

pixartprinting

Indice

| i. Definizione di Grapine desig | 1. | Definizion | e di | Graphic | desig |
|---------------------------------|----|------------|------|----------------|-------|
|---------------------------------|----|------------|------|----------------|-------|

2. Brevissima storia del Graphic Design moderno

3. Gli ultimi trend

4.1 Una disciplina, tanti approcci

- Breve catalogo di stili

GRAFICA RAZIONALE

MINIMALISTA

MINIMALISMO FOTOGRAFICO

MINIMALISMO SIMBOLICO

TIPOGRAFIA (VINTAGE E FOLCLORISTICA)

4.2. Grafica decorativa

ORGANICO

TROPICALISMO (O FLORALISMO)

4.3. Fatto a mano

ILLUSTRATA (ILLUSTRATIVE DESIGN)

HAND LETTERING

OGGETTI READY-MADE

GRAFICA 3D

GRAFICA 3D ARTIGIANALE

4.4. Grafica ibrida

5. Conclusioni

6. Consigli tecnici

7. Bibliografia minima

8. Linkografia aggiuntiva

L'autore

1. Definizione di Graphic design

Per graphic design si intende quella disciplina che si occupa di progettare grafica, ovvero di organizzare informazioni e creare immagini per la comunicazione visiva, dovunque essa debba essere utilizzata.

Il termine grafica deriva dal greco *grafèin* che significava sia scrivere che disegnare, dunque la grafica è una disciplina che si occupa di **organizzare in modo coerente parole e immagini**, il cui scopo principale è quello di **informare**. Il termine "graphic design" nasce nel 1922 da una intuizione di William Addison Dwiggins, un grafico appunto, americano di grande successo all'epoca.

La definizione iniziale, che poi si mantiene fino ai giorni odierni, confina il grafico alle operazioni di progettazione e preparazione preliminari alla messa in stampa di prodotti pubblicitari, informativi, editoriali. Spesso si tende a confondere il graphic designer con il visual designer, cioè colui che progetta comunicazione visiva (utilizzando la grafica, come altri strumenti tipo l'illustrazione, la data visualization, l'arte visiva, animazione, video making, etc.) superando l'ambito legato alla sola stampa tipografica.



↑ William Addison Dwiggings

2. Brevissima storia del Graphic Design moderno

Il graphic design moderno nasce, più o meno, agli inizi del Novecento, quando le tecniche di stampa e prestampa permettono sempre più alle tipografie di sperimentare.

La comunicazione pubblicitaria in realtà già dall'Ottocento aveva preso piede per aiutare a commercializzare i tanti nuovi prodotti che uscivano dalle prime fabbriche o che arrivavano da luoghi esotici come Africa, America Latina o Estremo Oriente grazie alle conquiste coloniali: tè, spezie, legnami pregiati, oggetti, tessuti.

Nei primi anni del Novecento l'Europa è attraversata da un grande fermento culturale innovativo e spesso rivoluzionario: le prima avanguardie artistiche come il **Dada** e il **Futurismo**

guardano alla parola scritta e stampata come campo per la sperimentazione artistica e osano rompere le regole di una tipografia molto meccanica e incapace di produrre suggestioni visive. I testi sono sempre in linea e l'unico modo di vivacizzare i layout è quello di cambiare carattere tipografico e le sue dimensioni, trovando anche soluzioni originali ma pur sempre rigide e ingabbiate nelle esigenze dei caratteri mobili. Intorno ai primi anni dieci del Novecento, artisti come Marinetti in Italia, El Lisitsky in Russia e poi i Dadaisti a Zurigo sperimentano nuovi modi di scrivere le parole, nuovi modi per organizzarle. Stravolgono l'oggetto libro, l'impaginazione, introducono l'uso di forme geometriche, di nuove tensioni dinamiche nel modo in cui costruiscono quella che può iniziare a chiamarsi davvero la grafica della pagina.



↑ Copertina Zang Tumb Tuuum, F.T.Marinetti (Italia), 1914



↑ Copertina *Merz*, El Lissitzkye Kurt Schwitters, (Germania), 1924

Si può dire che in quel periodo di **100 anni fa, si passa** dalla tipografia alla grafica moderna. Il computer impiegherà almeno 80 anni prima di poter essere usato massivamente da una nuova generazione di grafici e progettisti che, grazie alle possibilità offerte dai software e dai processi di stampa e prestampa digitalizzati, metterà in atto una rivoluzione nel modo di organizzare parole e immagini.

Ancora oggi ci troviamo dentro a questa rivoluzione e ancora non abbiamo sfruttato appieno tutte le possibilità offerte dal digitale, rimanendo comunque legati a processi di stampa sviluppatisi e consolidatisi in 500 anni. Questo ebook vuole esplorare i trend della grafica mondiale emersi negli ultimi 30 anni in varie parti del mondo, sperando possano ispirare tutti i lettori, siano essi grafici, studenti, progettisti, semplici appassionati o curiosi.

3. Gli ultimi trend

Negli anni Duemila la grafica ha sposato sempre di più il digitale.

Si è visto crescere un nuovo modo di fare grafica, in cui la progettazione dei font sfrutta le nuove possibilità offerte dal disegno digitale e l'illustrazione, grazie a programmi come Photoshop, Illustrator e Painter, diviene parte integrante del progetto e non è più soltanto prerogativa di artisti e illustratori. Griglie e layout esplodono grazie alle mille e più possibilità di sperimentare velocemente offerte da software e tecniche di stampa sempre più evolute. Le finiture e le confezioni sono sempre più varie e seguono di pari passo gli sviluppi progressivi dell'innovazione dei processi produttivi e l'utilizzo di nuovi materiali, nuove tecniche, nuovi macchinari. Nonostante questa carica innovativa dirompente, probabilmente siamo ancora legati a un modo di progettare la grafica legato a secoli di storia. Il futuro probabilmente è ancora da scrivere, ma le avanguardie, gli sperimentatori e gli innovatori sono già in viaggio per esplorare le nuove possibilità offerte dal moderno mondo digitale.

4.1 Una disciplina, tanti approcci - Breve catalogo di stili

È difficile catalogare con precisione gli stili dei graphic designer. Chi progetta grafica spesso la produce senza porsi il problema di catalogarla. Quindi queste definizioni sono da considerarsi, per forza di cose, parziali e non completamente esaustive. Servono però per orientarsi e capire il tipo di approccio di ogni progettista.

Pertanto troverete in ogni sezione delle sottosezioni che illustreranno variazioni di uno stesso approccio o stile, in modo da dare anche solo un'idea di quanto il graphic design possa essere vario e diverso, pur riuscendo a mantenere intatte i propri obiettivi di comunicazione.

Negli ultimi anni si nota un aumento esponenziale di bravi e preparati graphic designer e quindi un aumento esponenziale di grafica ben progettata, innovativa, bella.

Al tempo stesso, sembra mantenersi costante la quantità di grafica mal progettata, confusionaria, approssimativa, fieramente kitsch e mediocre, una sorta di comunicazione visiva popolare che sembra, grazie al digitale, poter raggiungere ulteriori traguardi di bruttezza.

Ciò che la tipografia non permetteva, costringendo il **cattivo gusto** a non avere troppi spazi per esprimersi, adesso il digitale lo permette e con facilità.

In qualche modo nell'ebook si parlerà anche a questo tipo di grafica, perché non si senta esclusa da un discorso troppo teorico, alto, di nicchia e che anzi possa trovare strumenti, ispirazioni e motivazioni per migliorare, anche solo di un poco, il livello della propria produzione.

Troverete per ogni sezione una sintetica descrizione di ogni trend grafico, delle immagini esemplificative, alcuni consigli e descrizioni tecniche del tipo di grafica mostrata.

La scelta degli stili è basata sull'osservazione, soprattutto attraverso il web, dei modi di fare grafica che a livello internazionale sono stati più utilizzati. I nomi con cui sono definiti sono assolutamente soggettivi e servono soltanto a fare capire meglio ogni trend individuato.

Buon viaggio!

GRAFICA RAZIONALE

Il primo tipo di grafica che affronteremo è quello che definiamo razionale: il font è l'elemento principale (assolutamente font a bastoni, senza grazie), fa utilizzo di linee e forme geometriche, utilizza pochi colori, rispetta griglie e gabbie ben definite, non ama le decorazioni, tende al minimalismo.

Si può dire che sia un tipo di approccio che non muore mai, è un classico, anzi spesso il graphic design viene identificato proprio con quest'unico approccio. Vediamo quali sono i diversi esiti riscontrabili in questo tipo di grafica.

MINIMALISTA

Per qualcuno è la grafica per eccellenza, quella il cui unico comandamento è "Less is more" e si basa principalmente sull'utilizzo del **font Helvetica**, ama abbinare **pochi colori** e al massimo utilizza immagini fotografiche al posto di **fondi monocromi** e preferibilmente bianchi.

Lo si può considerare il più antico genere della grafica moderna, quella nata ai primi del Novecento: è figlia diretta di El Lisitsky e del Costruttivismo Russo, degli insegnamenti del Bauhaus e di De Stjil, della grafica repressiva e senza fantasia dei regimi novecenteschi, dell'austerità della scuola grafica svizzera. È spesso concepita insieme al progetto architettonico, si lega volentieri al design industriale e ultimamente ha assunto anche una valenza di eleganza.

"Semplicità significa sottrarre l'ovvio e aggiungere il significativo" afferma il designer John Maeda nel suo libro "Le leggi della semplicità", vero prontuario moderno per chi vuole capire la filosofia del minimalismo, ispirata dallo Zen giapponese e da un bisogno di quiete.

Uno dei padri di questo approccio, chiamato Modernista, è stato Massimo Vignelli, che rimarrà per sempre nella storia del design per il disegno della mappa della Metropolitana di New York o per aver progettato, tra gli altri, il logo dell'American Airlines e l'immagine coordinata per Knoll, rigorosamente con il suo font preferito, l'Helvetica.

Nel "Canone Vignelli", ebook di consigli per grafici che pubblica gratuitamente e rintracciabile facilmente sul web, afferma che il design è uno solo, non esistono tanti tipi di design perché il design è un processo creativo coerente con degli obiettivi ben precisi.

È un tipo di approccio al graphic design che sembra facile da capire e da utilizzare, eppure ci vuole maestria, gusto e creatività per riuscire a **togliere il superfluo e mantenere equilibrio, rigore e bellezza.**



← Progetto *Ikea Annual Report*, Kylie Leuthold (USA), 2014

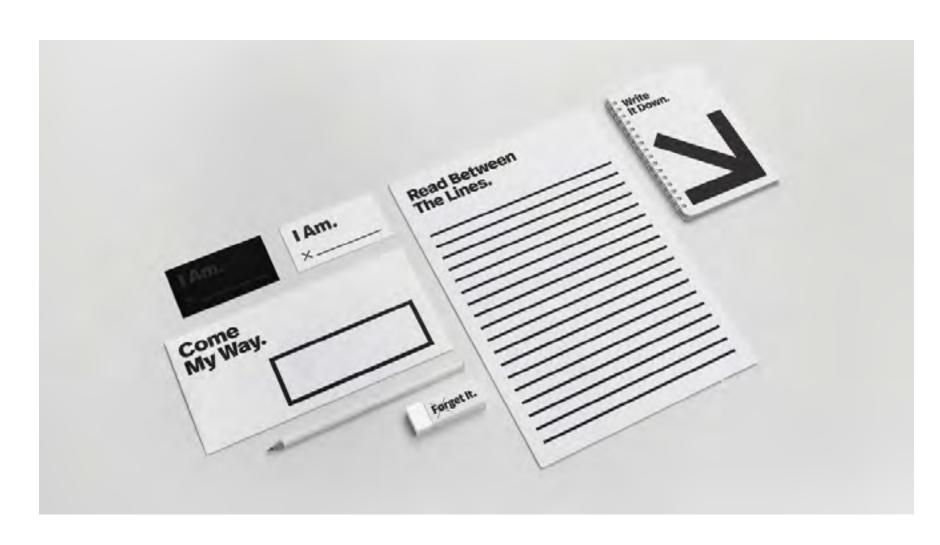
VEDI IL PROGETTO >



↑ Poster per Knoll, Massimo Vignelli (Italia/USA), 1967

«Ci sono troppe persone senza nessuna preparazione che si occupano di graphic design. E siccome hanno un computer, non c'è limite alle cose che possono creare: newsletter, segnaletica e così via. È inquinamento! Non hanno la minima idea della dignità della professione. Se fossero case farmaceutiche saremno tutti avvelenati. Ma siamo avvelenati comunque, visivamente»

— Massimo Vignelli







↑↑ Immagine coordinata *Lester&Lucy*, Segura Inc., (USA), 2010 ca.

VEDI IL PROGETTO >

↑ Packaging per *Helen Hausman*, Sergi Ferrando (Spagna), 2018

VEDI IL PROGETTO >



↑↑ Catalogo della mostra *Futureproof*, Frank Chimero (USA), 2017

VEDI IL PROGETTO >

↑ Immagine coordinata e logo per *Dante 6*, Buro (Olanda), 2016 ca.

CONSIGLI

- Giocare con la composizione;
- usare al massimo due font di cui il principale Sans Serif;
- usare layout semplici.

Questo tipo di grafica può essere gestita facilmente con **Adobe Indesign** o **Illustrator**, con **CorelDraw** o con programmi di grafica OpenSource come **Inkscape**.

Preferite i font dal disegno uniforme che funzionino bene in grande (ci sono dei font che hanno rastremazioni e "irregolarità" nelle forme per facilitarne la lettura in certe situazioni o dimensioni). Meglio preferire font famosi e ben collaudati come Helvetica, Futura, Univers se si preferiscono i sans-serif (bastoni o senza grazie) oppure Garamond, Sabon, Goudy se si preferiscono i serif (con grazie).

Può comunque essere stimolante cercare font ulteriori e di progettazione più recente per caratterizzare meglio il progetto: le possibilità sono tantissime, i font innumerevoli.

MINIMALISMO FOTOGRAFICO

All'interno di questa corrente di grafica minimale, negli ultimi anni si è sviluppata sempre più una grafica attenta all'interazione con la fotografia. Proprio per questo è amata dalle grandi aziende del lusso, dell'arredamento di interni e da alcuni marchi di moda, cosmetica e profumi. Il carattere tipografico si adatta agli spazi e allo stile dell'immagine fotografica, in combinazioni semplici e che trovano ovviamente la loro forza nella bellezza della fotografia.

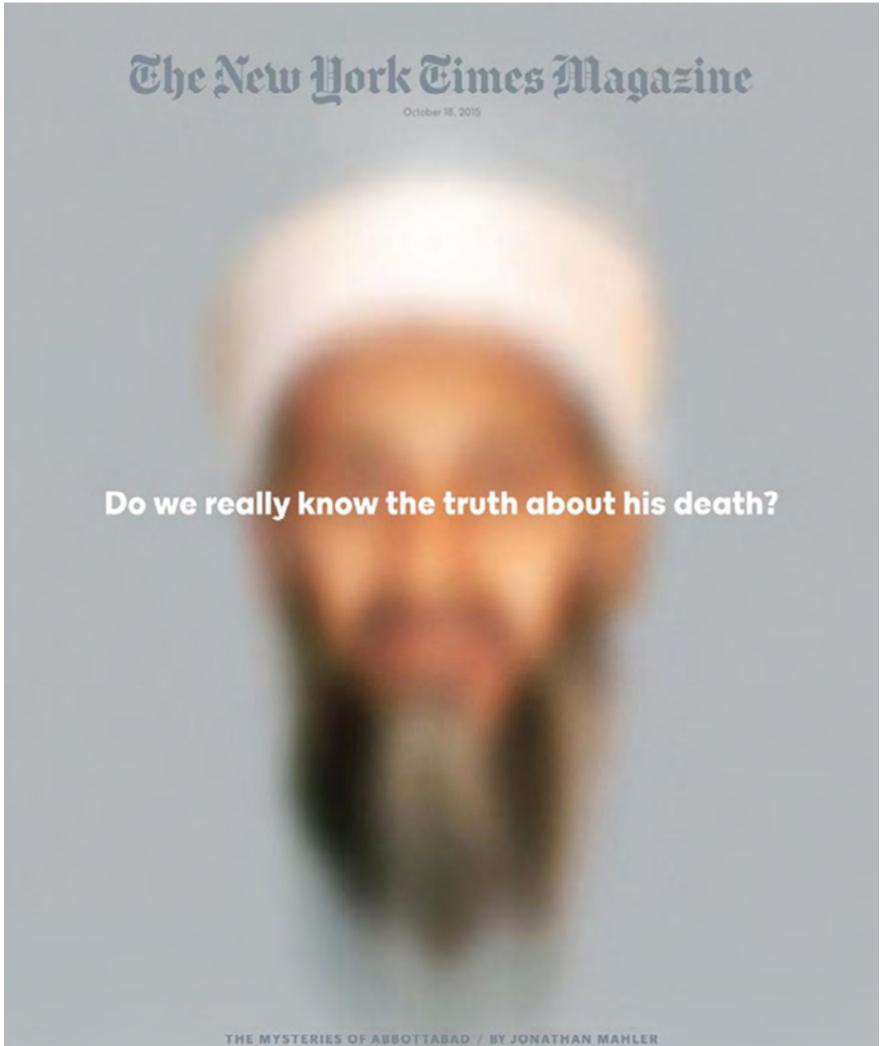
Spesso vengono preferiti font eleganti, in colori come **bianco**, **oro e nero**, in modo da essere perfettamente **leggibili sulle foto**.

