

GIOVANI IN DIALOGO: NUOVI SCENARI, NUOVI BISOGNI L'EDUCAZIONE TRA PARI PROMUOVE LA SALUTE

Introduzione alla comunicazione visiva

a cura di Moraschetti Giampietro

22 Aprile 2024



Intro

**L'esigenza di esprimersi e comunicare
è insopprimibile negli esseri umani
e si realizza attraverso
un sistema organizzato di segni.**

"Grafica" deriva dal greco *graphein*,
che significa **scrivere, disegnare, incidere.**

Significato antico,
che racchiude il concetto di grafica anche oggi:
sulla carta, in tv, in Internet, nella pubblicità.

Il termine grafica indica genericamente il prodotto della **progettazione** orientata alla **comunicazione visiva**.



Concetti generali di comunicazione visiva

Nel campo della comunicazione per immagini
il messaggio è il "testo visivo" o meglio un prodotto visivo.



Gli elementi informativi messi in gioco (linguistici e grafici)
devono esprimere **coerenza e coesione**
sia sul piano del senso, sia su quello della forma

Concetti generali di comunicazione visiva

La **coerenza** è la continuità di senso tra ciò che si intende comunicare e l'espressione scelta per comunicarlo, tra ciò che si vuole trasmettere e come lo si trasmette, in rapporto alle capacità cognitive e alle aspettative dell'utente.

La **coesione** è la correlazione fra tutti gli elementi (linguistici e grafici) presenti in un messaggio visivo.

La comunicazione visiva avviene attraverso una complessa articolazione di segni che interagiscono, estendendosi da un codice all'altro.

Ogni segno visivo è la rappresentazione di un concetto

Concetti generali di comunicazione visiva

Cosa c'è in questo prodotto visivo?



Concetti generali di comunicazione visiva



fotografia (visual)

colori: fondo nero e corpo
del testo rosso

parole (con un significato)

tipo di **lettering**

proporzioni

riferimento del **marchio**

Concetti generali di comunicazione visiva

Ogni messaggio utilizza codici socialmente riconosciuti e comprensibili e riflette un'intenzione comunicativa.

Es. Codice linguistico, immagini, icone...

Gli elementi di un prodotto visivo concorrono nel determinare il significato del messaggio.

*Per esempio le parole CATTIVI DENTRO
potrebbero evocare contesti e significati svariati*



CATTIVI_DENTRO



CATTIVI_DENTRO

CATTIVI_DENTRO



CATTIVI_DENTRO





CATTIVI_DENTRO



CATTIVI_DENTRO

CATTIVI_DENTRO



Rapporto fra immagine e testo

Qual è il rapporto tra immagine e testo?

L'immagine può dare adito a molte potenziali interpretazioni, il testo limita queste interpretazioni e determina il significato del messaggio.

Esistono due forme di ancoraggio tra immagine e testo

denotativo: quando il testo descrive ciò che l'immagine mostra

connotativo: quando il testo indirizza l'interpretazione dell'immagine verso uno specifico significato tra i tanti possibili.

Rapporto fra immagine e testo

Denotativo



Rapporto fra immagine e testo

Denotativo.



Il fumatore medio ha bisogno di più di 5.000 sigarette all'anno. Sganciati...

Publicità Sociale

I messaggi di salute sfruttano, al pari di quelli dell'area commerciale, un'ampia gamma di **stili linguistici** al fine di catturare con efficacia l'attenzione dei destinatari.

Si spazia da **toni amichevoli, positivi e rassicuranti** che offrono soluzioni possibili ai problemi, a **toni drammatici e scioccanti** che mirano a colpire con grande impatto l'emotività dei destinatari.

Tra questi due estremi, si collocano altre strategie linguistiche, quali ad esempio **l'utilizzo dell'ironia**, che permette di coinvolgere il target attraverso l'effetto sorpresa, evitando di generare turbamenti.

Publicità Sociale... paternalistica



Publicità Sociale... informativa

Advertisement

APPENA SMETTI DI FUMARE INIZI A GUARIRE

Dopo 1 settimana
il tuo senso del gusto e dell'olfatto migliorano

Fra 3 mesi
la vostra funzionalità polmonare comincerà a migliorare

Dopo 8 ore
il monossido di carbonio in eccesso è stato espulso dal tuo organismo

Dopo 1 settimana
i tuoi polmoni riacquistano la capacità di pulirsi

Dopo 1 anno
il rischio di una malattia cardiaca si è dimezzato

Dopo 5 giorni
la maggior parte della nicotina è stata espulsa dall'organismo

Dopo 1 anno
il consumatore di un pacchetto di sigarette al giorno avrà risparmiato oltre \$4000

EVERY CIGARETTE YOU DON'T SMOKE IS DOING YOU GOOD

Quitline 137848
australia.gov.au/quitnow

Australian Government

Authorised by the Australian Government, Capital Hill, Canberra
Printed by LOUD Pty Ltd Level 6, 41 McLaren Street, North Sydney NSW, 2060

WHEN YOU QUIT SMOKING - A timeline

20 MIN
Your heart rate drops, your blood pressure and pulse decrease, and the temperature of your hands and feet increases

8 HOURS
The oxygen levels in your blood increase as the carbon monoxide levels return to normal

1-2 DAYS
Your chance of a heart attack decreases and your sense of taste begins to return

1-3 MONTHS
Circulation improves and exercising will be easier

4-9 MONTHS
Coughing and shortness of breath decreases and overall energy levels improve

2-5 YEARS
Stroke risk is reduced to that of a non-smoker's and risk of cancers of the mouth, throat, oesophagus and bladder is halved

1 YEAR
Risk of coronary heart disease decreases to half that of a current smoker

10 YEARS
The risk of dying from lung cancer is halved, and the risk of kidney cancer and cancer of the pancreas decreases

Did you know?

2-3 DAYS
Withdrawal symptoms are at their worst. They should subside entirely in just a few weeks. **Don't give up.**

75% RELAPSE
Remember that the health benefits of quitting far outweigh the discomfort. **You can do this.**

5-7 DAYS
Many smokers try to quit more than once. Make sure you have a **strong support system.**

Sources: www.cdc.gov/tobacco/quit_smoking/how_to_quit/benefits/index.htm
health.clevelandclinic.org/happens-body-quit-smoking-infographic/
quityes.org/facts-about-quitting-tobacco.php

