ventis voluptatim pore volo volloro blam aut que doluptatquiss volroritatis fugiam, unt la adit eosundit aptione que et volupta recepit, sam ut lamt aliquo seque dis volo sam, officiasseidi doluptas molupta. Etam porta sem maleduada magna mollis euismod.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean lacinia bibendum nulla sed consectetur. Etiam porta sem maleduada magna mollis euismod. Qui ut omnis ente pero dolorita cum ium, tem que mo enescia nonsequit ut offic tem explant auda con et exceatuae nobitat empot, officur asperspic torum incaptis qui quis volupta dolupti nisqui totat.

### REFERENCES

**David Wisemann**  
**Design Director at Big Company**  
 8th Avenue, Brooklyn, NY 12345  
 T +1 (718) 123-4567  
 E [david.wiseman@domain.com](mailto:david.wiseman@domain.com)

**Jean Marcel**  
**Studio Manager at Brand New**  
 Champs Elysées, Paris 75000  
 T +33 (0) 1 23 34 56 00  
 E [jean.marcel@domain.com](mailto:jean.marcel@domain.com)



### ONLINE PROFILE

 **Twitter**  
[www.twitter.com/username](http://www.twitter.com/username)

 **Facebook**  
[www.facebook.com/username](http://www.facebook.com/username)

 **Google+**  
[www.plus.google.com/username](http://www.plus.google.com/username)

 **Dribbble**  
[www.dribbble.com/username](http://www.dribbble.com/username)

 **Behance**  
[www.behance.com/username](http://www.behance.com/username)

 **LinkedIn**  
[www.linkedin.com/username](http://www.linkedin.com/username)

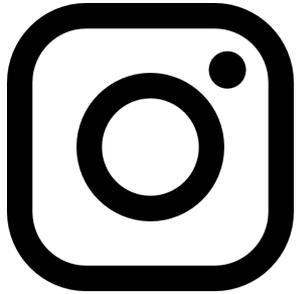
## LAYOUT - RELAZIONE TRA GLI ELEMENTI

---

- Elementi vicini o allineati vengono percepiti in relazione tra di loro.



**3 MODULI**



# LAYOUT - VERTICALE ORIZZONTALE

---

- Studi recenti hanno evidenziato che, tra tutti gli orientamenti possibili, per il cervello sarebbero più facili da individuare la verticalità e l'orizzontalità.
- Un dato importante è la percezione della forza di gravità
- L'orizzonte stabilisce un rapporto tra le cose, la verticalità stabilisce gerarchie.