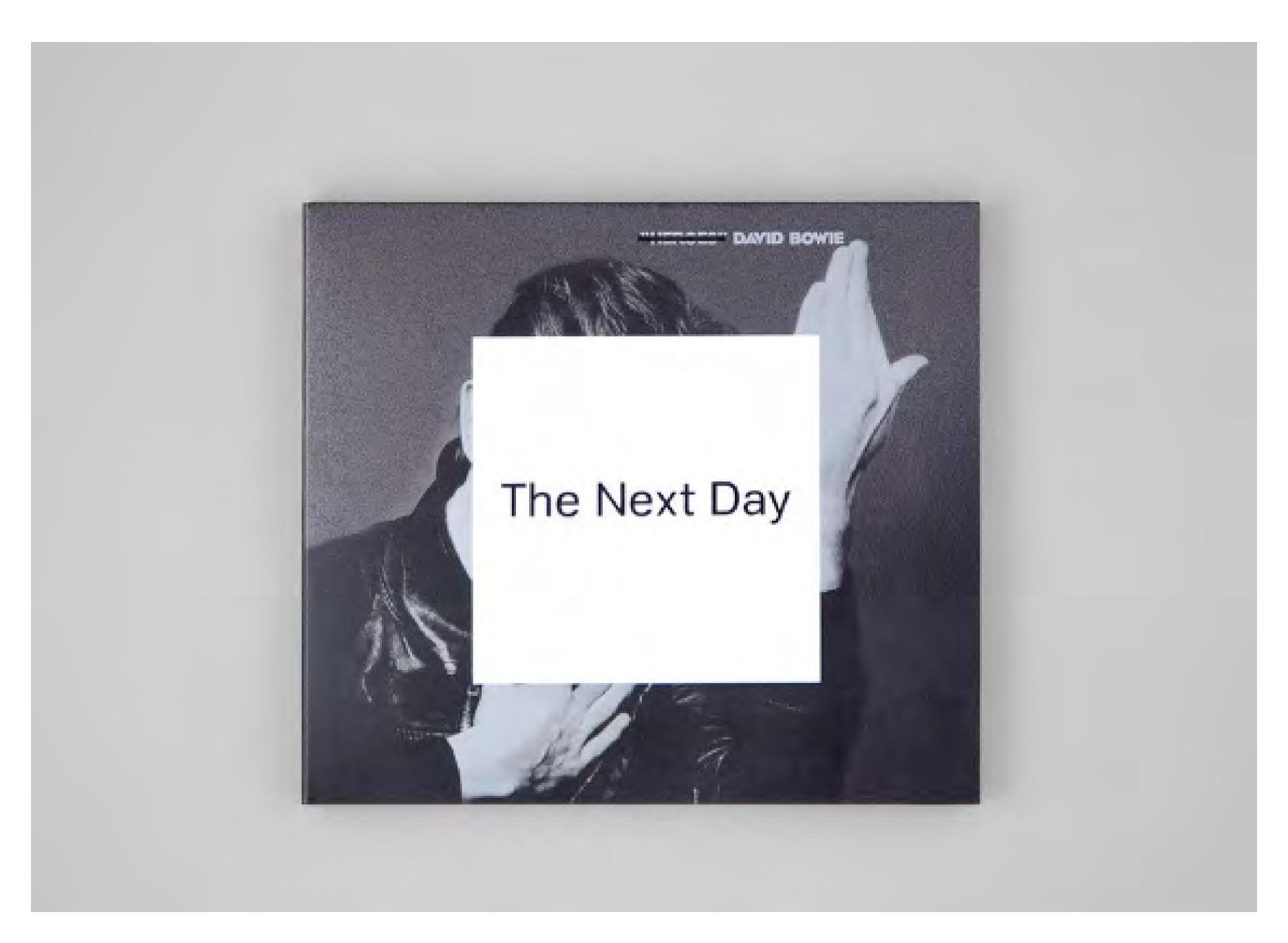
Esempi di questo tipo di grafica sono facilmente reperibili, come già detto sopra, nel mondo della moda e del design, nelle mostre di pitture, negli spettacoli teatrali, nelle riviste e nelle copertine dei libri.



↑ Copertine *The New York Times*, Ben Grandgenett (USA), 2015-2016









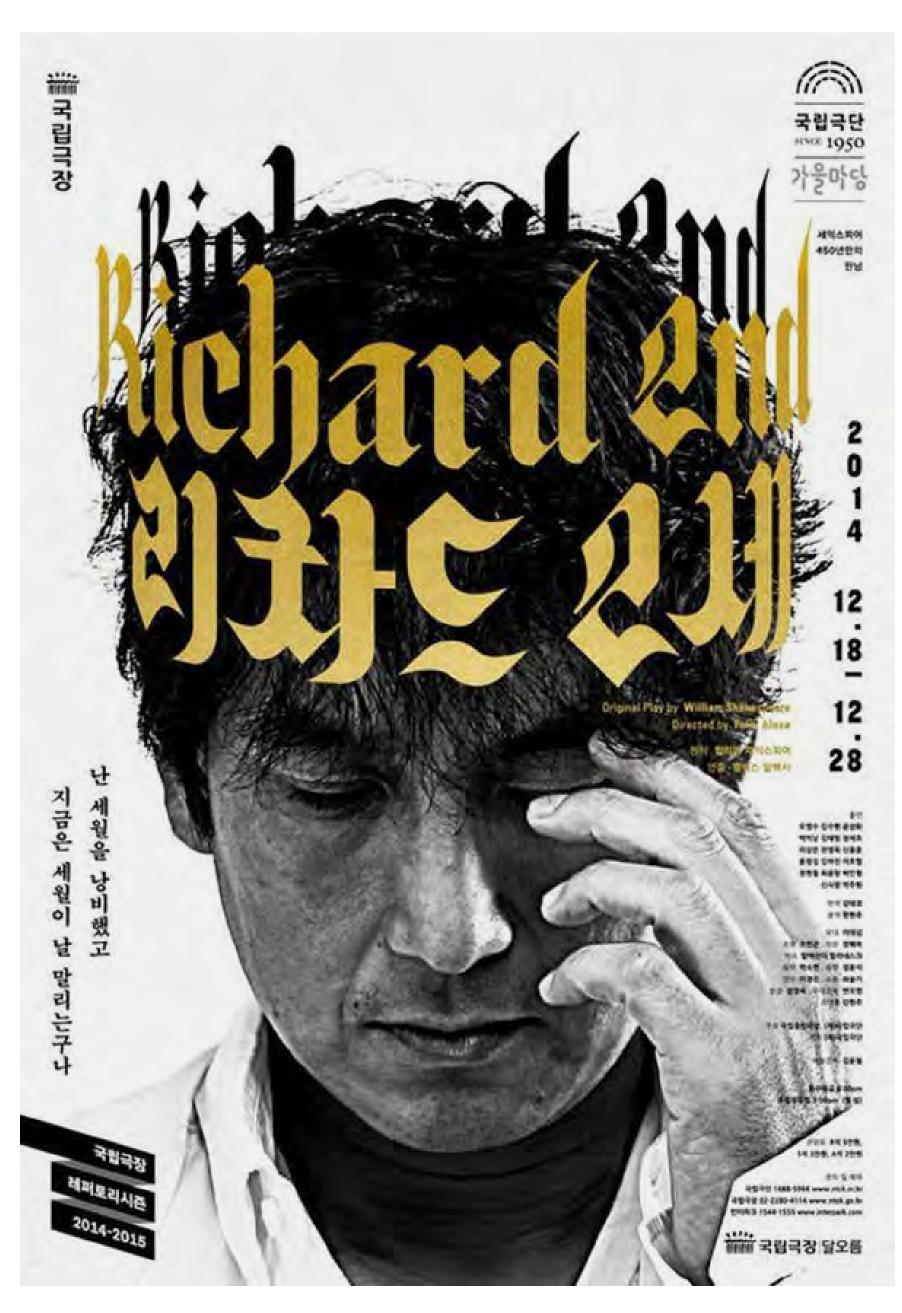
↑ Copertina dell'album *The Next Day* di David Bowie, Jonathan Barnbrook, (Regno Unito), 2013

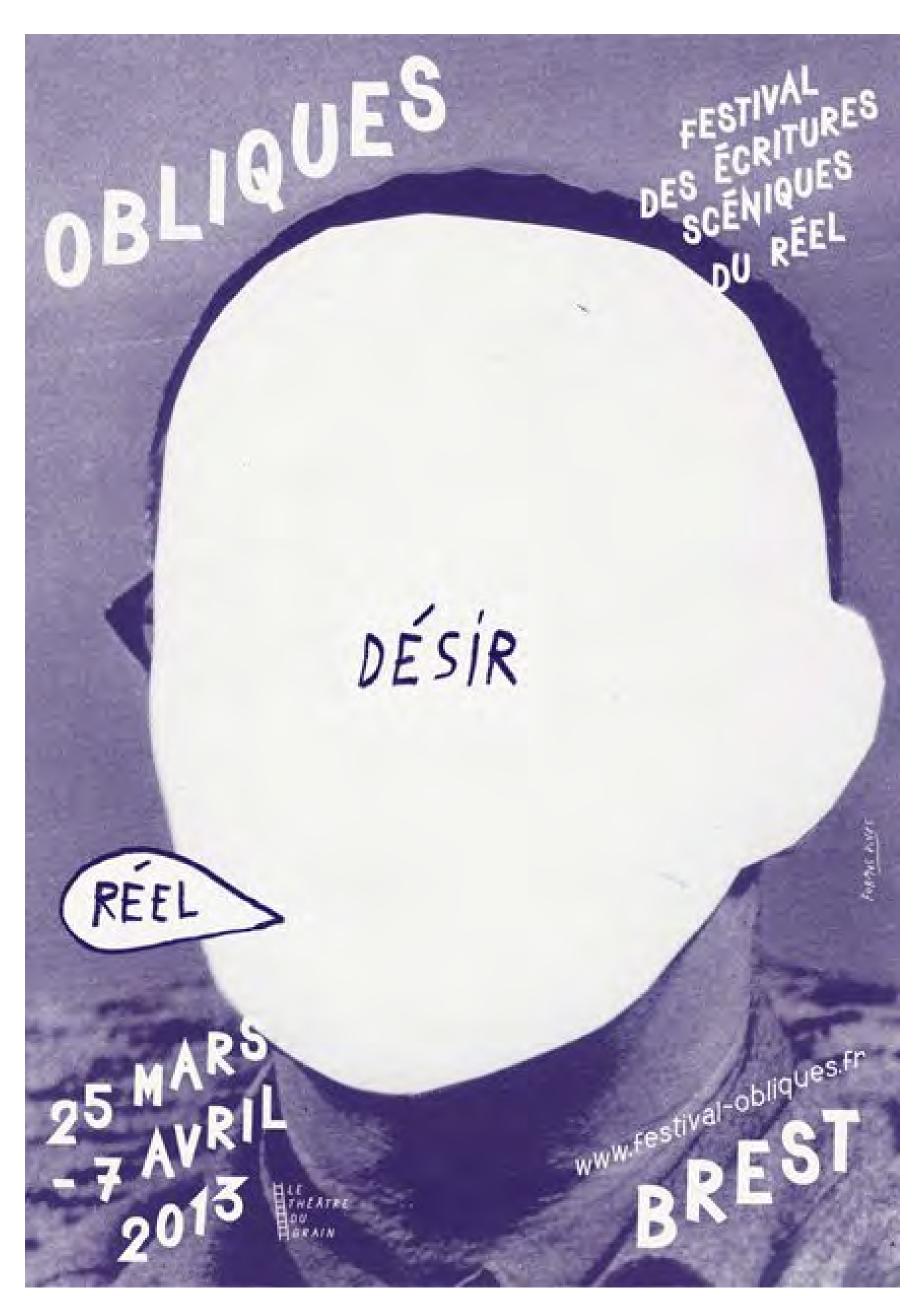
In questo caso c'è un rimando alla carriera di Bowie perché ad essere coperto da un asettico quadrato bianco è il ritratto dell'artista che compare nella copertina dell'album Heroes, uno dei più importanti della sua carriera.

VEDI IL PROGETTO >

← Poster e immagine coordinata per la città di Delft, Rejane dal Bello /Studio Dumbar (Olanda), 2009

Una variante di questo tipo di grafica prevede la cancellazione tramite aree di colore o collage di una parte o di tutta la faccia.







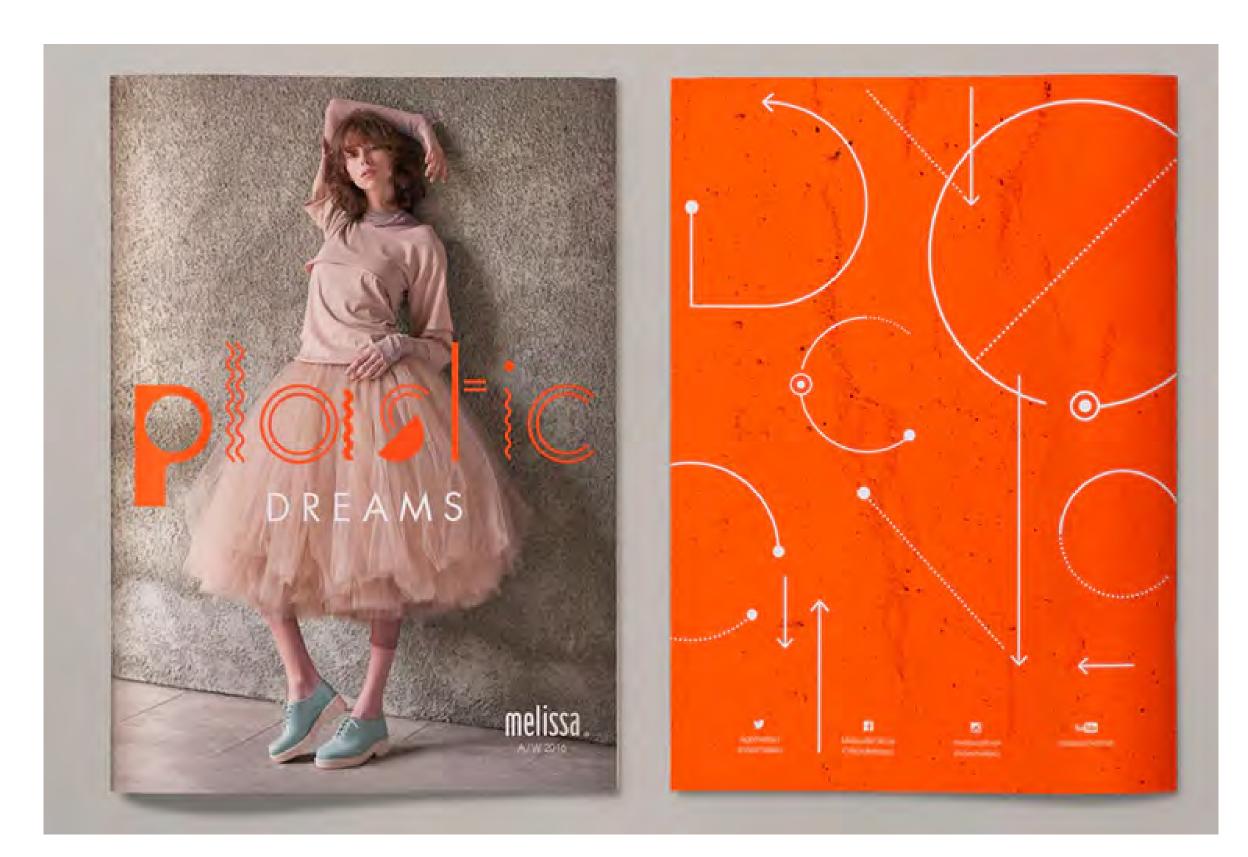
尽 Poster *Riccardo II*, Jinwooo Lee con Art Director Jin Jung, Teatro Nazionale di Corea, 2014

VEDI IL PROGETTO >

↑ Poster Festival Obliques, Formes Vives (Francia), 2013

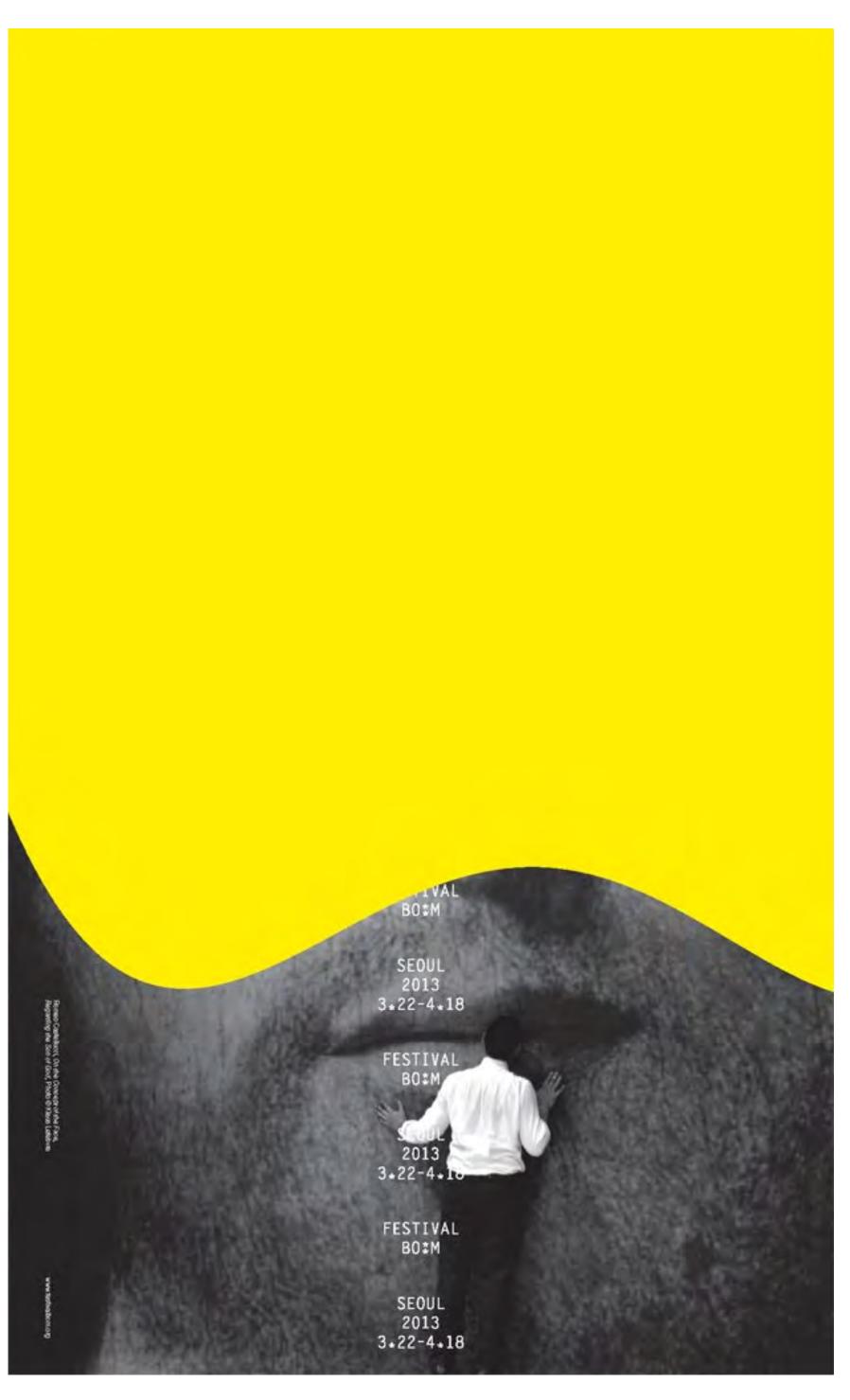
VEDI IL PROGETTO >

← Poster *Festival Arsene*, Brest Brest Brest (Francia), 2016



← Catalogo per *Melissa Shoes*, Pentagram Design (USA), 2016

VEDI IL PROGETTO >



← Poster *Bo:m Festival Seoul*, Sulki Min (Corea del Sud), 2013

CONSIGLI

È importante **scegliere il taglio della foto** che può aggiungere dinamismo e carattere al progetto: esempio sono le copertine di grandi riviste oppure l'immagine coordinata di importanti mostre di pittura.