Why it's never too late to stop smoking

Protective cells cut the risk of lung cancer in ex-smokers

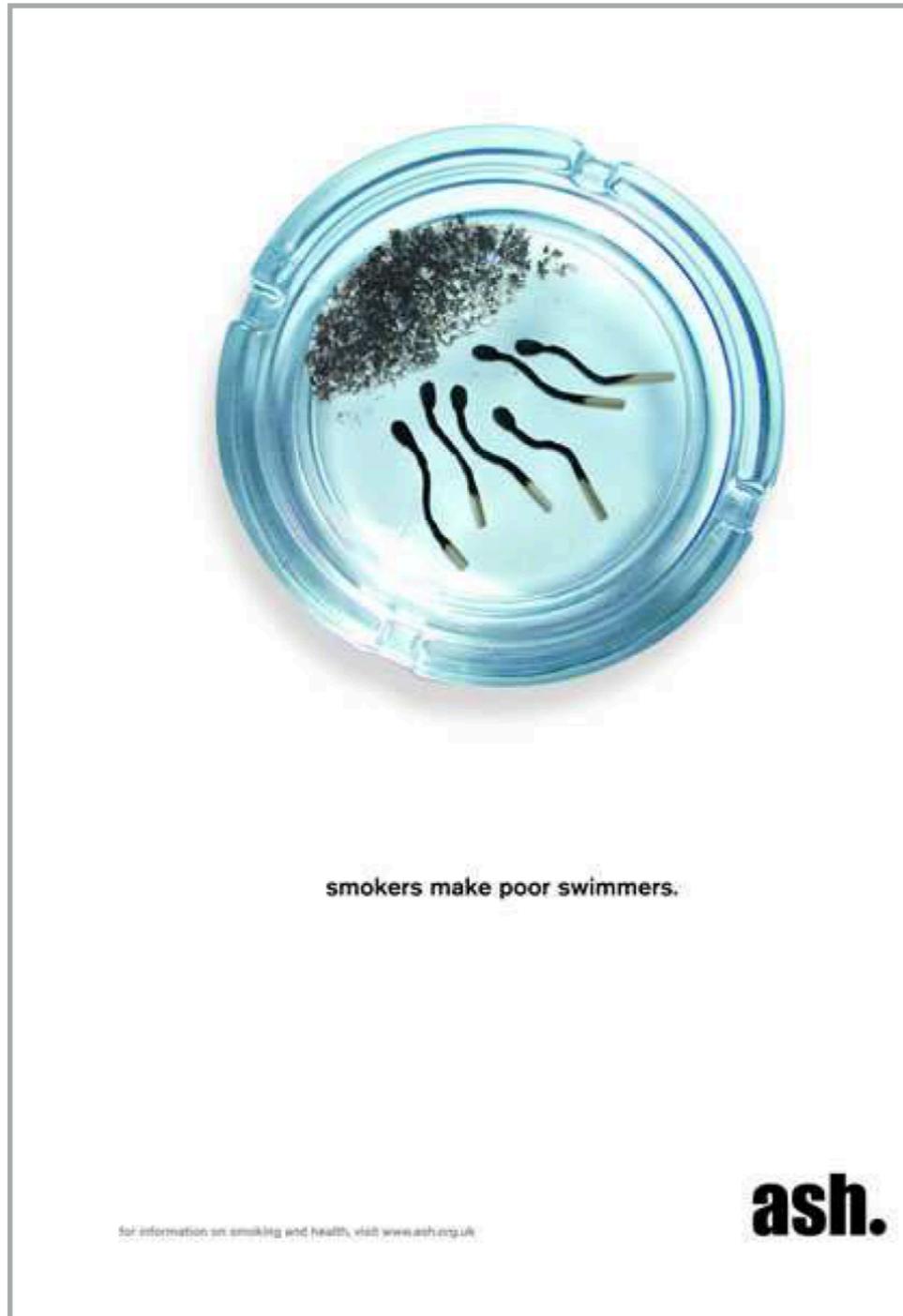
never smoked
100% of cells are 'near-normal'

smokers
4-10% of cells are 'near-normal' - they have some 'holes' from the smoke
90-96% of lung cells have up to 10,000 extra mutations compared with non-smokers

ex-smokers
20-40% of cells are 'near-normal'
4x more 'near-normal' cells than smokers. These cells may make up when people stop smoking and start to actively repair the lungs to protect against cancer.

Logos: sanger, UCL

Publicità Sociale... ironica



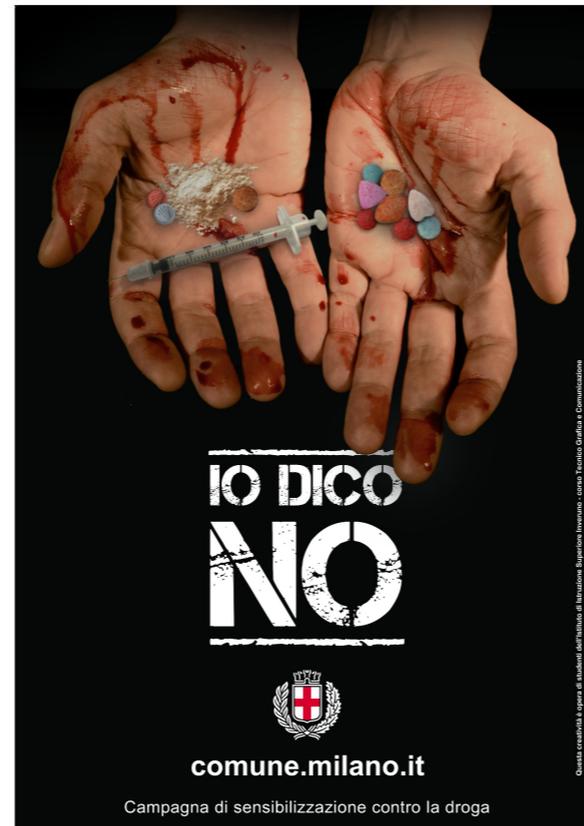
Pubblicità Sociale... il target racconta