Terra

Orizzonte

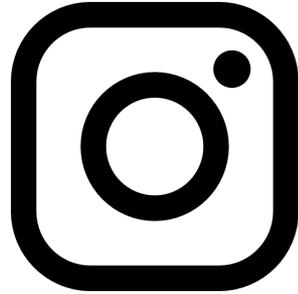
Cielo

---

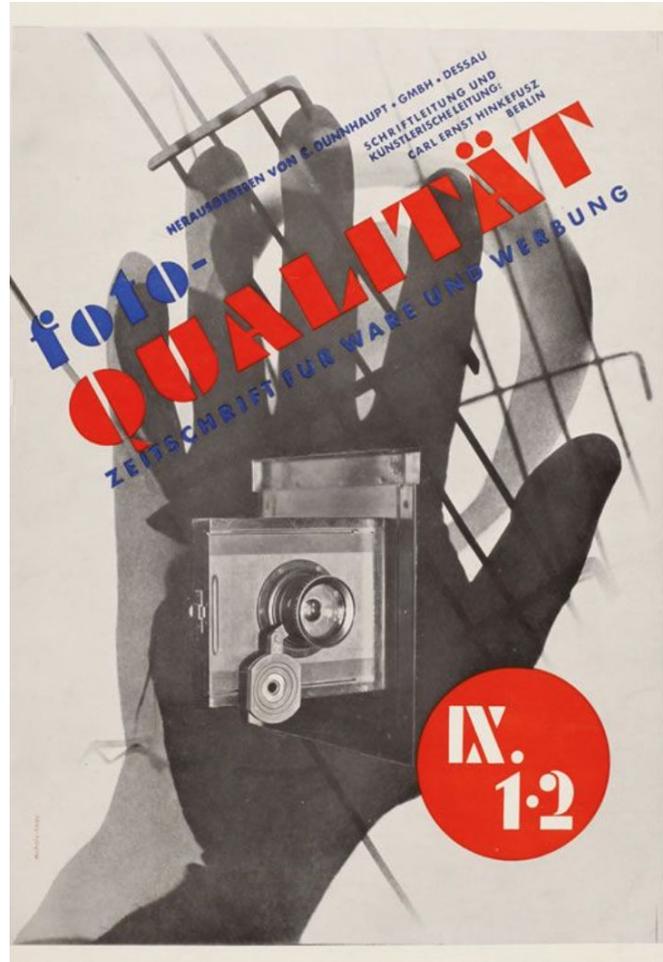
3

**MODULI**

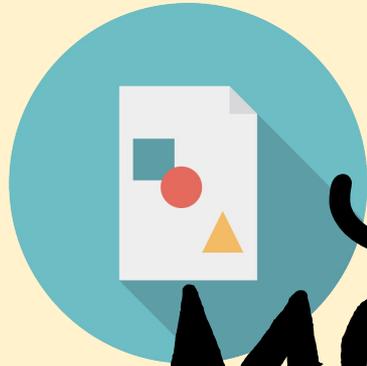
---



# TIPOFOTO



Laszlo Moholy Nagy



3



**MODULI**



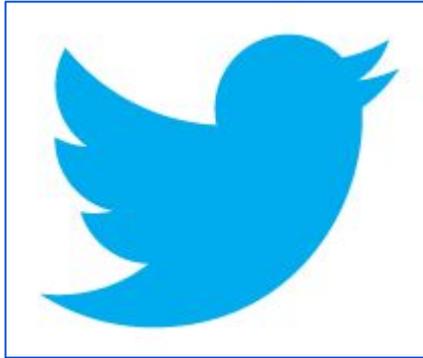
---

## SPAZIO DI LAVORO - CORNICE

---

Quando progettiamo un'immagine dobbiamo conoscere la dimensione dello spazio di lavoro.

La dimensione di un'immagine misura la quantità di pixel in altezza e larghezza.