Questo tipo di grafica può essere gestita facilmente con **Adobe Photoshop** o **Illustrator**, con CorelDraw o con programmi di grafica OpenSource come **Inkscape**.

Non c'è una regola nella scelta dei font e nella composizione, ma si dovrebbe tenere conto della forma della foto e dei suoi dinamismi, in modo che la **grafica** si adegui e sia **in sintonia con l'immagine**. Altrimenti si otterrà sempre l'effetto di copertina di rivista, con il testo rigido (testata e sottotitoli) sovrapposto all'immagine.

MINIMALISMO SIMBOLICO

Una variante alla tendenza minimalista, quindi a ciò che tutti riconoscono come graphic design, è quello che potremmo definire un Minimalismo simbolico: invece di puntare sull'austerità dei caratteri tipografici, punta su segni complessi, destrutturazioni, combinazioni modulari, font tagliati o scomposti.

È uno dei trend più in voga degli ultimi anni: i loghi si scompongono in tanti pezzi, come fossero Lego o Meccano e si ricompongono in forme sempre diverse. I simboli utilizzati sono spesso frutto di lunghe ricerche documentali sul progetto e ne sintetizzano lo spirito e i caratteri salienti; hanno il potere di evocare e catturano l'attenzione del pubblico per il loro mistero, dato che un simbolo va sempre codificato e compreso.

Uno degli esempi più belli degli ultimi anni, e dei più misteriosi, è il progetto relativo all'ultimo disco di David Bowie "BlackStar", realizzato da Jonathan Barnbrook. Dietro una grafica minimale, decomposta, basata su varie gradazioni di nero, si inseriscono font e simboli che vanno poi a costituire un sistema, un codice per soli appassionati. A confermare quest'idea, il designer ha messo a disposizione di chiunque voglia un set gratuito del font progettato per il disco.



↑ Copertina dell'album *Blackstar* di David Bowie, Jonathan Barnbrook (Regno Unito), 2015 VEDI IL PROGETTO >

Si possono considerare varianti di questo stile quei progetti in cui sono inseriti **elementi astratti** (principalmente forme e linee, spesso ammiccanti allo stile Memphis) e quelli in cui sono inseriti **pattern ed elementi Pop colorati.**



↑ Immagine coordinata *MUDEC,* Milano, Studio FM (Italia), 2015

VEDI IL PROGETTO >

Altro esempio, l'immagine coordinata del MUDEC, il Museo delle Culture di Milano, progettata da Studio Fm: in questo caso il logo del Museo è un simbolo che può essere scomposto e ricomposto dando vita a molte declinazioni e all'utilizzo in vari colori, rendendo l'idea di un'istituzione davvero aperta alla diversità e all'interculturalità.





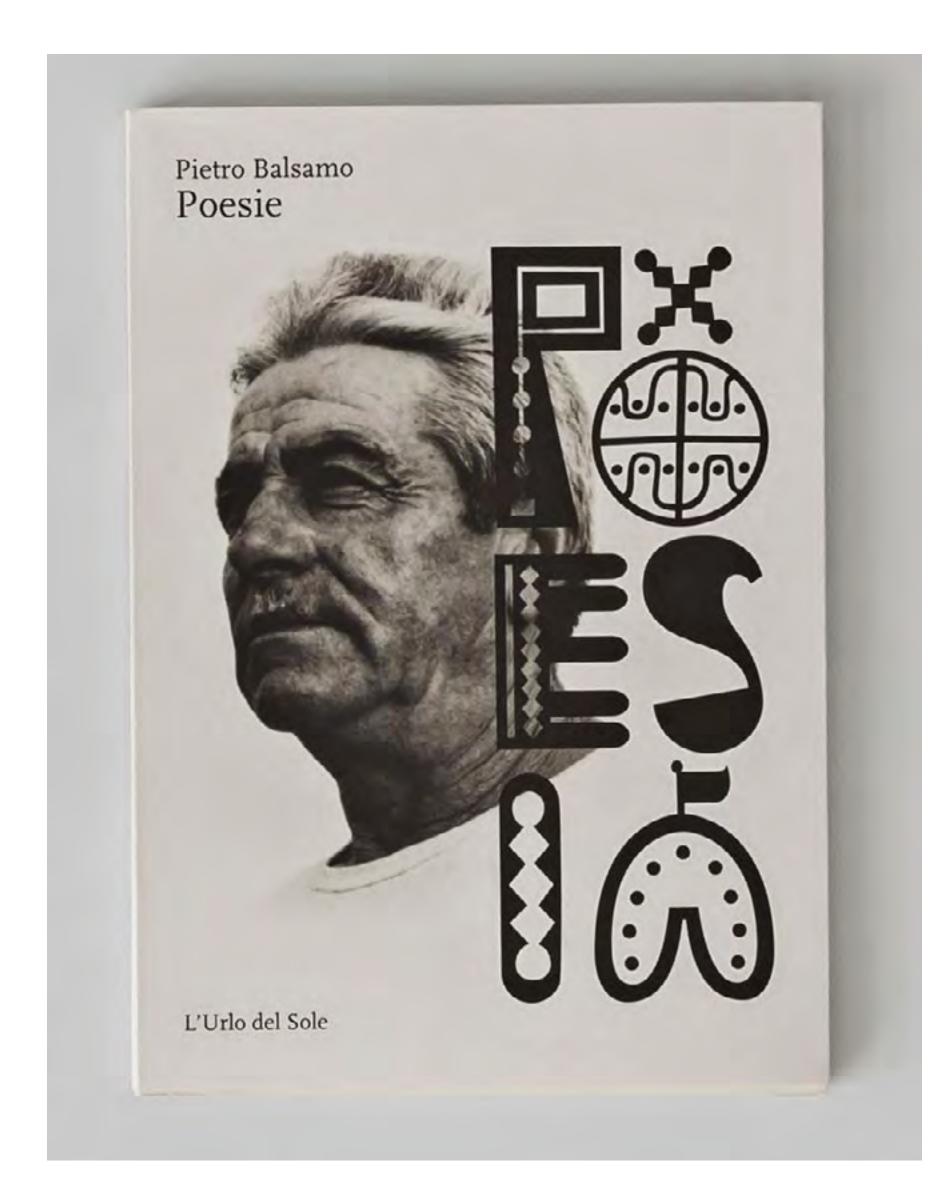
- R Poster Sagra Musicale Malatestiana, Tassinari Vetta (Italia), 2013
- ↑ Poster per il festival Percuotere la Mente, Tassinari Vetta (Italia), 2011

VEDI IL PROGETTO >

Un simile approccio lo si trova anche nei lavori dello Studio Tassinari/Vetta e in particolare in quelli curati da Leonardo Sonnoli oppure nei giocosi lavori di Mauro Bubbico.



↑ Poster per la conferenza A Letter Doesn't Resemble
 Anything alla Tipoteca Italiana, tiratura limitata, (Italia)
 2016





Copertina *Poesie* di Pietro Balsamo, L'Urlo del Sole, Mauro Bubbico (Italia), 2011

VEDI IL PROGETTO >

↑ Poster creato per il concorso del terzo centenario della nascita di Carlo Goldoni, Mauro Bubbico (Italia), 2007



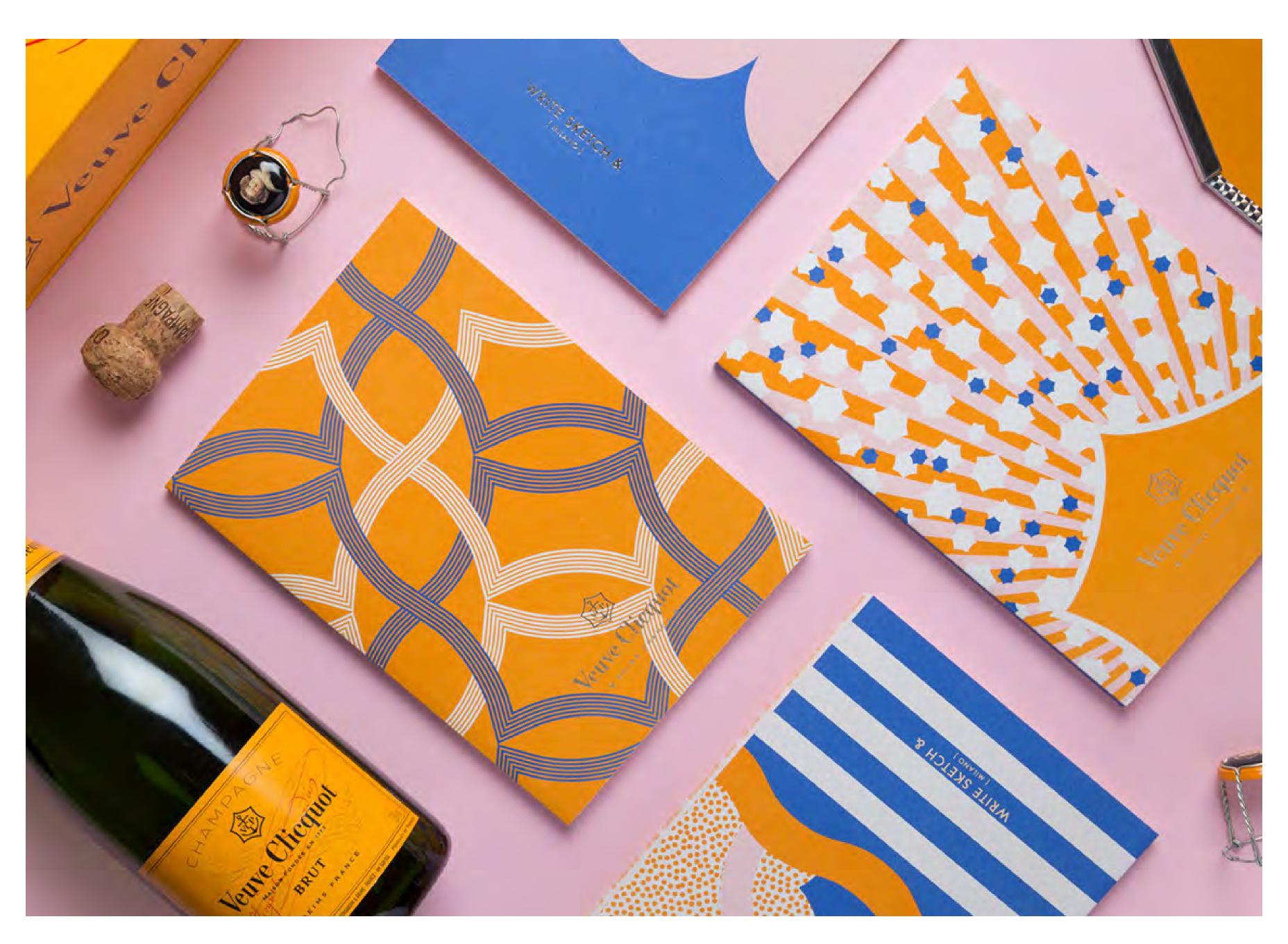


↑ Poster per il festival *Passages Insolites*, Jeremy Hall (Canada), 2016

Qui si mescola un uso sperimentale tipografico con pattern ed elementi illustrati tipici dello stile Organico che vedremo più avanti.

VEDI IL PROGETTO >

← Poster *The Conference Malmo*, Hvass & Hannibal (Danimarca), 2016





↑ Taccuini e Quaderni per Veuve Clicquot, OfficeMilano (Italia), 2018

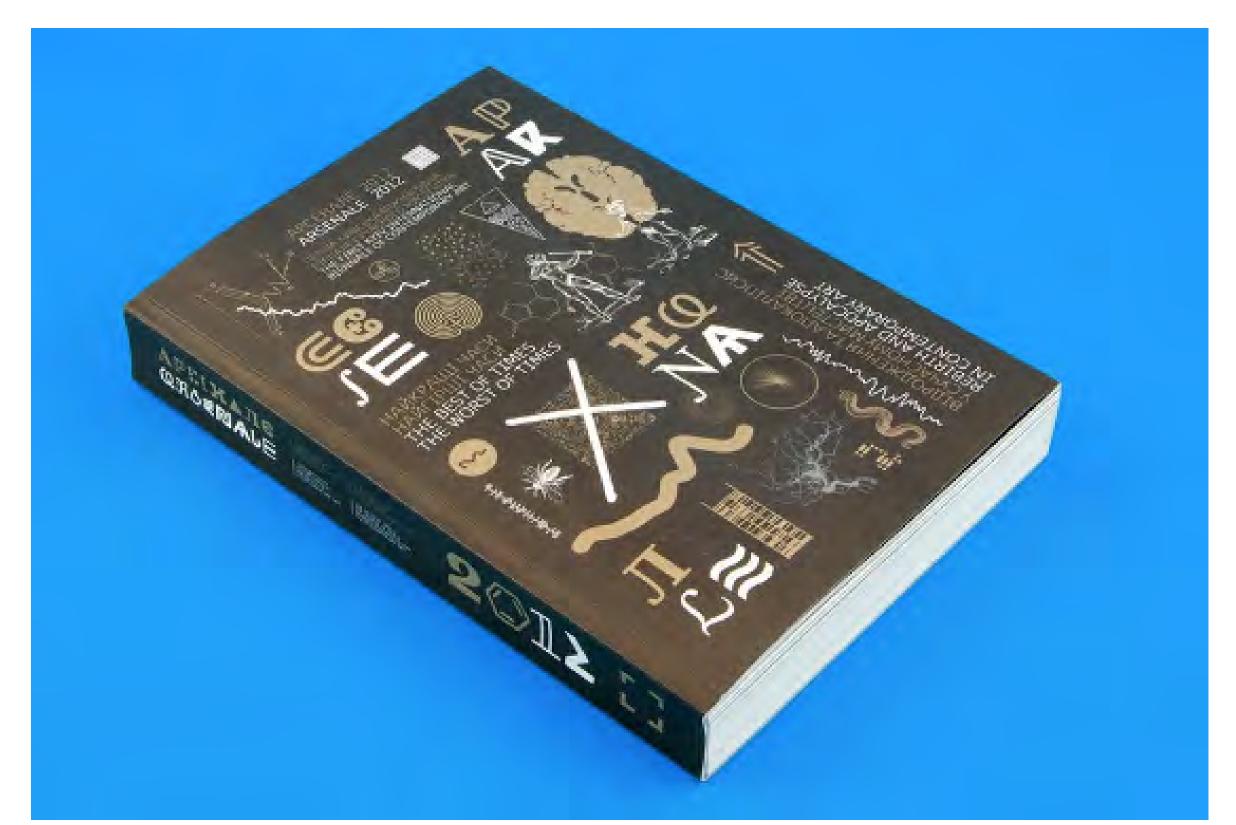
VEDI IL PROGETTO >

← Immagine Coordinata *Manna Noto*, Studio La Tigre (Italia), 2014

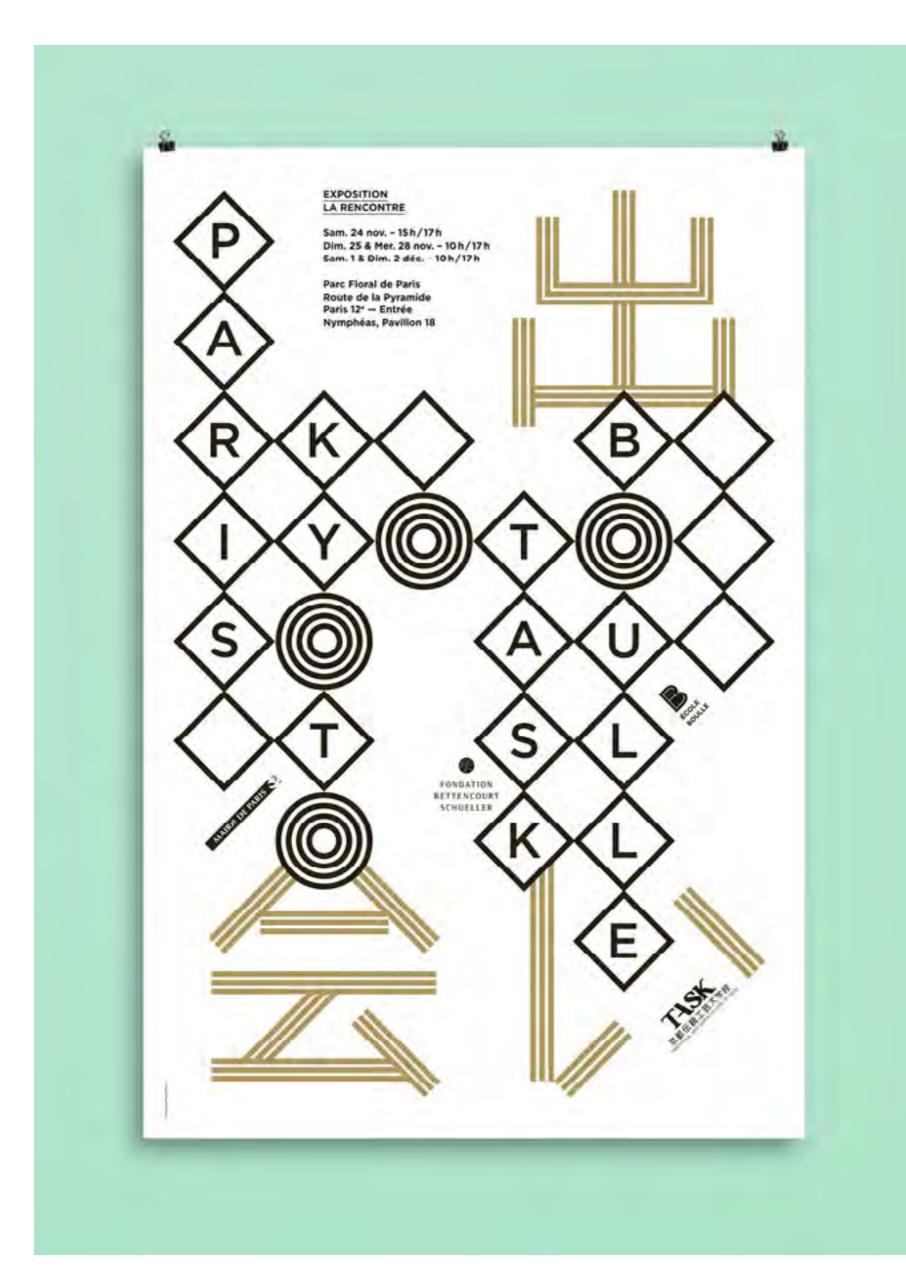
VEDI IL PROGETTO >

CONSIGLI

Per imparare ad usare simboli e caratteri tipografici nel modo giusto è importante conoscerli e studiarli, comprenderne i significati e le origini. Il carattere tipografico può essere scomposto, trasformato o ricomposto utilizzando programmi di grafica vettoriale come Adobe Illustrator, CorelDraw o Inkscape.