Publicità Sociale... testimonial



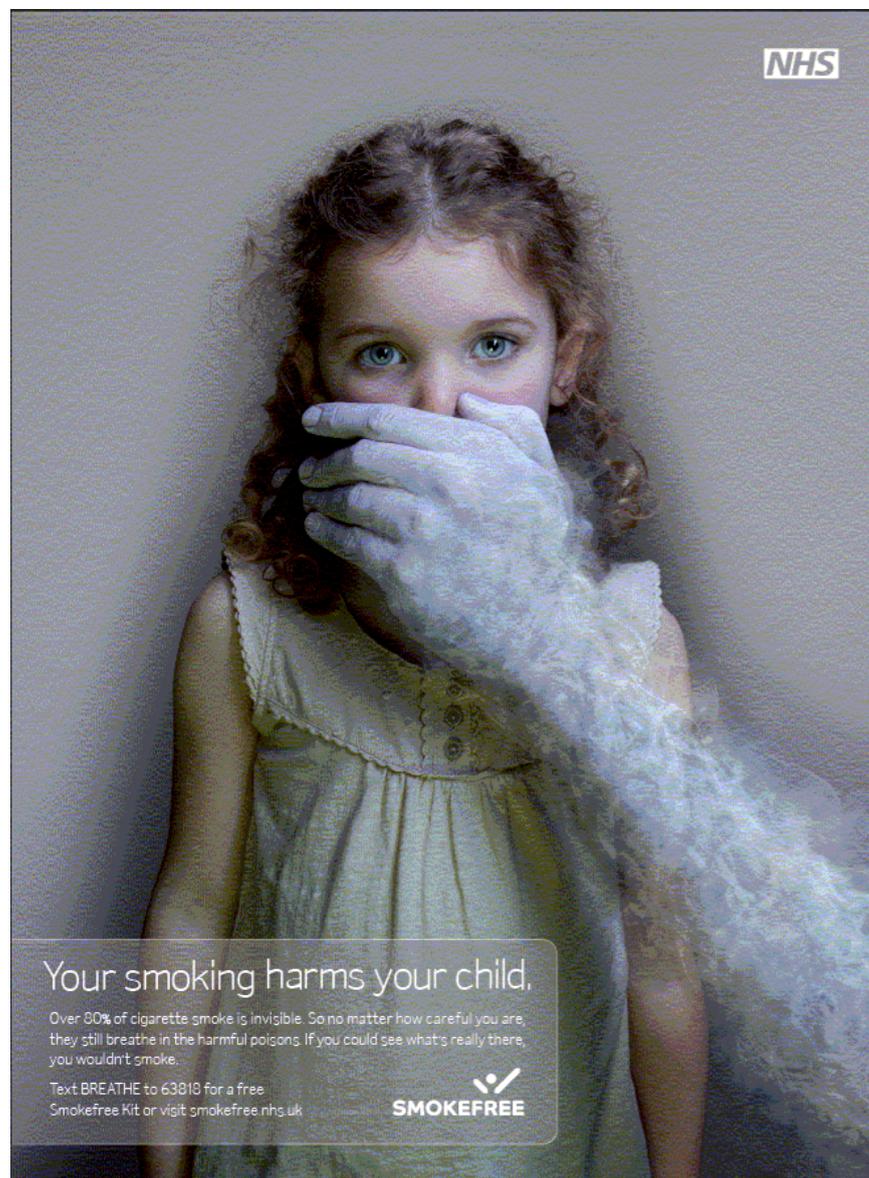
Pubblicità Sociale... simboliche



Publicità Sociale... fear appeal



Publicità Sociale... fear appeal



Publicità Sociale

Data l'importanza dei temi di salute, spesso si ritiene erroneamente che essi siano di sicuro interesse per il target, invece anche i messaggi di salute devono sottostare alle regole pubblicitarie. **Da ciò deriva che la loro efficacia è direttamente proporzionale alla loro qualità espressiva.**

Il primo elemento di tale qualità è legato alla capacità di intercettare l'**attenzione** del proprio target superando la percezione selettiva tutti quei filtri che gli individui pongono nei confronti dei continui e numerosi messaggi cui sono esposti nell'arco della giornata [...].

La pubblicità sociale dovrà essere prima di tutto interessante, per non passare inosservata di fronte al destinatario che potremmo definire "**utente pigro**" (Gadotti, Bernocchi, 2010).

Publicità Sociale: consigli!

Originalità. Farsi vedere, farsi notare, farsi ricordare, altrimenti il messaggio si perderà nel mare magnum dell'**attention economy**.

Concretezza: Chiarezza del messaggio (evidenziare i benefici e incoraggiare azioni concrete)

Emozione E' necessario suscitare emozioni, toccare la sfera dei sentimenti, smuovere gli animi.

Storie La storia, il racconto è una forma espressiva efficace per spingere all'azione. La storia ispira, coinvolge.

Durata/Ripetizione

Segmentazione **target**

Pluralità di canali e strumenti

Il progetto grafico

IL PROGETTO GRAFICO SI CARATTERIZZA PER:

superficie

colore

tipografia

immagine (visual.logo.elementigrafici.sfondo)

proporzioni

Tipografia

Può essere interessante vedere come cambia il significato di un messaggio costituito di una sola parola, per es. **“emozioni”**

modificando la TIPOGRAFIA

carattere,

il colore e la grandezza rispetto allo sfondo

o le proporzioni generali

EMOZIONI

EMOZIONI

EMOZIONI

EMOZIONI

EMOZIONI

emozioni

EMOZIONI

Emozioni

Il design è un processo di comunicazione visiva che si occupa di progettare e realizzare prodotti, servizi e ambienti che migliorano la qualità della vita e la comunicazione.

ATTENZIONE

Non sempre ad un'intenzione comunicativa corrisponde un successo della comunicazione!

Introduzione alla comunicazione visiva



Regole di composizione

La **Regola dei Terzi** e la **Regola Aurea**, sono alla base di ogni disciplina creativa e compositiva, anche alla base del nostro stesso modo di "vedere" e "percepire" il mondo che ci circonda.

La percezione umana mostra una naturale preferenza e predisposizione verso le proporzioni in accordo con la sezione aurea.

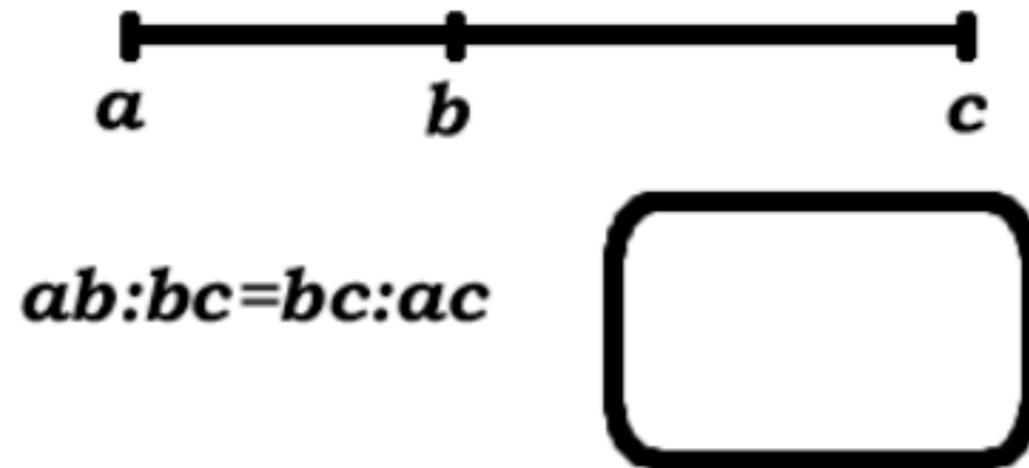
La sezione aurea riconosciuta come un rapporto esteticamente perfetto e piacevole è usata come base per la composizione di quadri, di elementi architettonici, foto, grafica pubblicitaria, siti web e altro.

La ricerca del numero aureo corrisponde alla ricerca della bellezza dell'opera fondata su un rapporto numerico ideale tra gli elementi che la compongono.