209x175 px

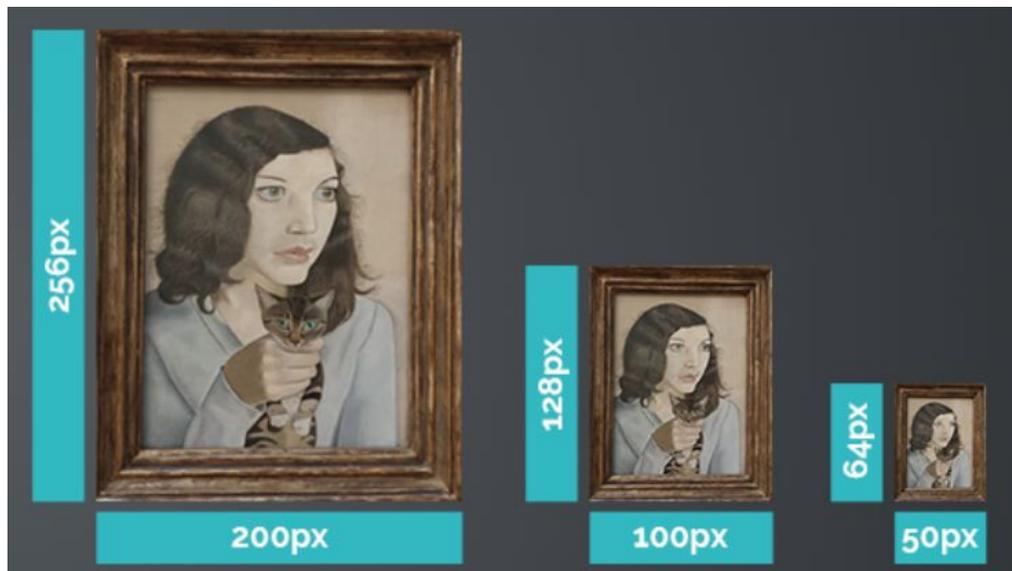


300x225 px

---

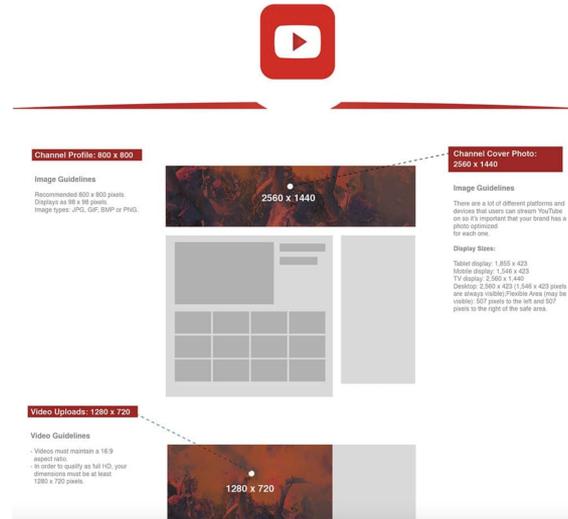
# DIMENSIONE DI UN'IMMAGINE

---



# DIMENSIONE DI UN'IMMAGINE

 <b>SOCIAL MEDIA IMAGE SIZE GUIDE</b>		
Network	Image Type	Size (pixels)
	Cover Photo	851 x 315
	Profile Photo	300 x 300
	Posted Image	700 x 700
	Posted Link or Ad	1200 x 627
	Profile Photo	110 x 110
	Posted Photo	1080 x 1080
	Ad Photo	1080 x 1080
	Profile Photo	165 x 165
	Posted Pin	735 x infinite
	Board Display	220 x 150
	Header Photo	1500 x 500
	Profile Photo	400 x 400
	In-Stream Photo	440 x 220
	Twitter Card	800 x 320
	Cover Photo	2560 x 1440
	Profile Photo	800 x 800
	Video Upload	1280 x 720
	Cover Photo	646 x 220
	Profile Photo	400 x 400
	Brand Logo	100 x 60
	Posted Photo	800 x 800



<https://makeawebsitehub.com/social-media-image-sizes-cheat-sheet/>

# RISOLUZIONE DI UN'IMMAGINE

---



# RISOLUZIONE DI UN'IMMAGINE

---



# RISOLUZIONE DI UN'IMMAGINE

---

La risoluzione di un'immagine misura la quantità di pixel per pollice (ppi). Per quanto riguarda la stampa, la risoluzione si misura in dpi (dot per inch) perchè ci si riferisce ai punti che una stampante riesce a imprimere su carta.

**72 PPI**

1 200 X 750 PIXELS  
4 X 2,5 POUCES



**VS**

**300 PPI**

1 200 X 750 PIXELS  
4 X 2,5 POUCES



uni  d

---

# 16:9 vs. 9:16

---



Vs

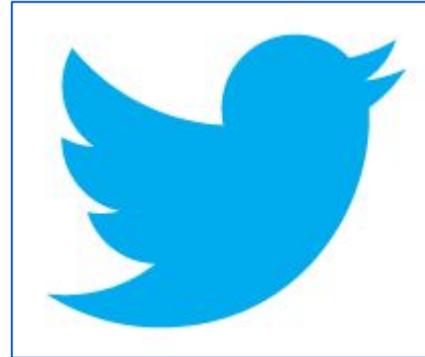


## PESO DI UN'IMMAGINE

---

Il peso di un'immagine è dato approssimativamente è dato dal numero di pixel in altezza moltiplicato per il numero di pixel in larghezza per il numero di bit della la profondità del colore. Il peso si esprime in kilobyte, megabyte o gigabyte.

$$209 \times 175 \times 24 = 877 \text{ kb}$$



# PESO DI UN'IMMAGINE

---

Il peso di un'immagine è dato approssimativamente è dato dal numero di pixel in altezza moltiplicato per il numero di pixel in larghezza per il numero di bit della la profondità del colore. Il peso si esprime in kilobyte, megabyte o gigabyte, terabyte, petabyte fino ad arrivare al brontobyte.

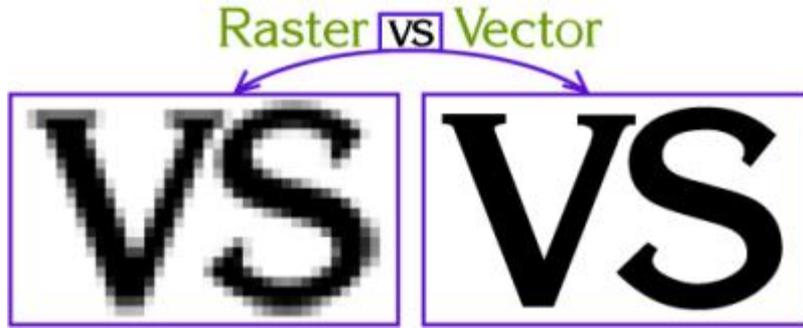
## Units of Computer Memory Measurements

1 Bit	= Binary Digit
8 Bits	= 1 Byte
1024 Bytes	= 1 KB [Kilo Byte]
1024 KB	= 1 MB [Mega Byte]
1024 MB	= 1 GB [Giga Byte]
1024 GB	= 1 TB [Terra Byte]
1024 TB	= 1 PB [Peta Byte]
1024 PB	= 1 EB [Exa Byte]
1024 EB	= 1 ZB [Zetta Byte]
1024 ZB	= 1 YB [Yotta Byte]
1024 YB	= 1 Bronto Byte
1024 Brontobyte	= 1 Geop Byte

# GRAFICA RASTER VS. GRAFICA VETTORIALE

---

La grafica raster è costituita da una griglia di pixel, la grafica vettoriale viene memorizzata nel computer con formule matematiche. Queste ultime, man mano che si modifica l'immagine si aggiornano. Se si sceglie di ingrandire un'immagine in grafica raster, questa perderà risoluzione, se invece lo si fa in grafica vettoriale, la stessa immagine non perderà risoluzione.