Catalogo Mystetskyi Arsenal, Jonathan Barnbrook, (Regno Unito), 2012

VEDI IL PROGETTO >

↑ Poster, Katya Velkova (Bulgaria), 2013

VEDI IL PROGETTO >

← Poster per la mostra *Paris-Tokyo*, Atelier Muesli (Francia), 2012

TIPOGRAFIA (VINTAGE E FOLCLORISTICA)

In fondo la grafica è soprattutto **tipografia**: uso dei caratteri e organizzazione in griglie, come del resto abbiamo già mostrato parlando di grafica minimalista. Esiste però un altro modo, più fantasioso e spesso ridondante di usare la tipografia, in barba anche alle più normali leggi del buon senso, capace di utilizzare più di tre (!) font in uno stesso progetto. È un tipo di grafica che richiama le insegne dei vecchi negozi, il packaging di inizio secolo scorso, gli affiche e addirittura le classiche affissioni del periodo vittoriano: in una parola, "vintage".

Non sono soltanto i **font** scelti a fare la differenza, ma anche i colori tenui e pastello, l'assenza di fotografie e l'utilizzo di qualche **disegno al tratto** piuttosto che di illustrazioni. Alcuni studi grafici, soprattutto americani, amano questo tipo di grafica e recuperano lo stile che tanto andava un centinaio di anni fa nella Vecchia Europa, piena di talentuosi artisti delle insegne, rendendolo moderno grazie all'uso di software vettoriale e dell'estrema precisione di cui sono capaci i computer.

La si può considerare vicina e a volte sovrapponibile alla tendenza che in questo e-book viene chiamata Hand-Lettering.



← Immagine coordinata *Brasserie Balthazar*, Mucca Design (USA/Italia), 2006

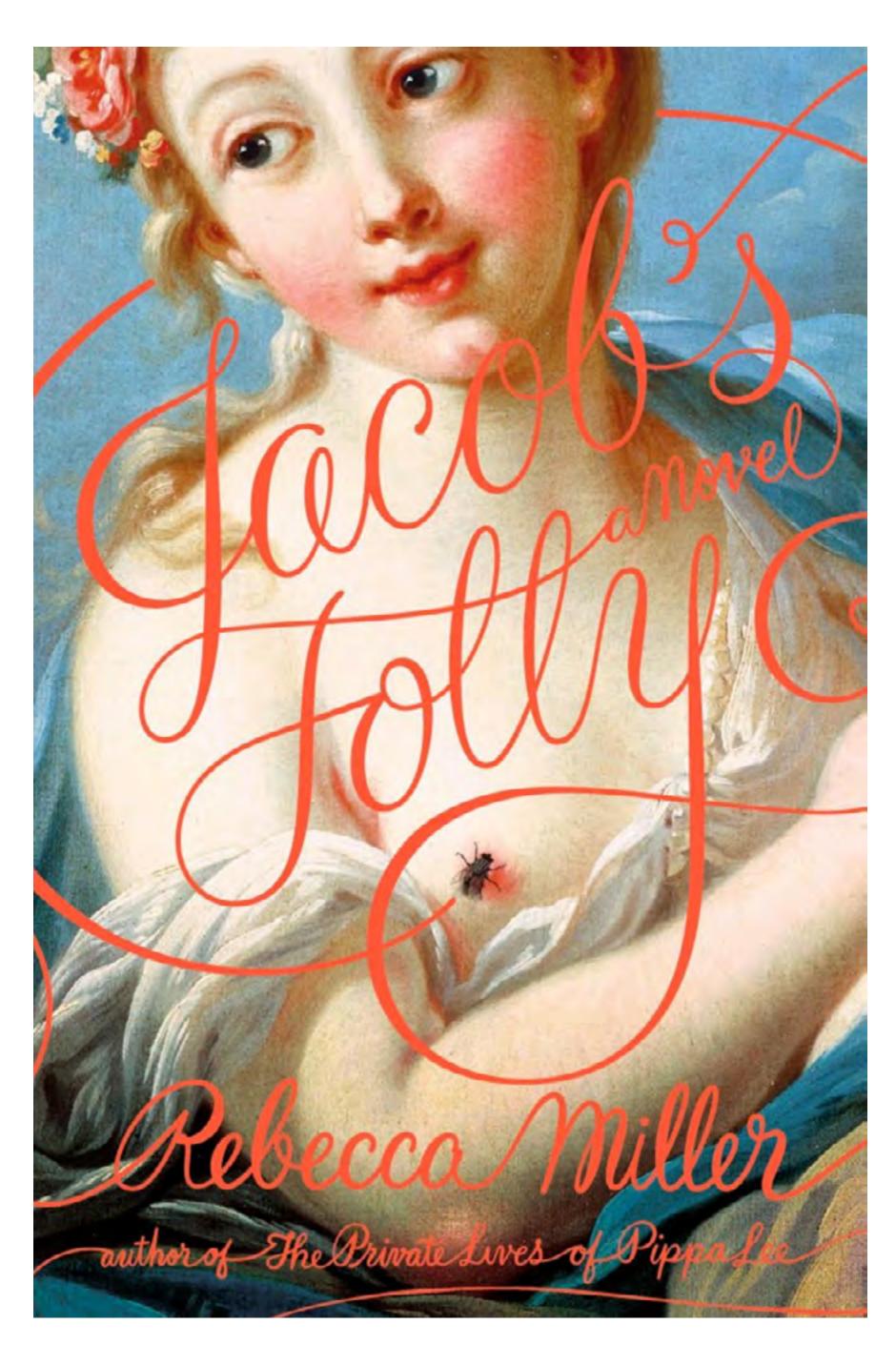




↑ Progetto editore Rizzoli RCS, Mucca Design (USA/Italia), 2009

VEDI IL PROGETTO >

← Immagine coordinata per *L'arte del Gelato*, Louise Fili (USA), 2013 ca.







CONSIGLI

Cercare i caratteri giusti, cercare di riempire elegantemente gli spazi dei layout, applicare eventualmente texture per sporcare e invecchiare l'aspetto del prodotto (vanno benissimo foto di vecchie carte ingiallite).

- Copertina per editore FSG Books, Jessica Hische (USA), 2013
- ↑↑ Etichette per *Monarchia Matt*, Louise Fili (USA), 2009 ca.

4.2. Grafica decorativa

ORGANICO

È un tipo di grafica che grazie a software di disegno come Illustrator si sta imponendo sempre più, utilizzatissima negli ultimi 10 anni.

Le forme non sono più geometriche ma arrotondate; i colori sono bizzarri, gli accostamenti rischiosi e accesi, a volte si usano sfumature e gradienti. In alcuni casi si va verso le forme astratte, in altri si rimanda ad un mondo cellulare o microscopico.

Un esempio eclatante di questo tipo di approccio è il rebranding del colosso farmaceutico tedesco Merck, operata da Futurebrand.

Il risultato è un'immagine coordinata fortemente innovativa, considerando che il settore farmaceutico è profondamente conservatore dal punto di vista della comunicazione visiva, che spinge verso i territori del Pop, con **elementi coloratissimi** che rimandano al mondo della chimica.



↑ Immagine coordinata per *Merck*, Futurebrand (Italia), 2015

Un classico di questo tipo di approccio sono gli advertising e la grafica tipicamente brasiliana delle Havaianas, che fa grande uso di **illustrazioni ricche e colorate** come giungle.





- ↑↑ Manifesti pubblicitari *Havaianas*, Almap BBDO Brazil (Brasile), 2017 ca.
- ↑ Immagine coordinata birra *Masika*, Emanuele Serra (Italia), 2018





↑ Poster Secret Society, Liam Madden (Irlanda), 2016

VEDI IL PROGETTO >

↑ Poster, Jane Bodil (Francia), 2015

VEDI IL PROGETTO >

Una variante di questo stile prevede un utilizzo di **forme e segni astratti** e viene utilizzato spesso per festival, eventi musicali, soprattutto legati alla Club Culture o alla musica elettronica, molto vicino allo stile che precedentemente abbiamo chiamato "Razionalismo Simbolico".

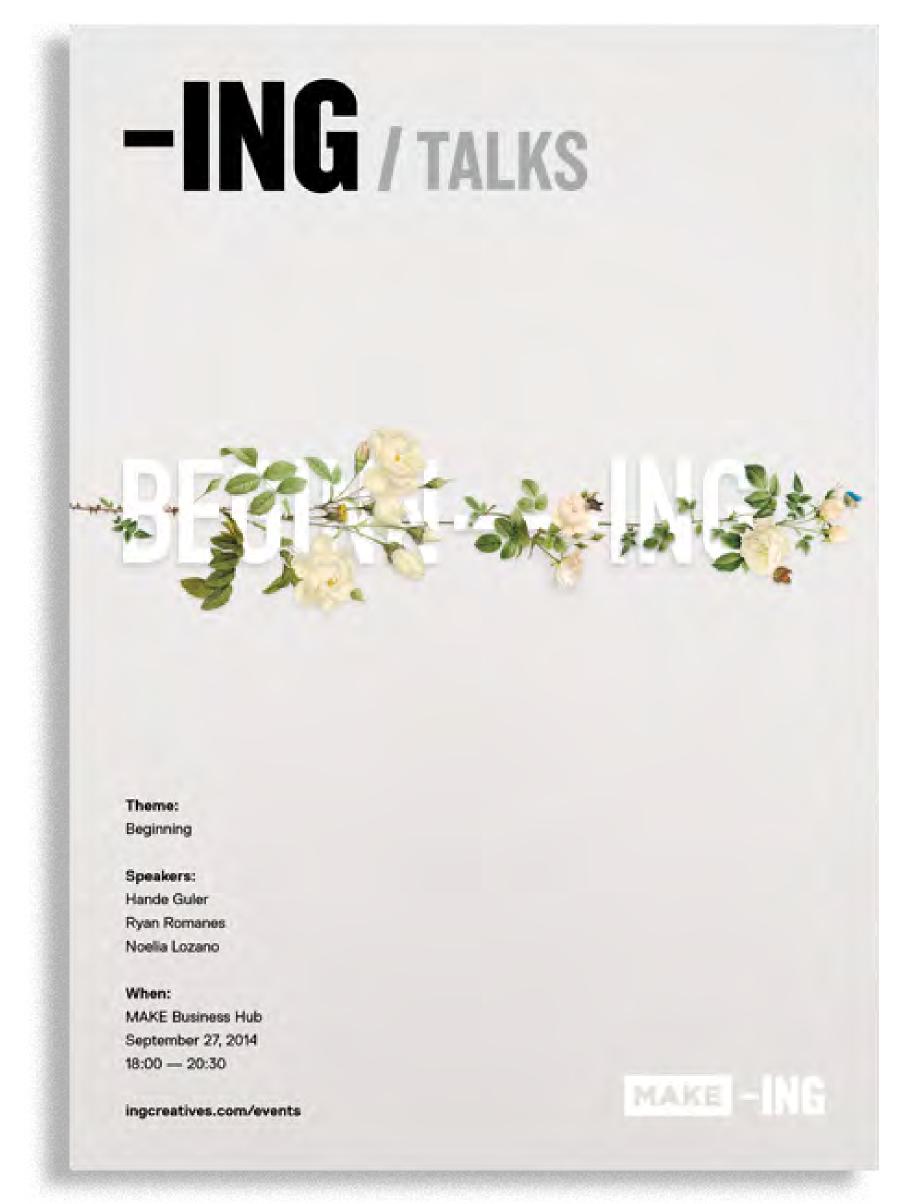
TROPICALISMO (O FLORALISMO)

Questo trend ha preso sempre più piede negli **ultimi anni**, fino a ritagliarsi una fetta consistente di produzione grafica, tanto da essere utilizzato ormai anche dalle aziende di abbigliamento più popolari. Potremmo chiamare questo tipo di **grafica tropicale o floreale** e sembra essere una derivazione dell'approccio minimale: i caratteri tipografici e spesso anche gli altri elementi grafici si intrecciano con immagini di vegetazioni rigogliose o di uccelli coloratissimi.

Generalmente le immagini provengono da collezioni di illustrazioni botaniche e naturalistiche o da vecchie stampe ritrovate, creando una elegante combinazione di vecchio e nuovo, tra i **disegni e la grafica minimale** (molto bianco, filetti spessi, forme geometriche e font sans serif con testi in maiuscolo).