Regole di composizione Regola aurea

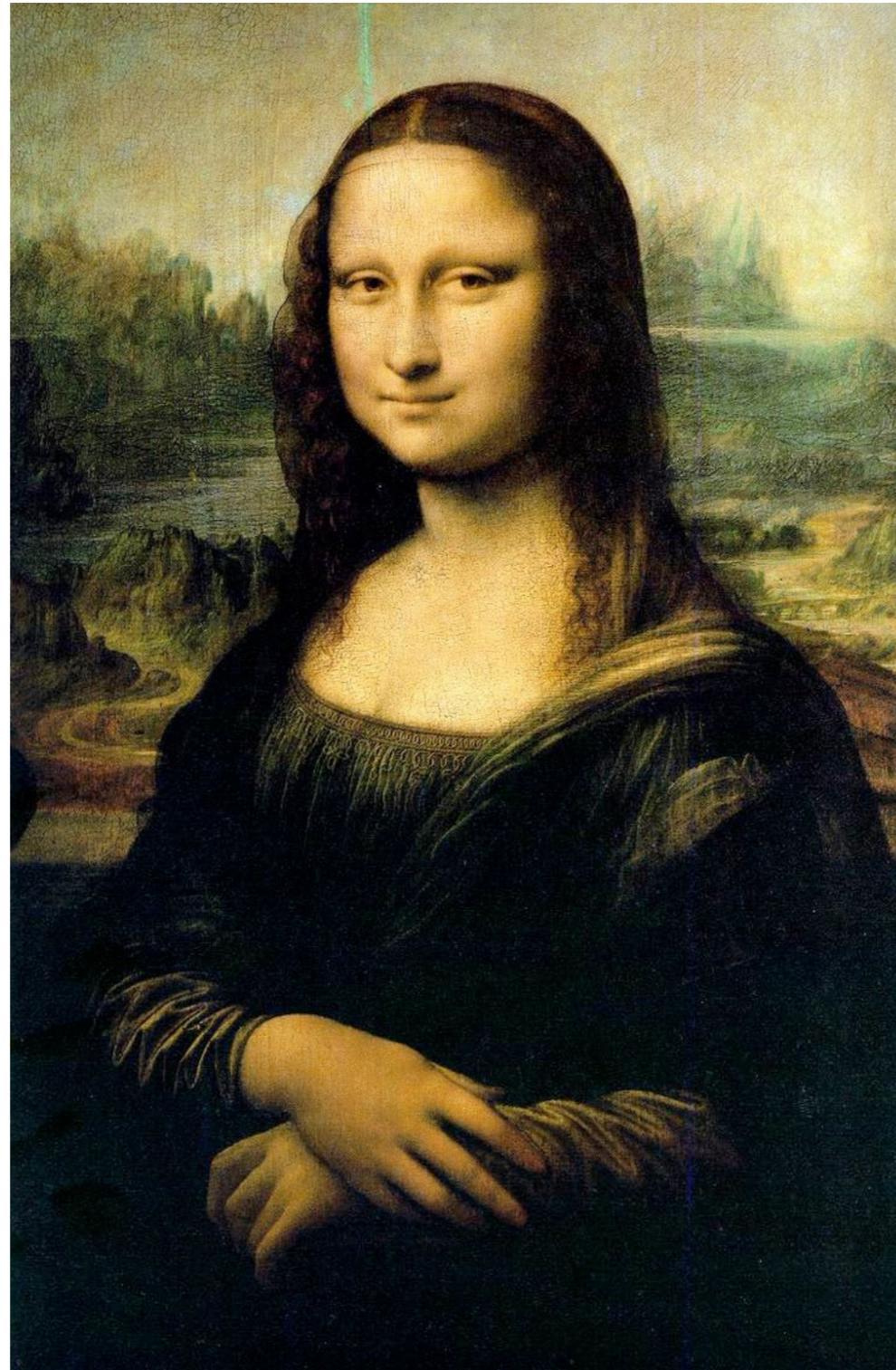
La sezione aurea, o numero d'oro (golden ratio in inglese), si ottiene anche:

1. una linea retta viene divisa in due parti diseguali
2. il rapporto tra la parte più piccola e quella più grande è uguale al rapporto tra la parte più grande e la lunghezza dell'intera linea.

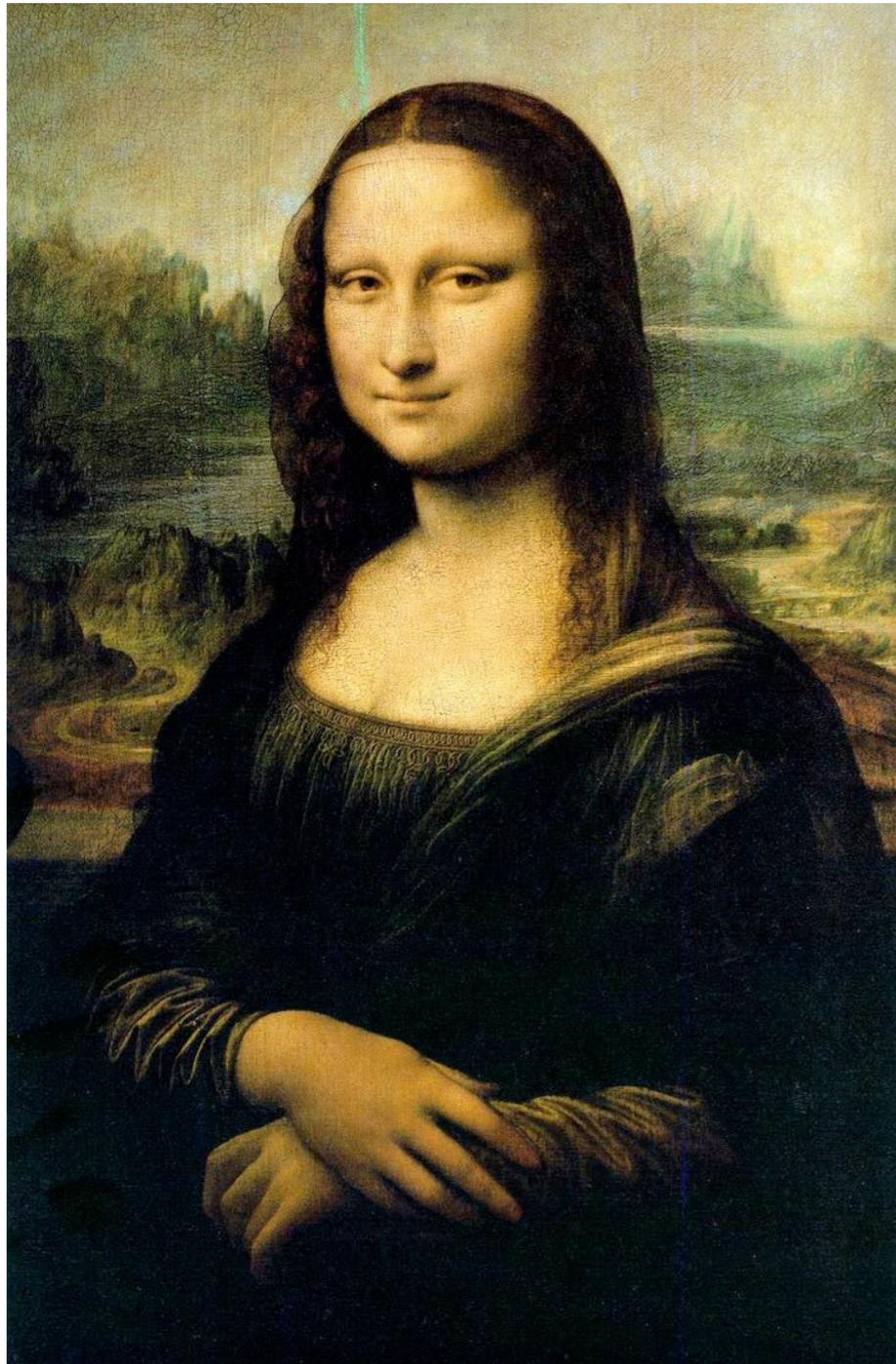


Il numero d'oro è circa 1,6 e la sezione aurea corrisponde a circa 5/8 (cinque ottavi).