# SPAZIO COLORE

---

Ogni pixel è definito da un determinato numero di bit che ne indica il colore.

A seconda dello spazio colore utilizzato varia la rappresentazione dell'immagine.

Il più diffuso sul web è l'RGB (Red, Green, Blue).

Nel modello RGB ogni pixel è rappresentato utilizzando 24 bit: 8 per il rosso, 8 per il verde e 8 per il blu, ogni colore ha quindi 256 sfumature diverse.

Per la stampa lo spazio da preferire è il CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, K).

---

# SPAZIO COLORE

---

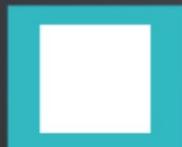
Le profondità di colore maggiormente usate sono:

- 1 bit: il pixel può essere solo bianco o nero (0=bianco, 1=nero)
  - 8 bit: il pixel può essere rappresentato da 256 combinazioni diverse o da 256 sfumature di grigio
  - 16 bit: 65536 colori (approssimato a 64.000 colori)
  - 18 bit: 262144 colori (approssimato a 256.000 colori)
  - 24 bit: 16,7 milioni di colori (RGB)
  - 32 bit: 4,3 miliardi di colori. Un esempio è il modello RGBA che ai tre canali aggiunge il canale ALPHA per gestire le trasparenze.
-

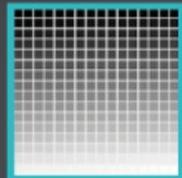
BITMAP  
2



disegni al  
tratto grafico  
BN



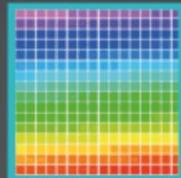
SCALA DI  
GRIGI  
256



disegni  
sfumati  
immagini BN



SCALA DI  
COLORI  
256



disegni  
colore  
grafici colore



RGB  
MIGLIAIA  
MILIONI



immagini  
colore



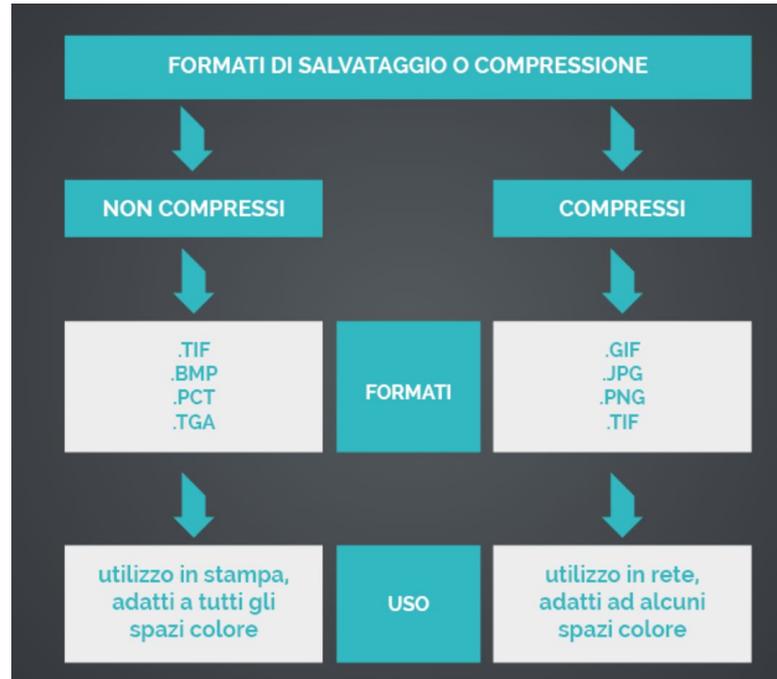
CMYK  
MILIONI



stampa  
colore  
tipografica



# PRINCIPALI FORMATI DI UN'IMMAGINE



# PRINCIPALI FORMATI DI UN'IMMAGINE

---

## JPEG

- Ottimo per le fotografie
- Non supporta la trasparenza
- Non è adatto alle immagini con solo testo

## GIF

- Non è adatto per le fotografie
- Consente l'utilizzo al massimo di 256 colori
- Supporta la trasparenza
- Supporta le animazioni
- Adatto per immagini di illustrazioni contenenti testo



# PRINCIPALI FORMATI DI UN'IMMAGINE

---

## PNG

- Ottimo per il web
  - Supporta la trasparenza
  - .png-8 supporta al massimo 256 colori
  - .png-24 supporta milioni di colori
-