← Poster *Oslo Design Fair*, Blelke e Yang (Norvegia), 2016





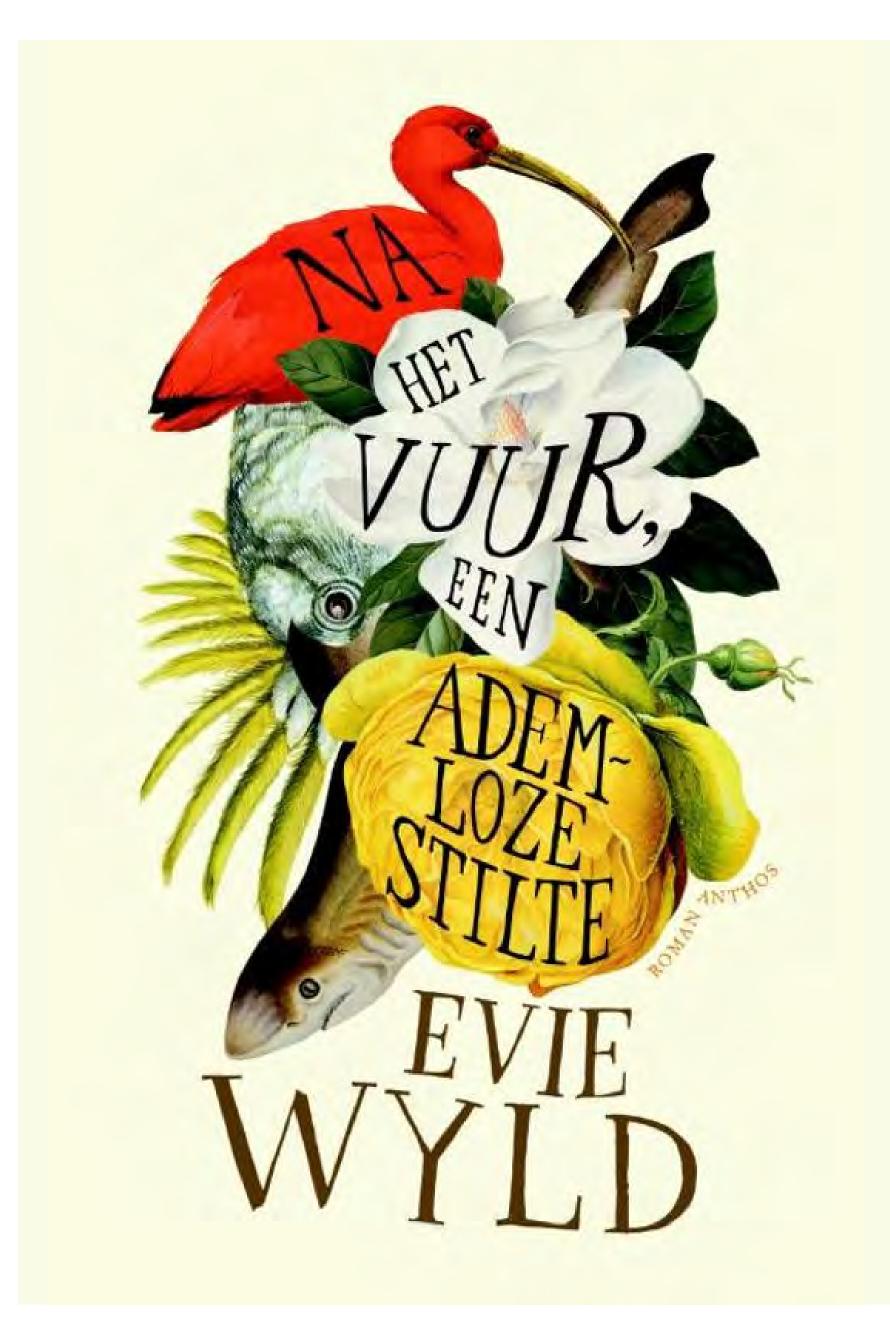
CONSIGLI

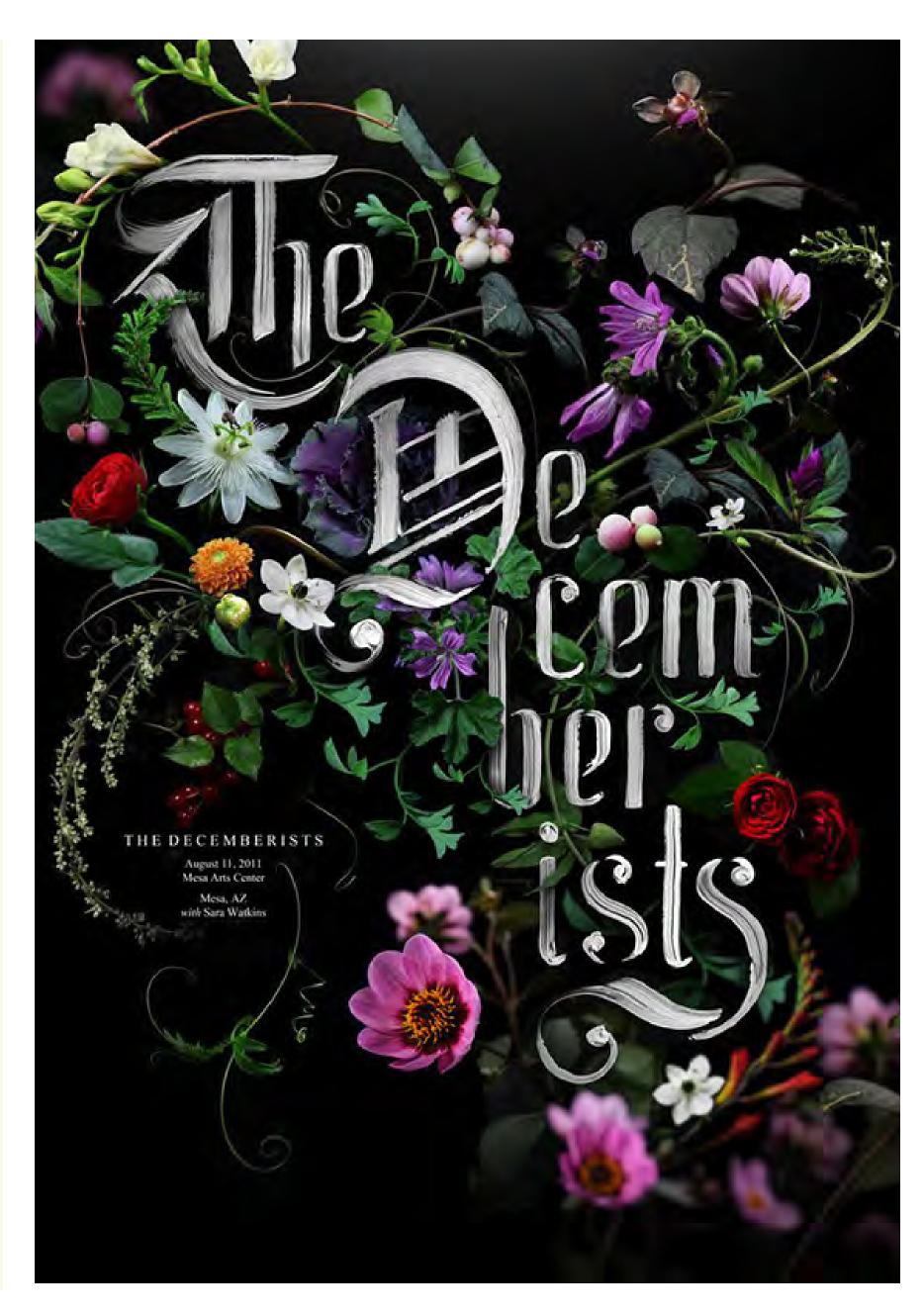
Scegliere sempre delle belle immagini: sono loro a fare la differenza. Un fiore o un uccello mal disegnato rovinano l'eleganza di questo tipo di grafica.

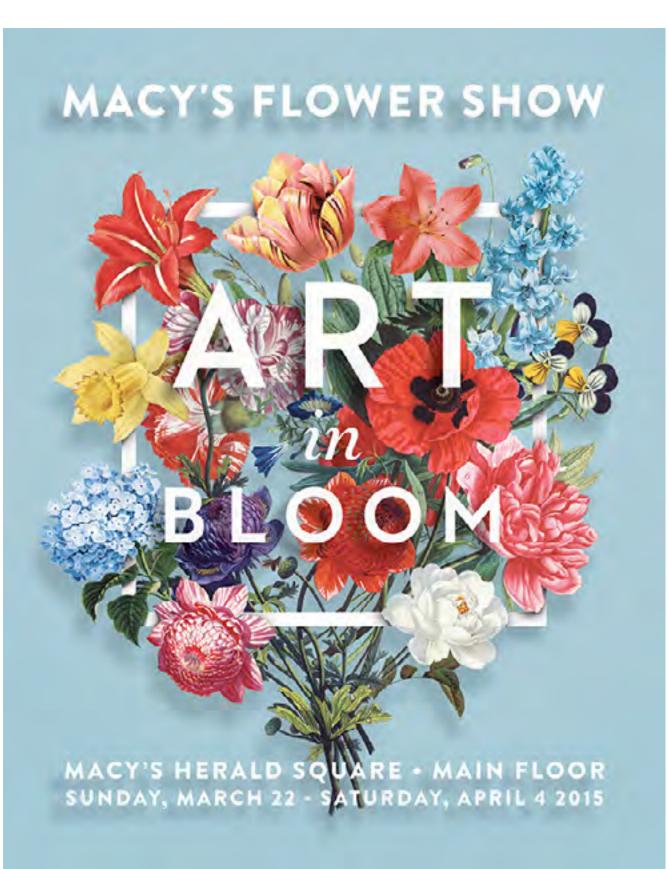
Altro consiglio è quello di non esagerare con la quantità di elementi presenti: meglio pochi, ma belli. ∧ Poster -ING Talks, ING (Dubai), 2014

VEDI IL PROGETTO >

↑ Poster *Rendez-Vous aux Jardins*, Studio Des Signes (Francia), 2013





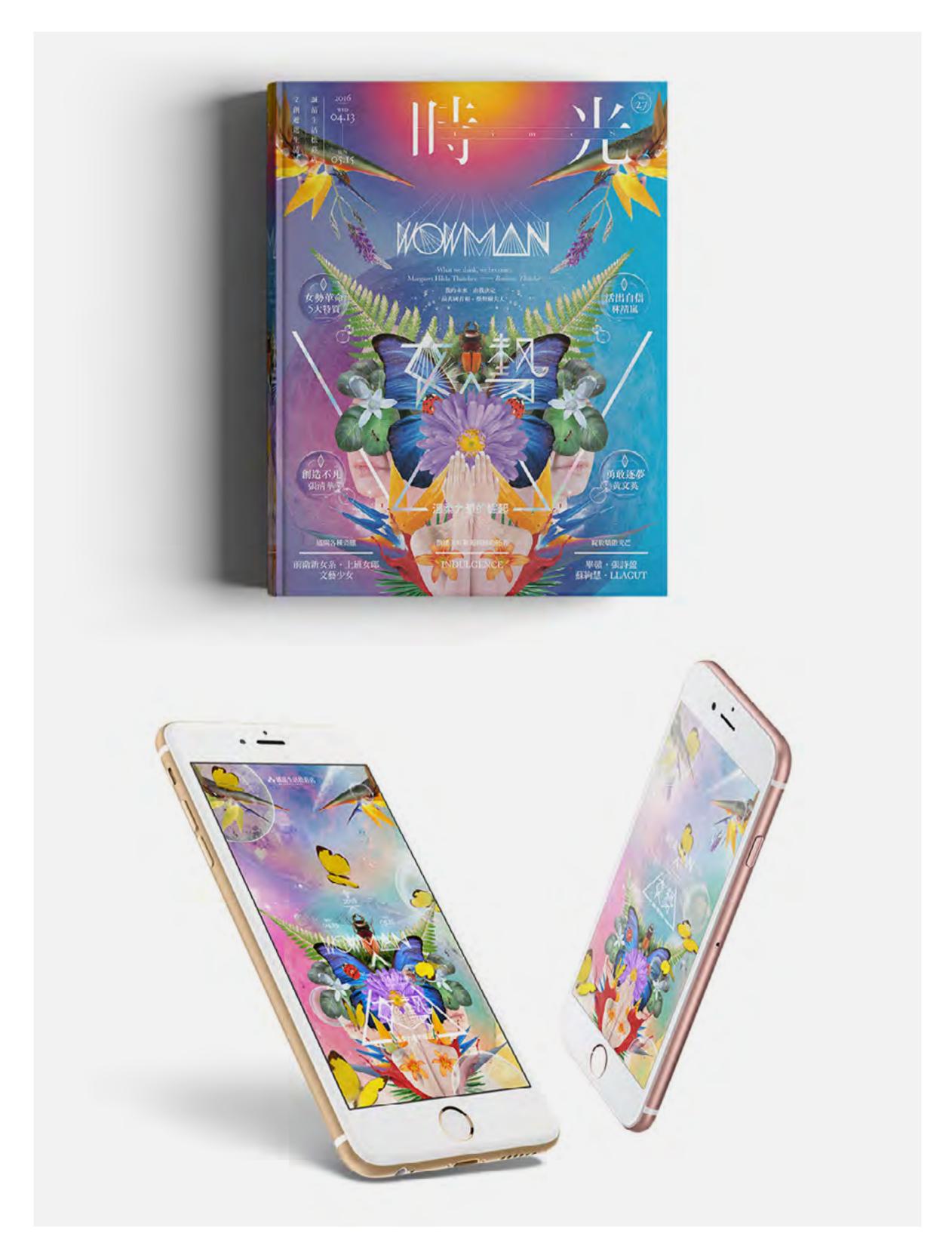


- Copertina libro, Ambo Anthos (Olanda).
- ↑ Gig Poster per *The Decemberists*, Sean Freeman (Regno Unito), 2011

VEDI IL PROGETTO >

← Poster *Macy's Flower Show*, Alexis Elisa Caban (USA), 2015

Gli ultimi due esempi di questo tipo di grafica mostrano come possa essere utilizzato anche con lettering fatti a mano o con collage e immagini molto barocche e ricche di dettagli. In entrambi i casi i caratteri e gli elementi grafici sono ridotti al minimo e cercano il più possibile di giocare a nascondino con gli elementi dell'immagine.



↑ Libro e coordinati per *Wowman*, Keson (Taiwan), 2016

4.3 Fatto a mano

In un mondo sempre più tecnologico e digitale torna a farsi apprezzare l'approccio manuale e artigianale, spesso ottenuto mescolando analogico e digitale, oppure utilizzando gli strumenti digitali in modo che sembrino fatti in modo artigianale.

Il rischio e il limite di un uso troppo pesante degli strumenti digitali è sempre dietro l'angolo; la comunicazione diviene fredda e satura e il pubblico anela un ritorno alla naturalità, all'organico, al disarmonico e all'asimmetrico. In un mondo troppo perfetto si va così alla ricerca dell'imperfezione che possa testimoniare ancora l'intervento umano, che dietro alla tecnologia ci sia ancora una creatività umana.

Quante volte le persone comuni che non masticano grafica e fotografia hanno l'impressione che con il computer si possa fare tutto e soprattutto, ogni cosa sia fatta con il computer?

Stranamente si è persa la fiducia nella precisione e nell'esattezza della manualità, quindi ciò che è molto preciso, ordinato, simmetrico è percepito come tecnologico e industriale, ciò che non lo è viene percepito come umano e artigianale.

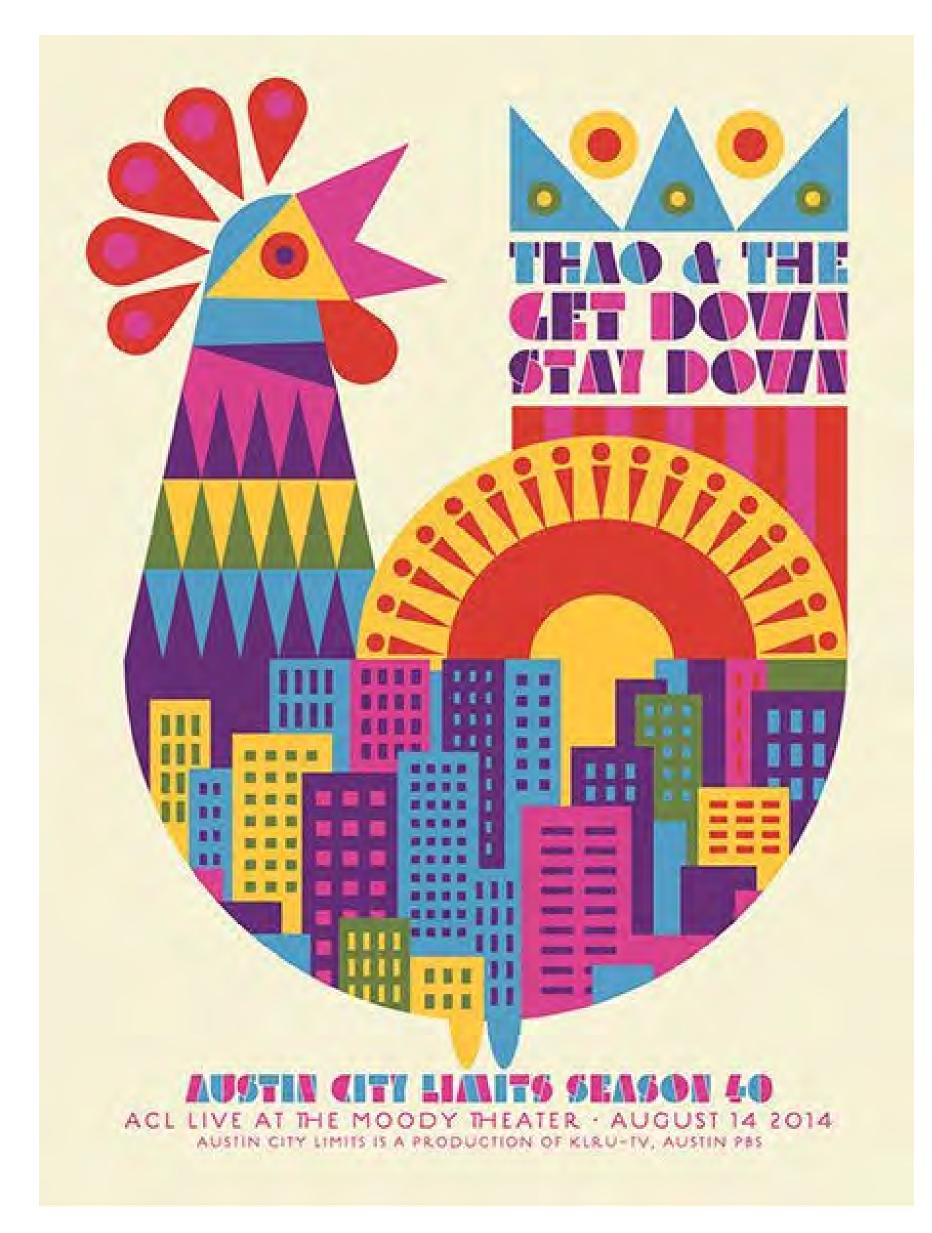
In questa parte dell'ebook esploreremo le **tendenze della grafica** contemporanea che accolgono, inglobano, **usano la decorazione**, l'artigianalità, **il fatto a mano**.

E scopriremo che non sono poche e soprattutto che ottengono risultati estetici notevoli e di forte impatto.

ILLUSTRATA (ILLUSTRATIVE DESIGN)

Combinare illustrazione e grafica è forse il trend più antico che ci sia: il grafico di oltre un secolo fa si occupava di disegnare e di creare da solo le immagini. È il tipo di grafica che deriva dagli affichiste di inizio Novecento e prosegue poi fino al giorno d'oggi, occupandosi soprattutto di ambiti di promozione culturale e artistico. Si possono considerare all'interno di questi trend molti progettisti di poster, alcuni che si occupano di copertine di libri, illustratori capaci di progettare grafica.

I caratteri tipografici si legano alla parte illustrata in composizioni spesso complicate. In realtà questo tipo di approccio lo si trova in molte sezioni di questo e-book, dovunque ci sia una costruzione combinata e complementare da parte del progettista sia dell'immagine che della grafica, come nell'hand-lettering.





CONSIGLI

La parte più difficile per chi affronta questo stile è che la parte illustrata non sovrasti la grafica e che la grafica sia all'altezza dell'illustrazione. Il rischio è che una buona illustrazione si accompagni a scelte grafiche maldestre.

Non c'è limite ai software che si possono usare per fare illustrazione, così come non è detto che questo tipo di grafica la si realizzi tutta in digitale.