Regola Aurea



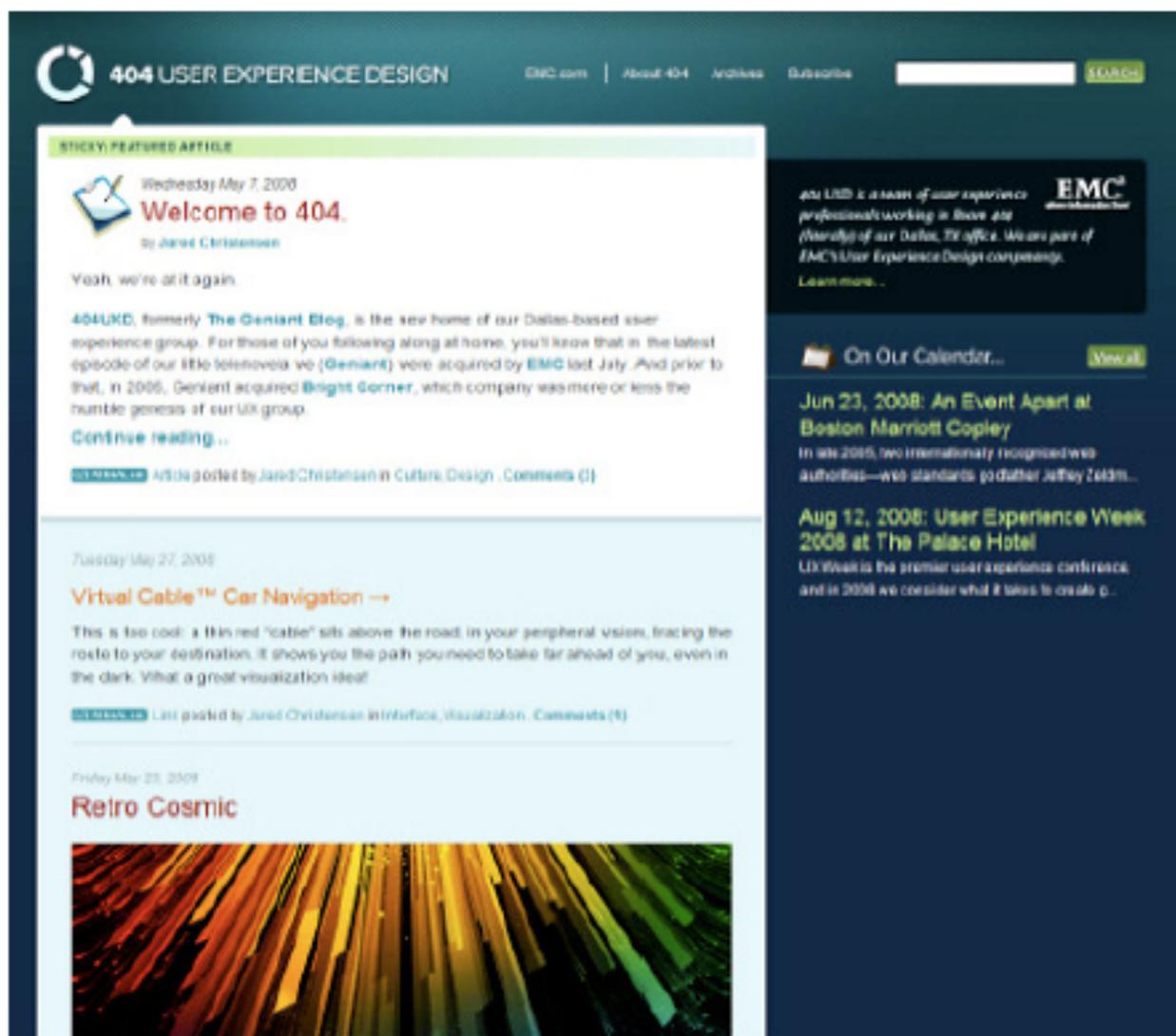
Regola Aurea



Nella Gioconda il rapporto aureo è stato individuato:

- nella disposizione del quadro
- nelle dimensioni del viso
- nell'area che va dal collo a sopra le mani
- in quella che va dalla scollatura dell'abito fino a sotto le mani.

Regola Aurea



Il numero di Fibonacci

I numeri di Fibonacci costituiscono una serie in cui ciascun elemento equivale alla somma dei due precedenti.

Se si prendono due numeri successivi e si divide il valore più alto di essi per quello precedente, si ottiene un numero vicino a 1,6 (ad esempio $13/8 = 1,625$).

5 8 13 21 34 55 89 144

6 10 16 26 42 68 110 178

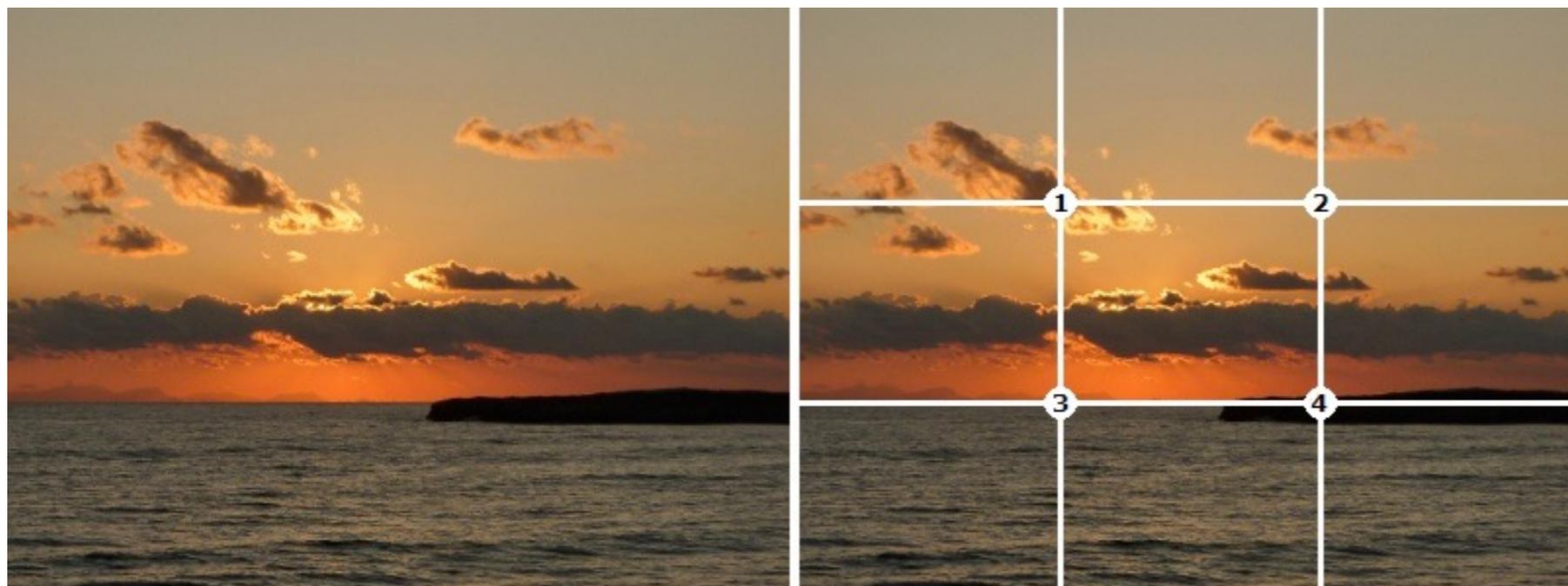
7 11 18 29 47 76 123 199

Regola dei terzi

Consiste nel dividere idealmente la scena che si vuole fotografare in 9 riquadri intersecando due linee orizzontali e due verticali.

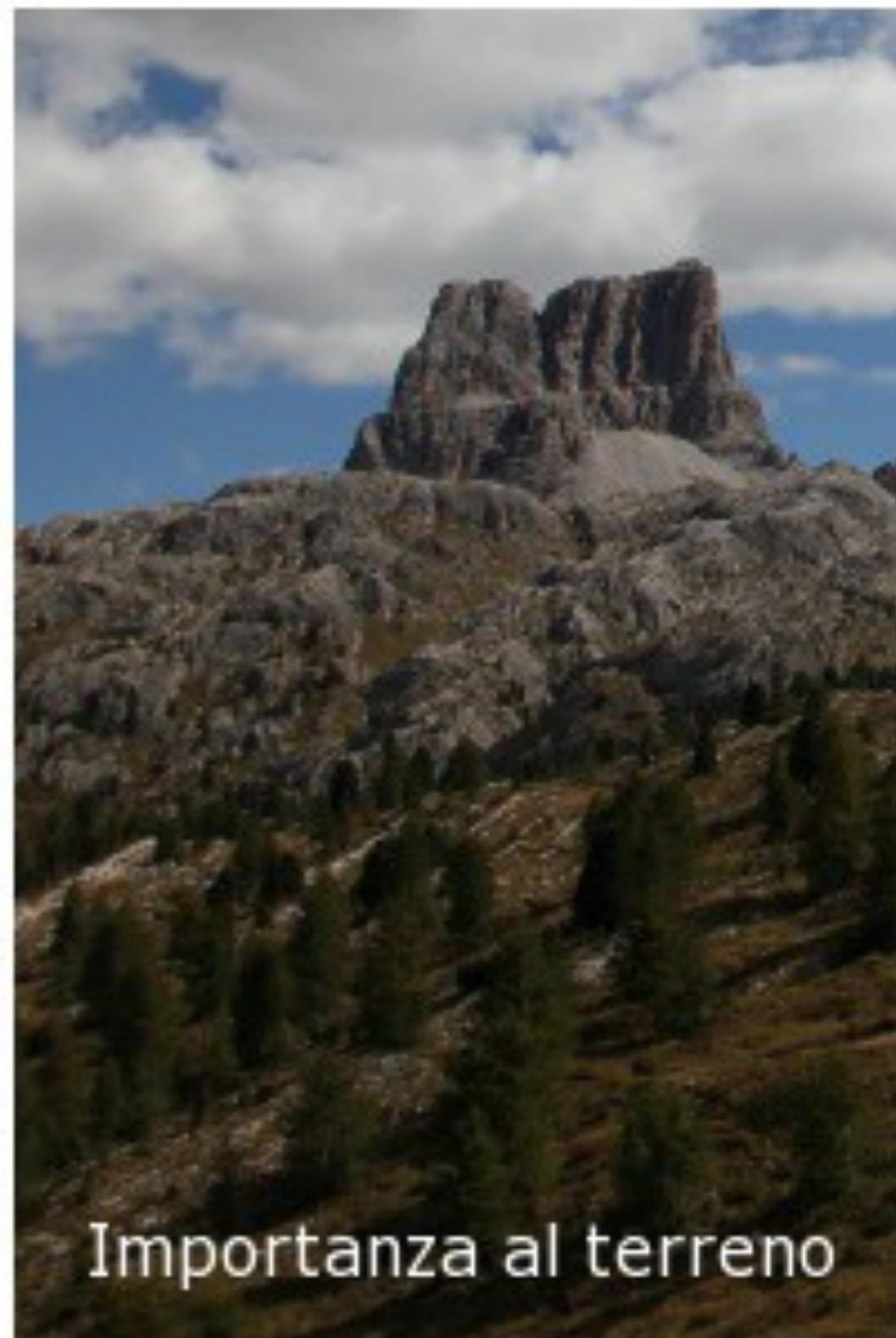
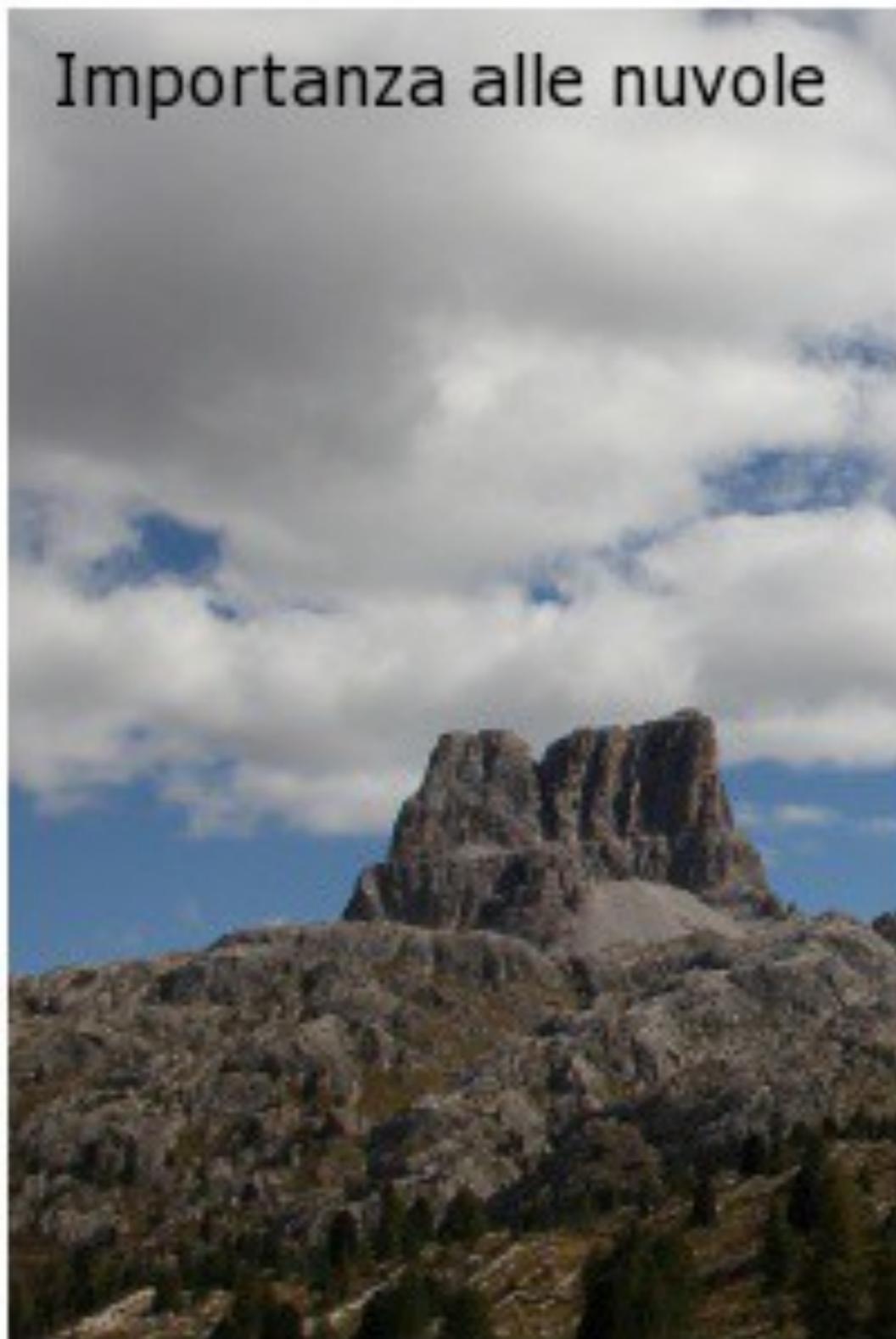
Le intersezioni di queste linee guida saranno punti validi in cui posizionare gli elementi che avranno ruolo importante nell'immagine finale: **centri di interesse**