Restauration City Limits Festival, Non-Verbal Club (Portogallo), 2014

VEDI IL PROGETTO >

↑ Poster Guimarães Jazz Festival, Non-Verbal Club (Portogallo), 2012

HAND LETTERING

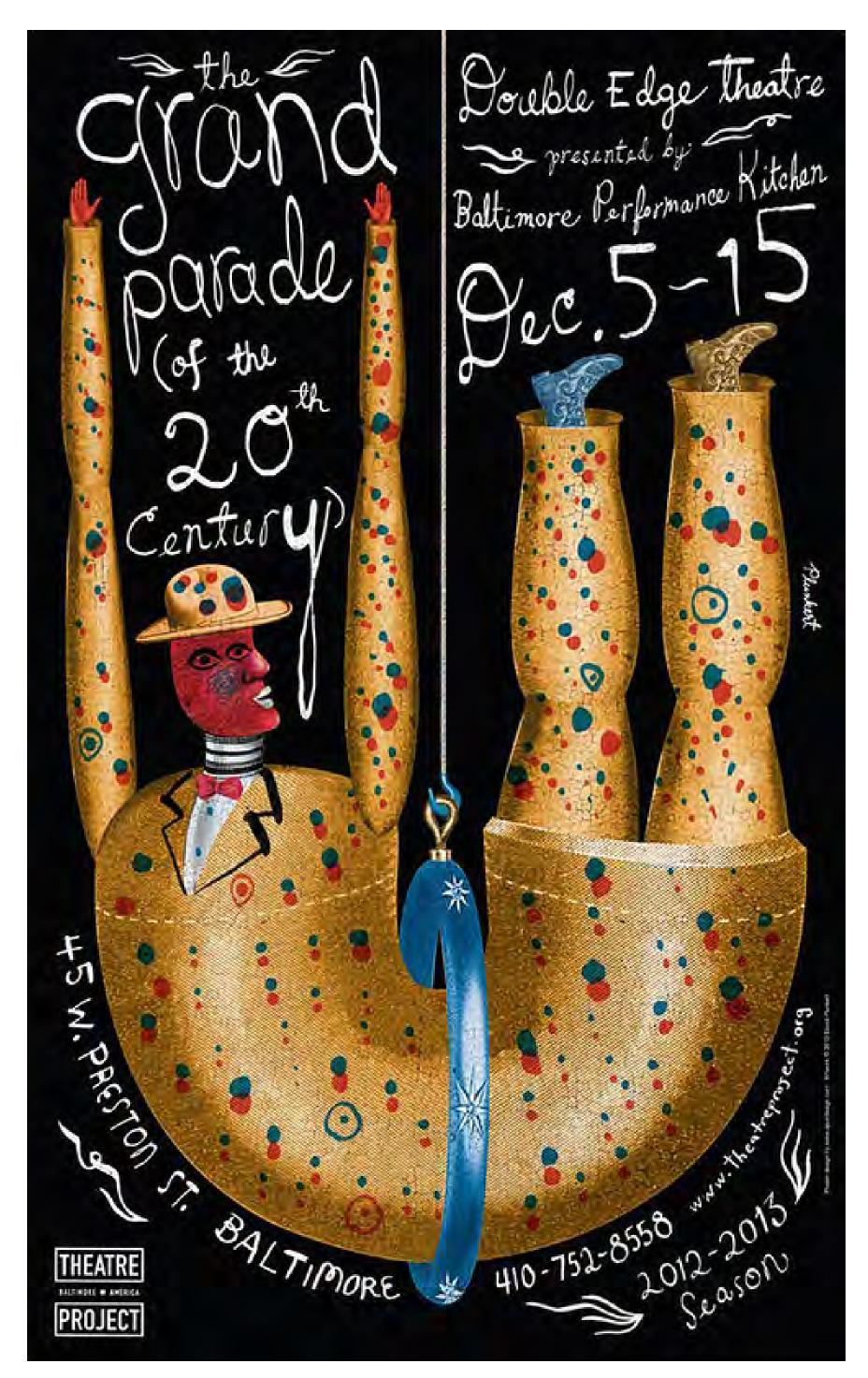
Con hand lettering si intendono scritte fatte a mano: in questo tipo di grafica non si usano dei font, ma si scrivono a mano i caratteri e spesso anche gli altri elementi del progetto (linee, box, icone, etc.). È necessario saper disegnare dei caratteri a mano per potersi avventurare in questo modo di fare grafica, a metà tra la calligrafia e l'illustrazione.

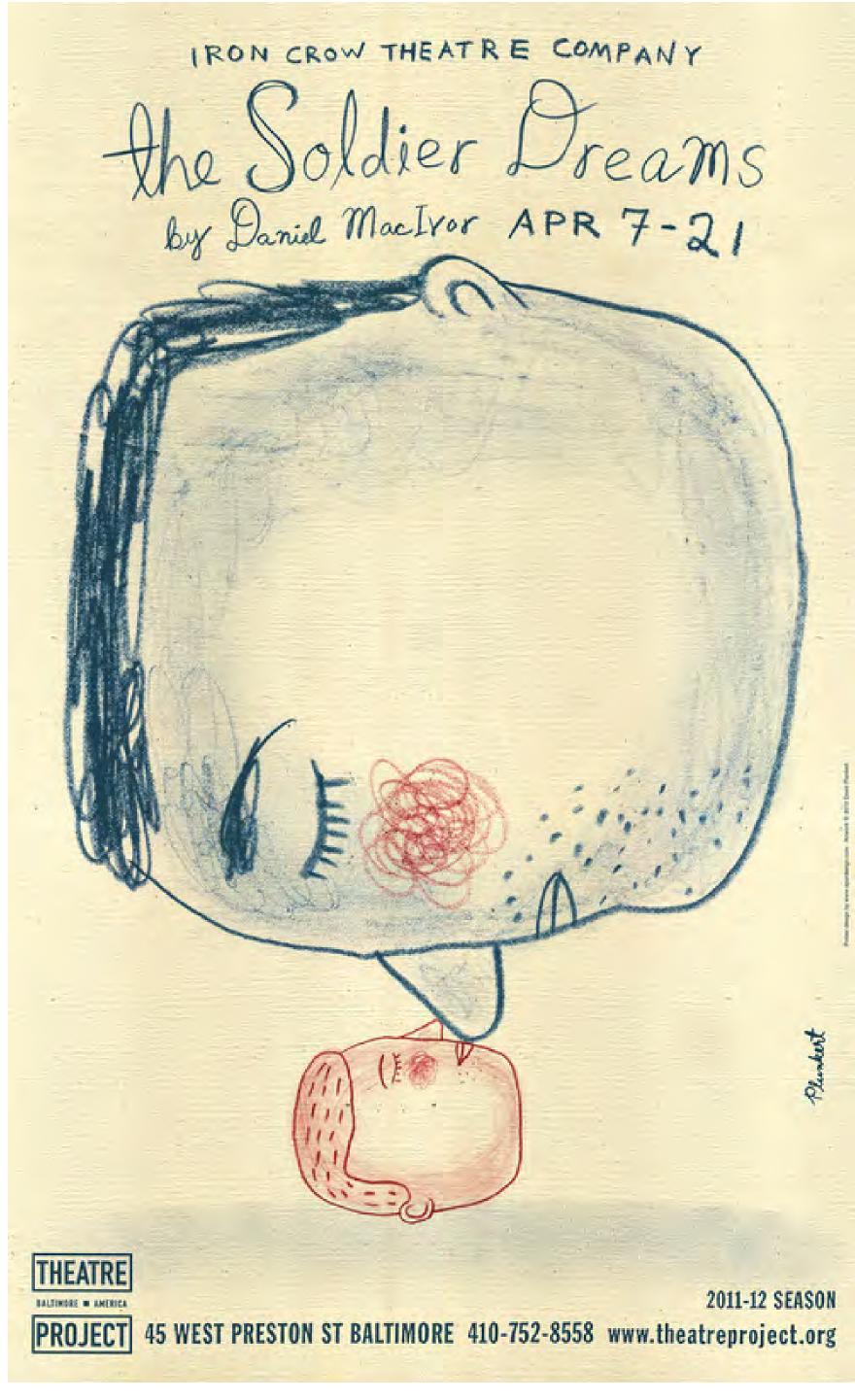
In alcuni esempi che seguono, l'hand lettering è stato convertito in vettoriale e quindi reso più preciso e simmetrico, mentre in altri è chiaramente realizzato con strumenti di disegno o di pittura, rendendo il progetto più immediato o più grezzo.

L'hand lettering ha il grande vantaggio che può riempire ogni spazio, è flessibile e può adattarsi a qualsiasi layout; piace molto per il suo **aspetto familiare** che riporta ad un ideale mondo pre-tecnologico in cui l'artigianalità era un valore. Uno dei sotto-trend più in voga in questo genere di grafica è quello legato all'**estetica vintage e hipster**, richiamando un tipo di lettering "popolare" con cui ancora oggi negli Stati Uniti vengono confezionate le insegne o realizzati poster o decorati oggetti di qualsiasi tipo.



← Poster per spettacolo teatrale, David Plunkert (USA), 2011-2013



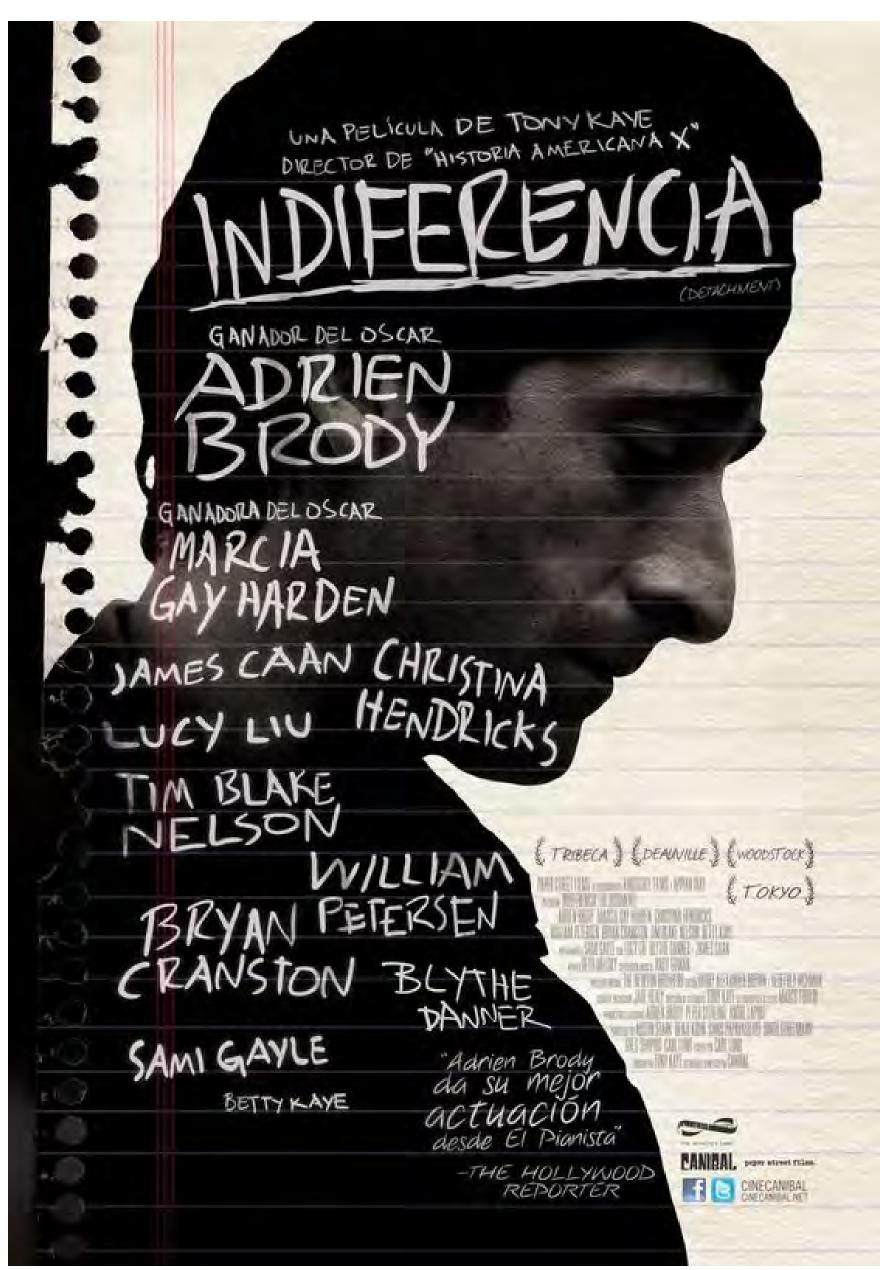


CONSIGLI

Realizzare sempre degli schizzi con penna o matita su carta, successivamente passarli allo scanner e infine trasferirli in un programma di grafica vettoriale, vettorializzando il lettering, in modo da poterlo rifinire in digitale, togliendo le imperfezioni troppo marcate, allineando in modo coerente le lettere, gestendo spessore delle linee e, ovviamente, colorandolo.

- ∧ Poster per spettacoli teatrali, David Plunkert (USA),
 2011-2013

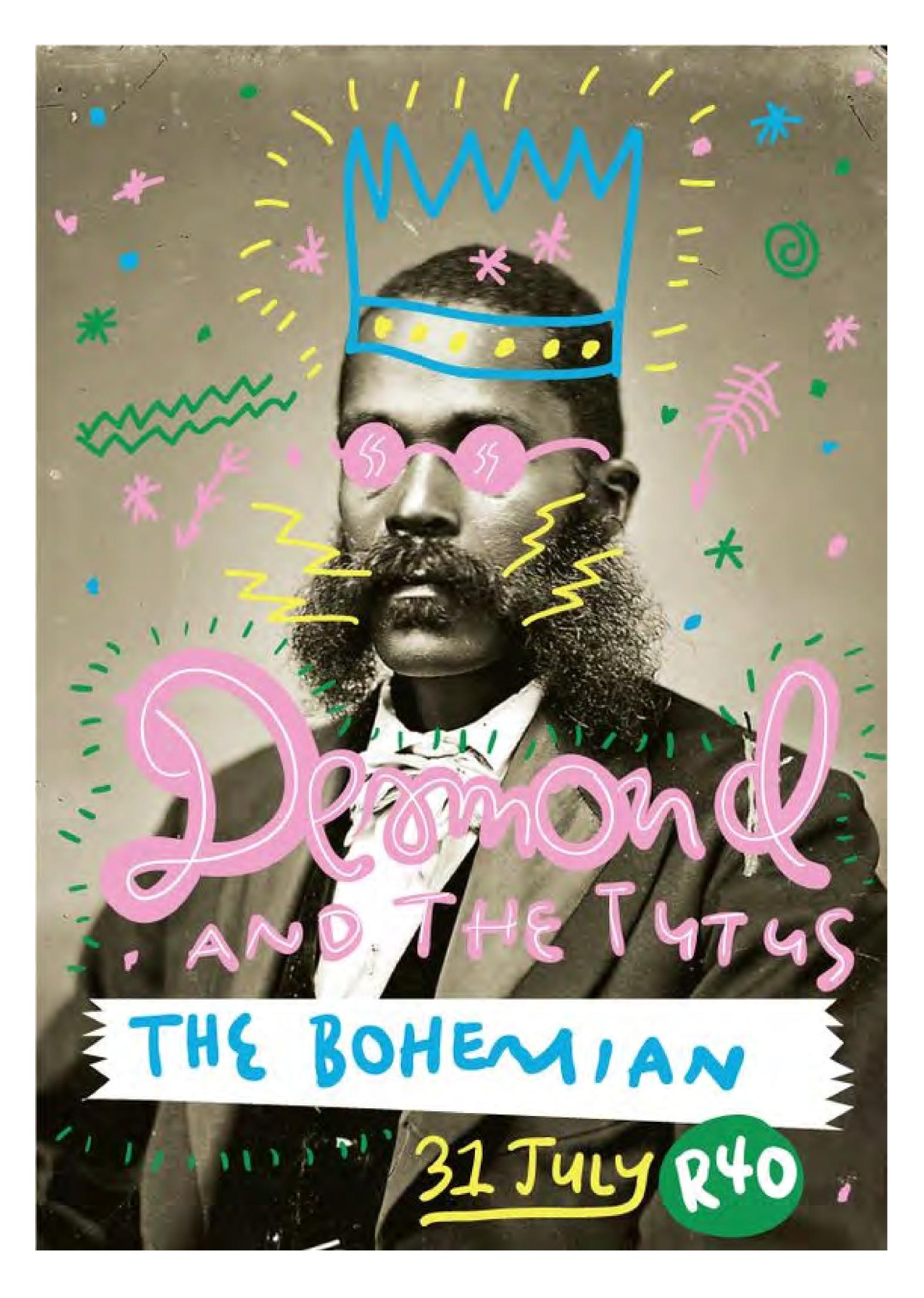




⊼ Torment/ Cement-NY, Doug Alves (Brasile), 2015

VEDI IL PROGETTO >

↑ Poster *Detachment*, Showbeast (USA), 2011



↑ Gig Poster, Shane Durrant (Sudafrica), 2010 ca.

OGGETTI READY-MADE

La grafica ha sempre amato **gli oggetti.** Soprattutto nella progettazione di poster e copertine dei libri, gli oggetti più disparati vengono fotografati (o scannerizzati) e inseriti nel progetto grafico. Anzi, sono loro i protagonisti del progetto grafico.

In alcuni casi si utilizzano oggetti coerenti con il progetto (per creare un'associazione di idee oppure, al contrario, per generare sorpresa o straniamento), in altri questi oggetti vengono costruiti, assemblati o modificati ad hoc, soprattutto usando Photoshop per aumentare l'effetto straniante e bizzarro dell'immagine.

Questo tipo di approccio viene molto usato in ambito culturale e negli ultimi anni sempre meno in ambito pubblicitario ed editoriale.



↑ Poster per *AIGA Colorado*, Stefan Sagmeister (Austria/ USA), 2008







K↑← Poster festival e teatro, Isidro Ferrer (Spagna), 2011-2015

CONSIGLI

Curare molto lo scatto fotografico, dotandosi di una buona fotocamera e di luci adatte all'illuminazione dell'oggetto.