Le righe orizzontali saranno i riferimenti per posizionare l'orizzonte mentre quelle verticali utili per posizionare il soggetto principale.



Regola dei terzi

Importanza alle nuvole

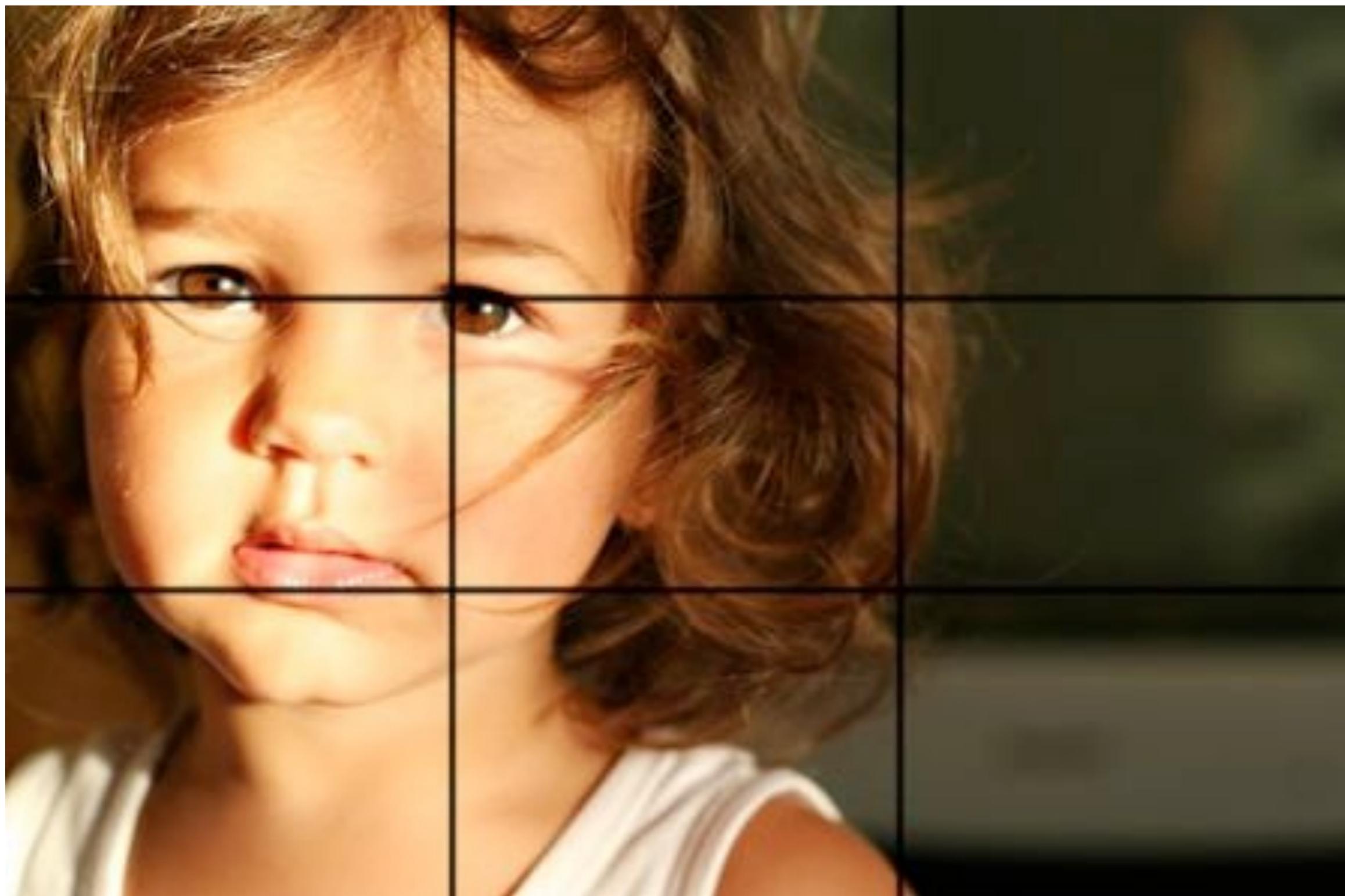


Importanza al terreno

Regola dei terzi



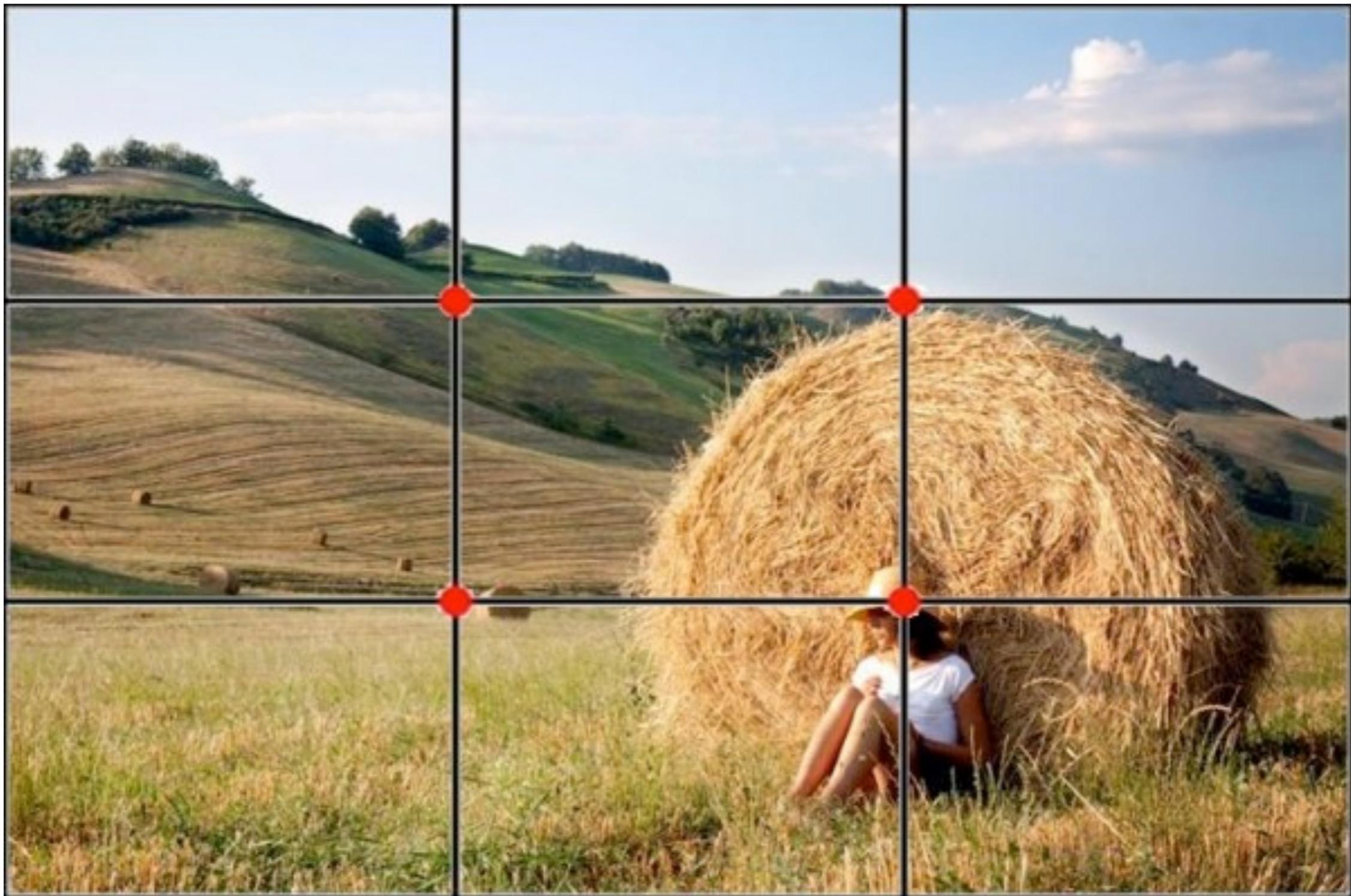
Regola dei terzi



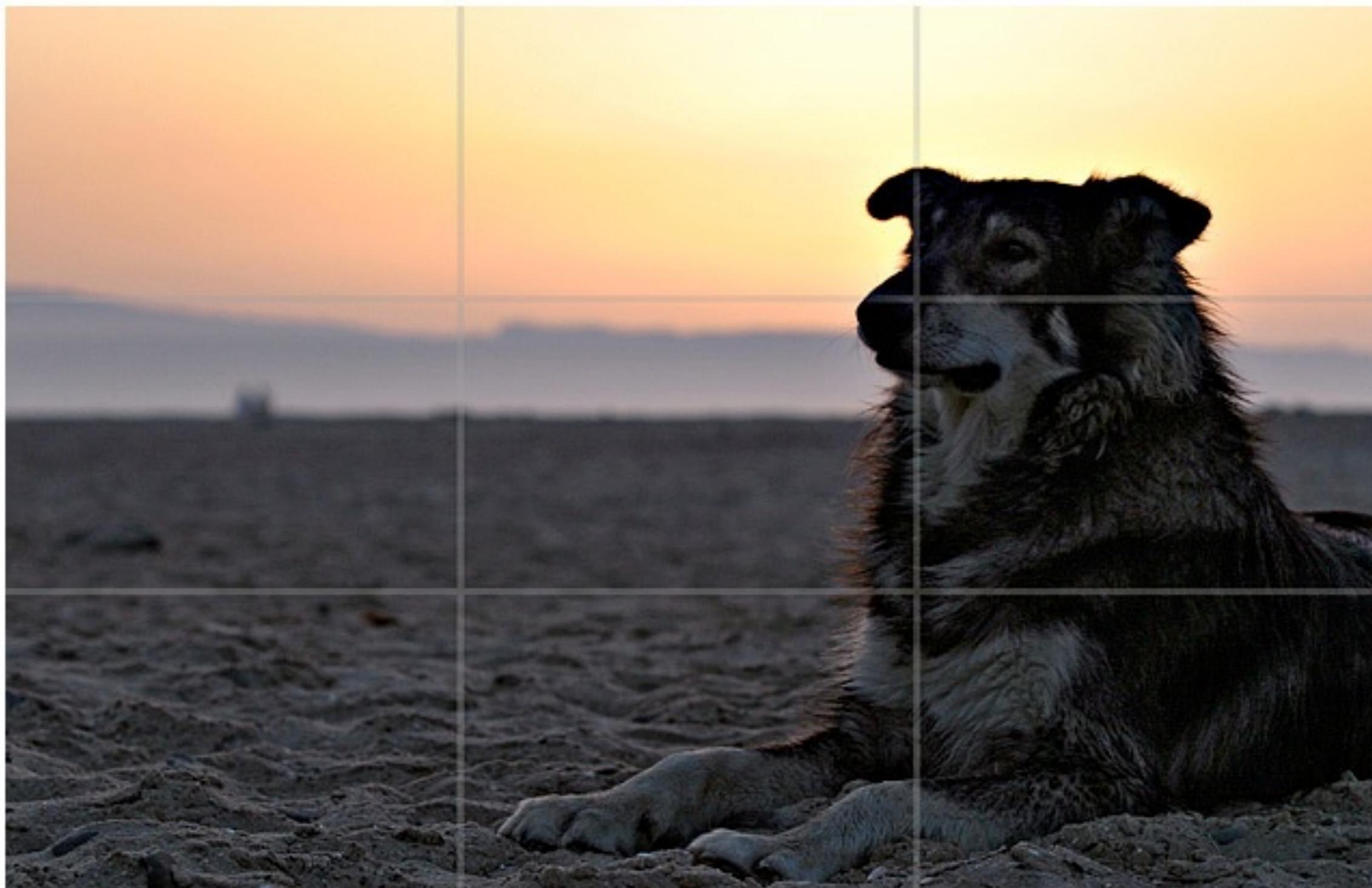
Regola dei terzi



Regola dei terzi



Regola dei terzi



Regole di composizione

Linea di orizzonte, o altre linee importanti

Le linee **orizzontali** comunicano sensazioni di serenità e calma

Le linee **verticali** comunicano dinamismo, slancio

NB. Se la linea di orizzonte divide l'immagine in due parti uguali il risultato spesso risulta poco accattivante



Regole di composizione

Linee convergenti
comunicano dinamismo
concretizzano l'idea di movimento



Regole di composizione

Linee curve

gradevoli alla vista, sensazione di grazia, bellezza



Punti di vista



Punti di vista



Regole di composizione

Movimento e azione dovrebbero sempre procedere da sinistra verso destra perché questo è il senso normale di lettura



Regole di composizione

Nel ritratto quando il soggetto non guarda l'apparecchio fotografico, **si dovrebbe lasciare maggior spazio nella parte dove si dirige lo sguardo.**