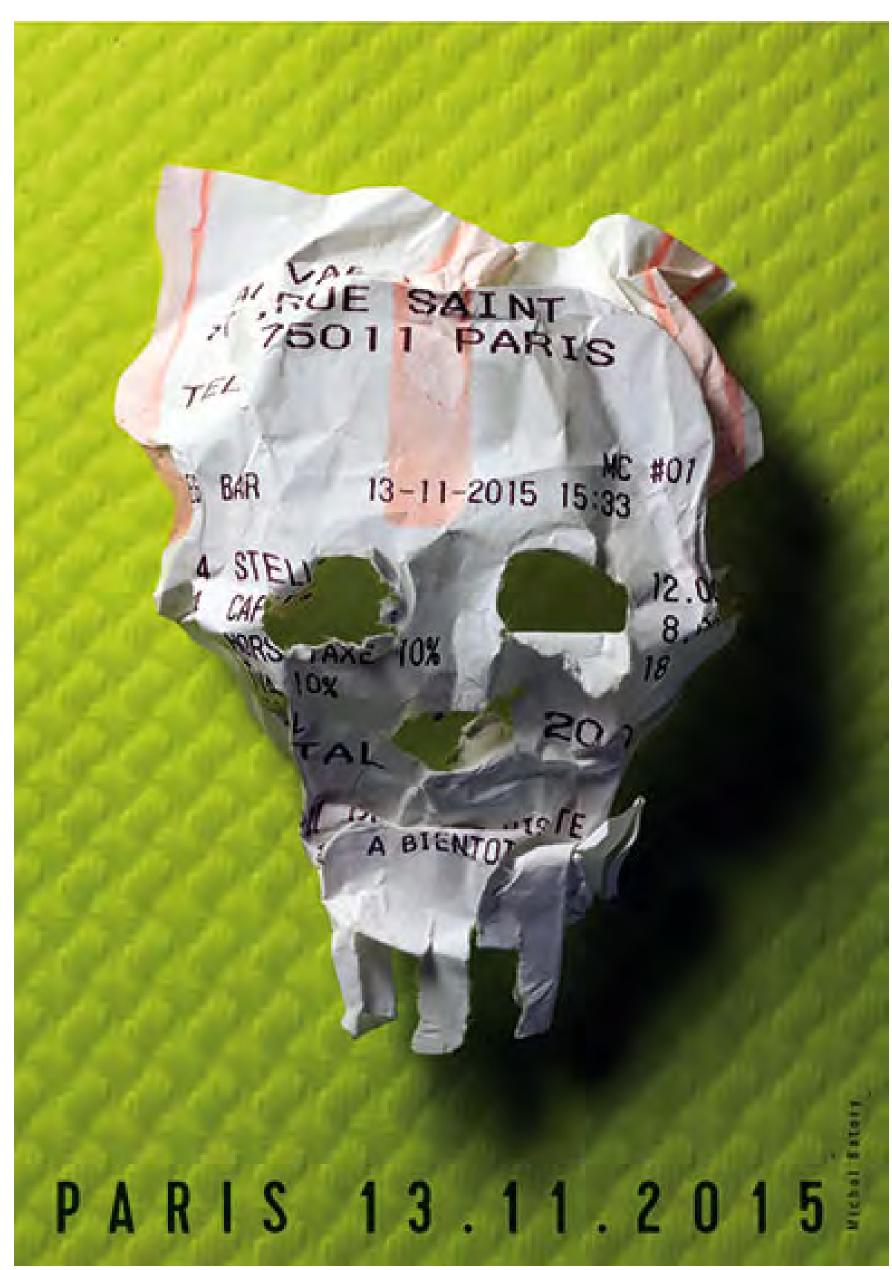
Altro consiglio è di cercare il più possibile di usare le **ombre naturali** e quindi di utilizzare quelle dello scatto, evitando interventi in post-produzione che possono creare un effetto posticcio (in genere attraverso scontorni approssimativi e ombre ricostruite in modo troppo regolare).

Rispetto a qualche anno fa, è possibile creare immagini con oggetti trovati in qualsiasi luogo, usando come fotocamera i nostri smartphone o iPhone (sempre che i loro obiettivi abbiano una buona risoluzione); in questo caso è importante settare la dimensione dell'immagine che viene prodotto con lo scatto fotografico in modo che abbia una dimensione compatibile con le dimensioni di stampa in cui la si vorrà utilizzare.



↑ Poster festival e teatro, Isidro Ferrer (Spagna),2011-2015





∧↑ Poster per festival, Michal Batory (Polonia), 2015

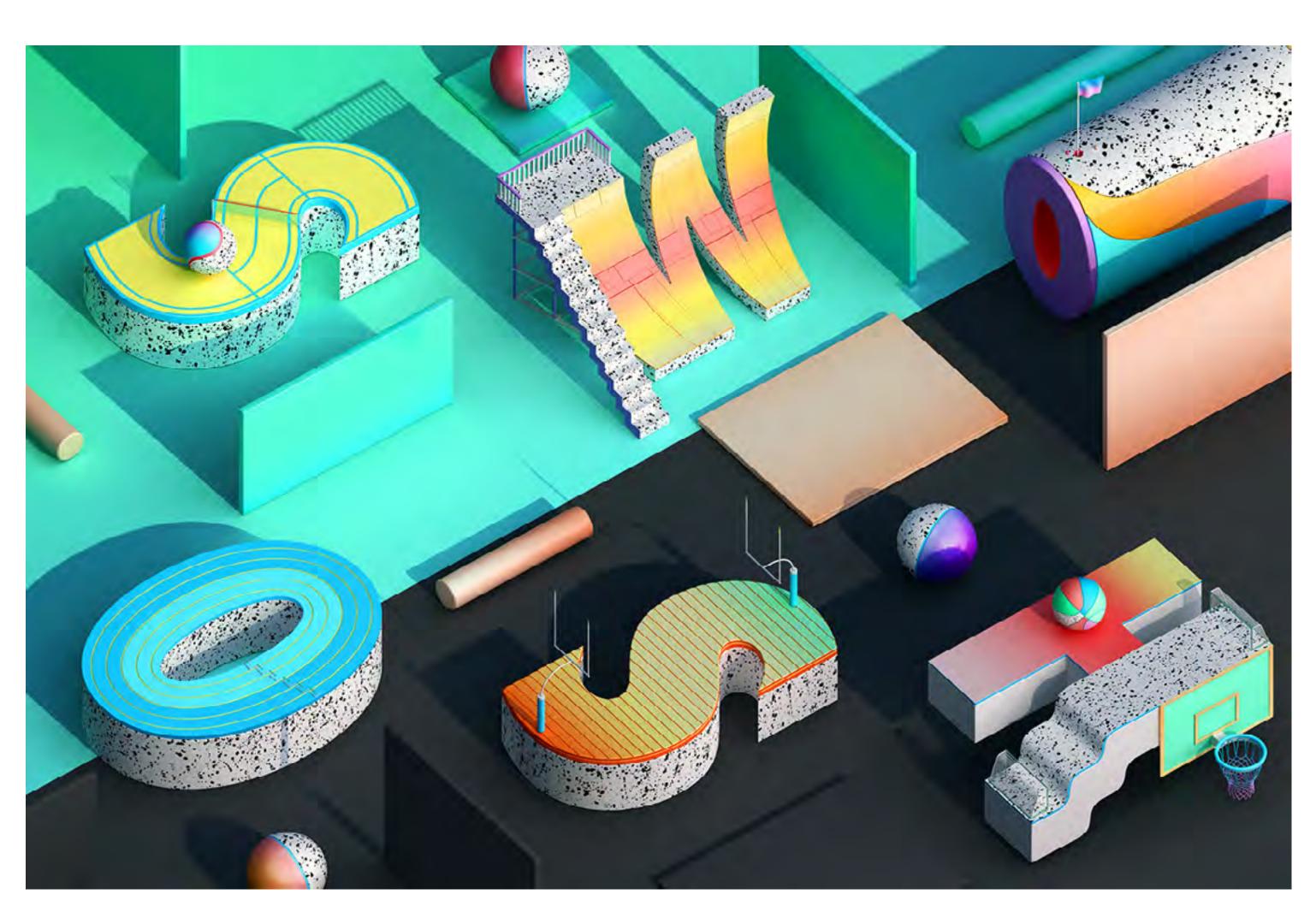
GRAFICA 3D

Questo tipo di approccio sembra legato più alle immagini contenute nei progetti grafici, che alla grafica in sé. Potrebbe essere un sotto-trend della grafica con illustrazioni o della grafica tipografica, ma utilizza in modo marcato il 3D e la sua estetica.

Negli ultimi anni, per ottenere immagini con questo effetto, si utilizzano sia software di modellazione 3D che modelli reali (in carta, legno, plastica, etc.) fotografati, tanto che alle volte è difficile distinguere l'uno dall'altro.

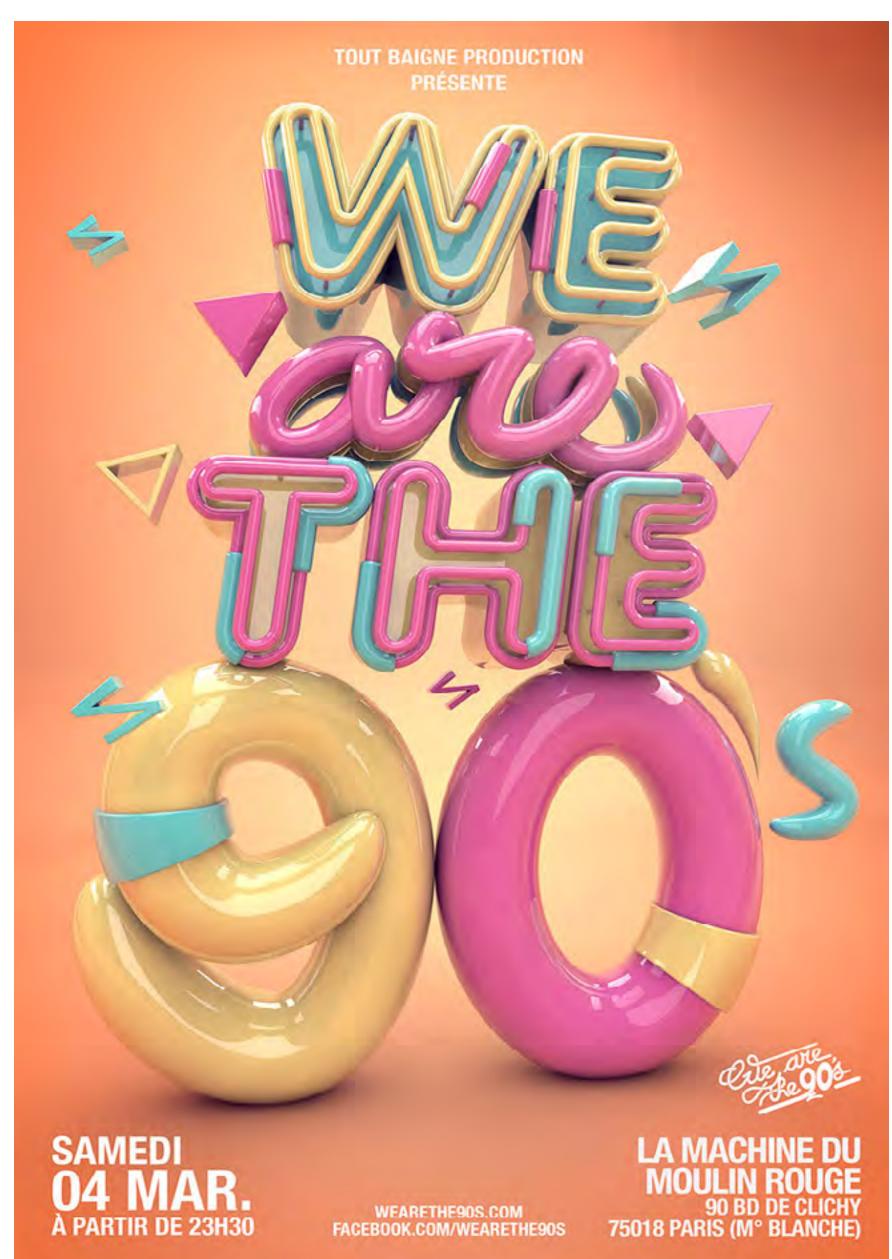
Questo tipo di grafica è generalmente molto colorata e molto spesso utilizza elementi astratti oppure organici.

Non è adatta a comunicazioni informative, ma si presta bene all'**advertising** e alla realizzazione di **poster** per festival ed eventi musicali.



↑ 3d type collection 1, Ilovedust (Regno Unito), 2017





↑ Poster We are the 90's, Alexis Persani (Francia), 2017

VEDI IL PROGETTO >



↑ Immagine coordinata dei Giochi Olimpici di Rio de Janeiro, Fred Gelli/Tàtil (Brasile), 2015

VEDI IL PROGETTO >

CONSIGLI

Imparare a maneggiare i software di modellazione 3D più semplici (come i gratuiti **Blender** e **SketchUp**) e gli strumenti 3D di **Photoshop** e **Illustrator**. Poi saper immergere nel giusto contesto (composizione del layout e uso di colori e lettering) l'immagine ottenuta.

Non bisogna eccedere in dettagli o in realismo: anche solo usando qualsiasi forma (geometriche, organiche, inventate) si ottiene un risultato interessante. Infatti l'effetto realistico dei modelli 3D è dovuto al giusto calcolo della vista in prospettiva e all'angolazione ed estensione delle ombre.

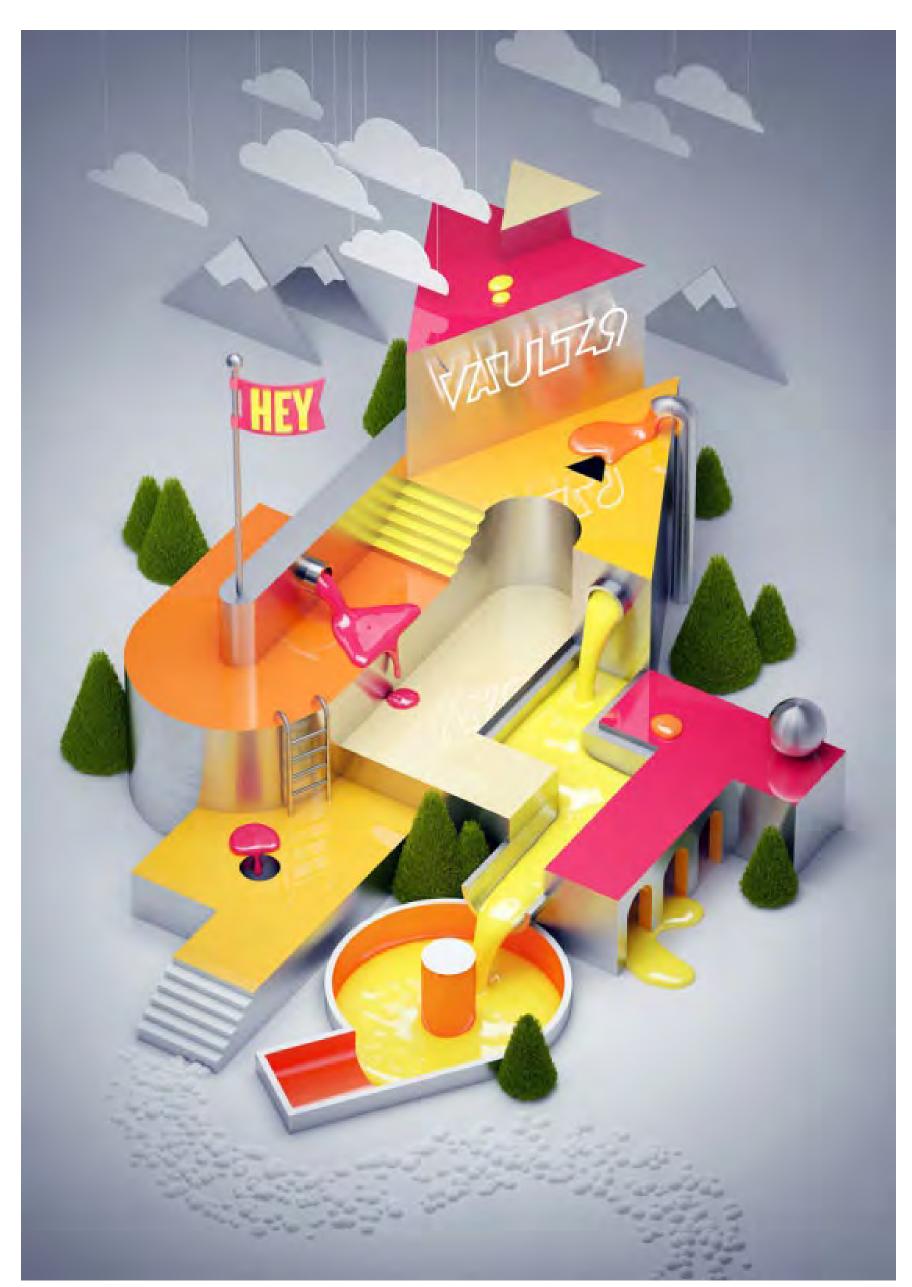
Quindi anche soltanto il semplice modello 3D di una sfera può creare risultati interessanti in un progetto grafico.

GRAFICA 3D ARTIGIANALE

Sempre di 3D si tratta dopotutto: ritagliare la carta, costruirci modelli, illustrazioni, lettering e fotografarli è un approccio artigianale e manuale alternativo alla modellazione tridimensionale. Pur nella pulizia e precisione dei modelli, difficilmente distinguibili da un certo tipo di grafica generata in digitale, la carta ha un non so che di "umano", caldo e divertente che ancora il digitale non riesce a restituire. Ci sono molti campioni di questo tipo di grafica/illustrazione: alcuni montano i loro modelli tridimensionali dopo averli progettati, altri creano elaborate composizioni soltanto ritagliando la carta, altri ancora cercano con il digitale di riprodurre questi effetti.



↑ Campagna per *Pro Delight*, Hochburg Design (Germania), 2017



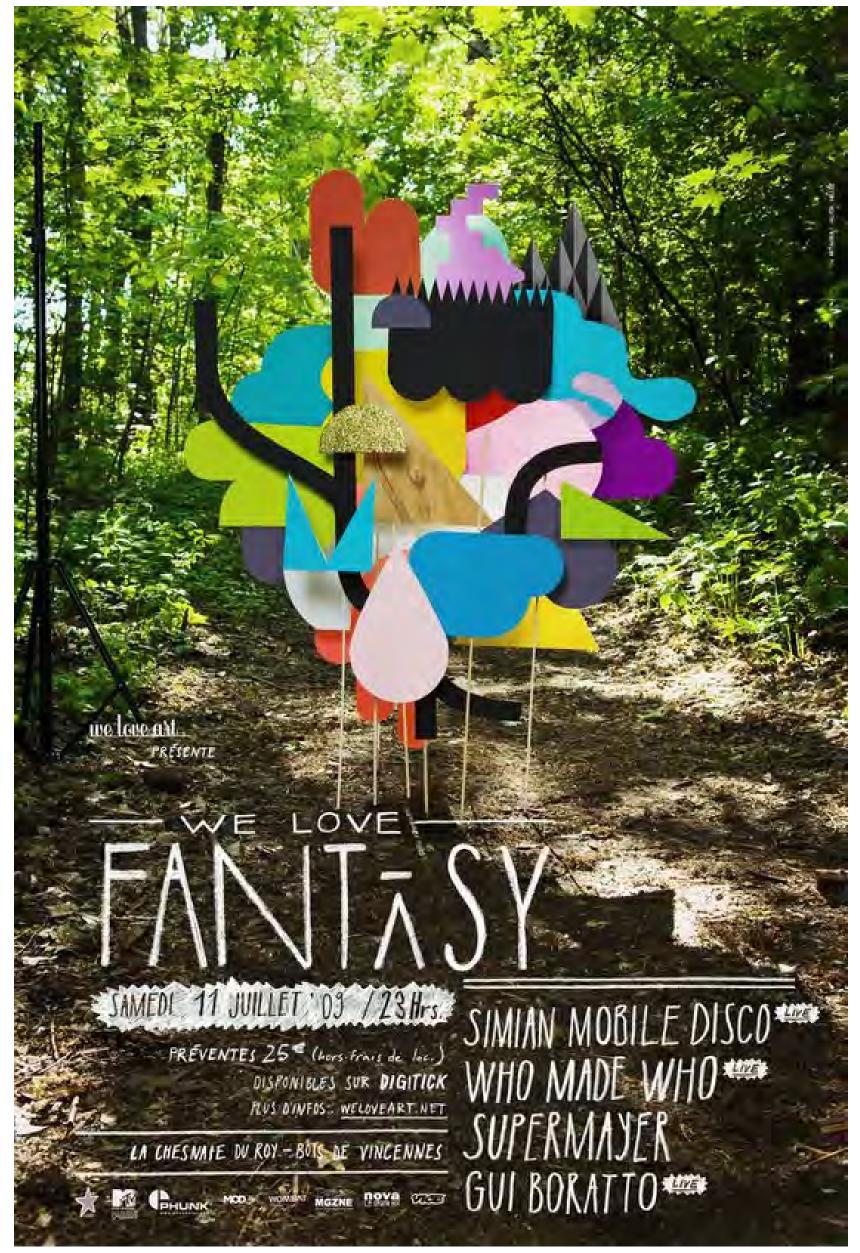


↑ Poster Fête du Livre de Villeurbanne, Louis Rigaud (Francia), 2013

VEDI IL PROGETTO >

Progetto grafico, Vault49 (USA)





↑ Poster *We love fantasy,* Julien Valée (Canada), 2009

VEDI IL PROGETTO >

Representation of the result of the resul







∧ ↑ ↑ Campagna per Malmo Festival, Snask (Svezia), 2013

CONSIGLI

Armarsi di forbici, carta, colla, precisione, tanta buona volontà e una buona macchina fotografica. L'alternativa è cercare di riprodurre questi effetti con Illustrator e Photoshop: un sapiente uso di forme, colori e soprattutto ombre può contribuire ad un buon risultato. Infatti le forme regolari dei ritagli e dei modelli di carta restituiscono ombre anche loro regolari e quindi ben riproducibili in digitale.

4.4 Grafica ibrida

Esiste anche un tipo di grafica che prova a mescolare tutto, ma proprio tutto.

È all'estremo opposto del minimalismo, dato che è ridondante, bulimica, barocca e a volte caotica.

Può richiamare estetiche underground e alternative, oppure più pop.

Può essere disturbante oppure divertente. Può essere elegante oppure bellamente anarchica.

Non sono molti i progettisti che osano questo tipo di approccio, ma continua, grazie a dio, a sopravvivere in un mondo così dominato dalla tecnologia e dalle competenze digitali.

CONSIGLI

Nessuno. Tutto è lecito.



- ← Copertina per *The New York Times Magazine*, Sagmeister & Walsh (USA), 2017
- ↓ Campagna per *Frooti*, Sagmeister & Walsh (USA), 2015





↑ Progetto fotografico Having Guts Always Works Out For Me, Sagmeister & Walsh (USA), 2017

5. Conclusioni

CONSIGLI PER UN APPROCCIO PIÙ CREATIVO ALLA DISCIPLINA

La grafica non è una sola: possiamo immaginare che esista un tipo di grafica per ogni individuo che la crea. In realtà le strade percorse dal graphic design nella sua storia sono ben visibili e negli ultimi anni la tecnologia ha favorito ibridazioni di ogni tipo, ma anche, come già ricordato, una spinta verso la riscoperta di metodi analogici, artigianali e non tecnologici.

La grafica contemporanea è tutto questo e molto di più: si nutre continuamente di tutto ciò che viene prodotto dall'arte, dalle culture e dalle controculture, dalle mode e dalle ribellioni. Tutta la cultura visiva viene citata, rivisitata e trasformata dalla grafica moderna.

Per questo è necessario che chi fa grafica guardi, studi, archivi quanto più possibile dal mondo della cultura visiva. Grazie al web sono disponibili migliaia di immagini realizzate da una moltitudine di artisti e progettisti.

Il primo consiglio è di **creare degli archivi per trovare ispirazioni, idee, stimoli,** usando piattaforme come **Pinterest** o app come **Diigo**.

Il secondo è di **sperimentare** qualcosa di nuovo e di diverso in ogni lavoro che si realizza, anche solo un piccolo insignificante particolare.

Il terzo è di **utilizzare vari stili** a seconda dei clienti e dei progetti; come scritto in ogni capitolo, alcuni tipi di grafica sono adatti per certi ambiti, altri no. Scegliere quello più adatto può essere la fase vincente della progettazione.

DEFINIZIONE DI CREATIVITÀ, MODI PRATICI PER STIMOLARLA.

La creatività è una competenza che va allenata. Con la pratica e con lo studio.

Non ha a che vedere con il talento, non è riservata a pochi, ma è una caratteristica innata dell'essere umano. La definizione che ne diede il matematico Henri Poincaré è considerata la più semplice ed efficace: "creatività è unire elementi esistenti con connessioni nuove, che siano utili".

Dunque creare cose nuove e utili con elementi esistenti. Altrimenti si parla di invenzione o di immaginazione e di fantasia.

Provare ad essere creativi è prima di tutto una missione per noi esseri umani, oltre che un obiettivo da perseguire per chi progetta grafica.

Per stimolarla all'interno del processo di progettazione grafica si consiglia di:

- → sperimentare sempre più soluzioni
- → mescolare, anche in modo casuale, gli elementi a disposizione
- creare gabbie e poi romperle
- → analizzare i concetti chiave di un progetto

La creatività è un atto di pensiero: è quindi importante prendersi del tempo per pensare, anche non davanti al monitor del nostro computer. Come ormai confermato da molti studi, disegno e scrittura a mano hanno un potere calmante e stimolante sulla nostra mente, quindi si consiglia di armarsi di penne, matite, fogli o taccuini e abituarsi a disegnare e scrivere per mettere giù le prime idee di un progetto. Esistono in commercio strumenti adatti a questo tipo di brainstorming creativo: taccuini per progettisti, blocchi con griglie prestampate per favorire progetti e successive scansioni, action notebook per sviluppare e gestire progetti. E ovviamente penne, markers e matite di ogni tipo.

CONSIGLI SU COME E DOVE APPLICARE QUESTI METODI E QUESTI APPROCCI NELLA GRAFICA DI TUTTI I GIORNI

La lamentela tipica di molti grafici è di non poter applicare certi approcci alla grafica commissionata loro: in genere si dà la colpa a clienti rozzi o a datori di lavoro gretti che in entrambi i casi impongono al povero grafico scelte improbabili ed esteticamente disastrose.

Se è vero, purtroppo, che questa situazione non è così rara, almeno in Italia, è anche vero che il grafico ha un sacco di opportunità per applicare ciò che impara e ciò che vuole sperimentare.

Esiste un cliente giusto per ogni tipo di grafica, una grafica giusta per ogni tipo di progetto. Dobbiamo imparare a riconoscerla, svilupparla e proporla nel modo giusto. Si progetta quasi sempre per un committente, non per sé stessi: si deve imparare ad ascoltarne, capirne e anticiparne le esigenze, i bisogni, i gusti, cercando di mediare tra il nostro approccio e le sue aspettative.

Nell'ebook ci sono delle indicazioni che possono aiutare i grafici a scegliere il tipo di grafica più adatto ad ogni progetto. Ma non ci sono regole e in ogni caso il bello è anche romperle, le regole.

6. Consigli tecnici

QUALCHE CONSIGLIO PER USO CREATIVO DEI SOFTWARE

I software per fare grafica offrono ormai moltissime possibilità, e così gli strumenti come scanner, fotocamere e smartphone. Dobbiamo cercare di trarre sempre il meglio da ognuno di questi, capendo come, perché e quando usarlo. Ad esempio, i tre principali software Adobe per fare grafica (Photoshop, Illustrator, Indesign) hanno caratteristiche diverse ed è importante saperle integrare in modo da utilizzare ognuno di loro al momento giusto.

Photoshop è perfetto per costruire e modificare immagini. È uno dei migliori programmi di fotoritocco in circolazione ed è ottimo anche per la pittura e il disegno digitale (soprattutto se integrato dall'acquisto del giusto set di pennelli). Non è certo fatto per gestire testi lunghi, costruire grafica vettoriale e non può produrre file multipagina.

Illustrator è ormai un programma molto versatile: al suo interno si possono costruire immagini (vettoriali) e si possono gestire testi e file con più pagine che possono essere poi mandati in stampa. È il programma per creare e modificare PDF.

È quindi adatto alla creazione di immagini singole e di: file per la stampa, soprattutto monopagina o con poche pagine (poster, flyer, cartoline, copertine di libri, pieghevoli, etc.), file multimediali, file per usi online, illustrazioni. Non è il massimo quando si tratta di gestire impaginati e testi lunghi.

Indesign è il programma di impaginazione per eccellenza: la sua forza è la gestione di molte pagine e di testi lunghi. In pratica, è perfetto per gestire impaginati, sia di una pagina che di mille.

Non è un programma per disegnare, ma ha strumenti di disegno vettoriale e per la creazione di forme. Lo si può considerare il programma di composizione grafica per eccellenza: un flusso di lavoro tipico è di preparare un'immagine in Photoshop o Illustrator per poi inserirla dentro un documento di Indesign con il quale si costruirà la parte grafica, quindi font, colori, elementi grafici, testi. Rispetto ad Illustrator ha una migliore capacità di creazione di PDF per la stampa, ha funzioni di controllo del file per rilevare gli errori, una precisa gestione del testo impaginato (kerning, avvicinamenti, sillabazioni, etc.), possibilità di creare e gestire indici e tante altre funzioni che lo rendono insostituibile per l'editoria (sia cartacea di libri che elettronica di ebook).

In alternativa a Photoshop, il software free più famoso è GIMP: la sua forza è il fotoritocco, ma può essere utilizzato anche per il disegno e la pittura digitale. È completamente OpenSource e ogni anno sviluppatori di tutto il mondo creano nuove funzionalità, plugin, strumenti per migliorarlo. Un altro editor di immagini da prendere in considerazione, pur essendo più limitato di Photoshop e GIMP, è sicuramente Paint.net.

Sul versante gratuito e Open Source, si può provare Inkscape, un ottimo programma di grafica vettoriale. Lo si può considerare un fratello minore di Illustrator: ha dei limiti e un funzionamento meno brillante, ma se saputo usare è un ottimo software con cui iniziare e capace di gestire anche documenti complessi. E sicuramente è l'unica vera alternativa free a Illustrator.

Canva è un'altra ottima alternativa per la creazione di singole immagini con testo: nasce come servizio online

per la creazione di header e immagini per i social e pian piano ha incrementato le sue funzionalità, fino a diventare un'ottima alternativa per chi vuole creare immagini rapidamente e che abbiano un buon equilibrio di composizione, bei font e buone ispirazioni grafiche da utilizzare.

Anche sul fronte dell'impaginazione ci sono alternative ad Indesign. Scribus è un software di impaginazione totalmente gratuito e OpenSource. Non ha la versatilità e la potenza di Indesign, è un po' più macchinoso da usare e l'interfaccia non è intuitiva, ma è l'unica vera alternativa free per impaginare libri, quindi merita un po' di attenzione soprattutto per studenti o per utilizzatori occasionali e dilettanti di grafica.

7. Bibliografia minima

Introduzione alla grafica Quentin Newark (Logos ed., 2003)

Atlante della grafica. Ediz. illustrata Francisco Maia (Logos ed., 2009)

Critica portatile al visual design Riccardo Falcinelli (Einaudi, 2014)

100 idee che hanno rivoluzionato il graphic design Steven Heller (Logos ed, 2012)

Sei proprio il mio typo. La vita segreta dei caratteri tipografici Simon Garfield (TEA, 2015)

Il libro del graphic design Steven Heller (Vallardi, 2016)

Free graphics. La grafica fuori delle regole nell'era digitale
Dario Rossi
(Lupetti, 2006)

Things I have learned in my life so far Stefan Sagmeister (Abrams, 2003) How to Use Graphic Design to Sell Things, Explain Things, Make Things Look Better, Make People Laugh, Make People Cry, and (Every Once in a While) Change the World Michael Bierut (Thames and Hudson Ltd, 2016)

How to be a Graphic Designer
Without Losing Your Soul
Adrian Shaughnessy
(Laurence King Publishing, 2010)

8. Linkografia aggiuntiva

Link a risorse, graphic designer e quant'altro legato ai temi della progettazione grafica che si trovi sul web e non sia già stato citato all'interno di questo e-book.

Il canone Vignelli

https://www.vignelli.com/canon.pdf

Shape of Design - Frank Chimero

https://shapeofdesignbook.com/chapters/01-how-and-why

AIAP - Associazione Italiana design della comunicazione visiva

http://www.aiap.it

AIGA the professional association for design

https://www.aiga.org/

Alliance Graphique Internationale

http://a-g-i.org/

Graphis Magazine

http://www.graphis.com/

Eye magazine

http://www.eyemagazine.com

Design Matters

https://www.designmattersmedia.com/designmatters

Blog di creatività visiva

https://www.creativebloq.com

How Design Magazine

http://www.howdesign.com

Print Magazine

http://www.printmag.com

Behance: il network dei creativi

https://www.behance.net

L'autore

Alessandro Bonaccorsi è un Visual Designer, Facilitatore Grafico e Illustratore.

Dal 2003 lavora per clienti come Save The Children, Renault Italia, Max Meyer.

Sue illustrazioni sono state pubblicate su: Il Sole 24Ore, La Stampa, Internazionale, Diario Europeo.

È stato selezionato tra i "200 best illustrators worldwide 14-15" dal Lürzer's Archive, per l'American Illustrator Annual e l'Annual illustratori Italiano.

Ha ideato il corso di *Disegno Brutto* che da marzo 2017 sta portando in giro in mezza Italia, provando a rieducare al disegno persone che non sanno più farlo.

Ha un blog SHIVU.it che parla di creatività, ispirazione, visual culture, illustrazione e grafica.

Ha scritto il libro *"Illustrazione, l'immaginario per professione"* per Alkemia Books.

"Crede in un mondo non-competitivo, nella condivisione delle idee e nella cultura visiva come potente veicolo di benessere per la società".

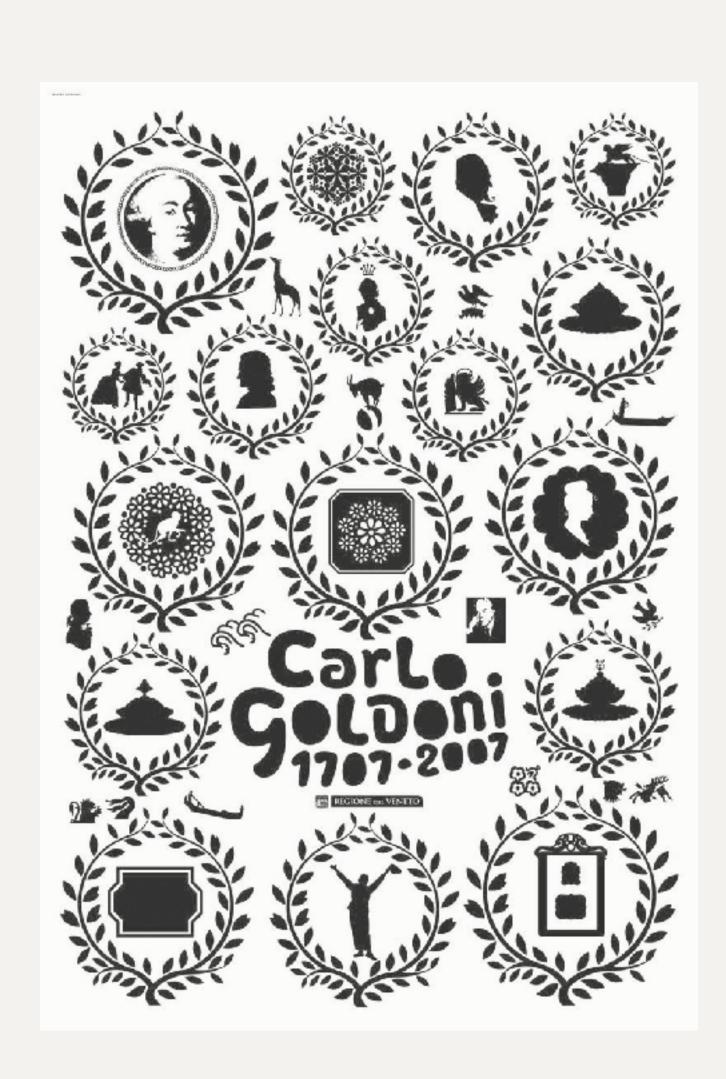
Il suo sito è www.bonaccorsiart.com



Licenza:

Creative Commons - Attribuzione, Non opere derivate 4.0.

Tutti i diritti riservati. Sono vietati il caricamento nonché la pubblicazione online di questo testo, sia in parte che nella sua totalità, salvo previa autorizzazione scritta dell'editore. Per richiedere l'autorizzazione, si prega di contattare l'editore all'indirizzo: blog@pixartprinting.com



pixartprinting

