

il **nuovo** concorso  
a cattedra

# MANUALE

## Discipline grafico-pubblicitarie

per la **preparazione al concorso**

**Classe di concorso**

**A10 Discipline grafico-pubblicitarie**

a cura di **Sara Riccabone**

I Edizione



**IN OMAGGIO ESTENSIONI ONLINE**

**Contenuti  
extra**



**EdiSES  
edizioni**



# Manuale

---

# Discipline grafico-pubblicitarie

## Accedi ai servizi riservati

Il codice personale contenuto nel riquadro dà diritto a servizi riservati ai clienti. Registrandosi al sito, dalla propria area riservata si potrà accedere a:

### MATERIALI DI INTERESSE E CONTENUTI AGGIUNTIVI

### CODICE PERSONALE

Grattare delicatamente la superficie per visualizzare il codice personale.  
Le **istruzioni per la registrazione** sono riportate nella pagina seguente.  
Il volume NON può essere venduto né restituito se il codice personale risulta visibile.  
L'accesso ai servizi riservati ha la **durata di 18 mesi** dall'attivazione del codice  
e viene garantito esclusivamente sulle edizioni in corso.

# Istruzioni per accedere ai contenuti e ai servizi riservati

SEGUÍ QUESTE SEMPLICI ISTRUZIONI

SE SEI REGISTRATO AL SITO

clicca su **Accedi al materiale didattico**



inserisci email e password



inserisci le ultime 4 cifre del codice ISBN,  
riportato in basso a destra sul retro di  
copertina



inserisci il tuo **codice personale** per  
essere reindirizzato automaticamente  
all'area riservata

SE NON SEI GIÀ REGISTRATO AL SITO

clicca su **Accedi al materiale didattico**



registra al sito **edises.it**



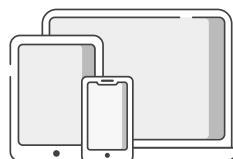
attendi l'email di conferma  
per perfezionare  
la registrazione



torna sul sito **edises.it** e segui la  
procedura già descritta per  
utenti registrati



## CONTENUTI AGGIUNTIVI



Per problemi tecnici connessi all'utilizzo dei  
supporti multimediali e per informazioni sui  
nostri servizi puoi contattarci sulla piattaforma  
**assistenza.edises.it**

SCARICA L'APP **INFOCONCORSI** DISPONIBILE SU APP STORE E PLAY STORE

il nuovo concorso  
a cattedra

# MANUALE

Discipline  
grafico-pubblicitarie



Il Nuovo Concorso a Cattedra – Discipline grafico-pubblicitarie  
Copyright © 2024, EdiSES Edizioni S.r.l. – Napoli

9 8 7 6 5 4 3 2 1  
2027 2026 2025 2024

*Le cifre sulla destra indicano il numero e l'anno dell'ultima ristampa effettuata*

*A norma di legge è vietata la riproduzione, anche parziale, del presente volume o di parte di esso con qualsiasi mezzo.*

L'Editore

*Fotocomposizione:* Oltrepagina S.r.l. – Verona

*Stampato presso* Print Sprint S.r.l. – Napoli

*Per conto della* EdiSES Edizioni S.r.l. – Piazza Dante, 89 – Napoli

ISBN 979 12 5602 148 2

[www.edises.it](http://www.edises.it)

---

I curatori, l'editore e tutti coloro in qualche modo coinvolti nella preparazione o pubblicazione di quest'opera hanno posto il massimo impegno per garantire che le informazioni ivi contenute siano corrette, compatibilmente con le conoscenze disponibili al momento della stampa; essi, tuttavia, non possono essere ritenuti responsabili dei risultati dell'utilizzo di tali informazioni e restano a disposizione per integrare la citazione delle fonti, qualora incompleta o imprecisa.

Realizzare un libro è un'operazione complessa e, nonostante la cura e l'attenzione poste dagli autori e da tutti gli addetti coinvolti nella lavorazione dei testi, l'esperienza ci insegna che è praticamente impossibile pubblicare un volume privo di imprecisioni. Saremo grati ai lettori che vorranno inviarci le loro segnalazioni e/o suggerimenti migliorativi sulla piattaforma *assistenza.edises.it*

# Finalità e struttura dell'opera

Questo manuale è un compendio essenziale destinato a coloro che si preparano al concorso a cattedra nella classe di concorso A-10 – discipline grafico-pubblicitarie. La sua struttura, organizzata e schematica, lo rende uno strumento di studio indispensabile e completo, capace di abbracciare l'ampia articolazione del programma concorsuale, che è trattato esaustivamente, ma in maniera sistematica ed efficace.

Il manuale si compone di tre sezioni fondamentali, ognuna delle quali interamente dedicata ad un aspetto specifico delle discipline grafico-pubblicitarie.

Nella **Parte I**, intitolata “La Progettazione Grafica”, vengono affrontate le radici stesse della grafica, nonché i principi basilari che sottendono alla progettazione di un prodotto grafico di natura artistica e industriale, tenendo debitamente conto dei fondamenti compositivi, delle teorie cromatiche e della tipografia.

La **Parte II**, invece, esplora dettagliatamente il processo tecnico di realizzazione di un prodotto grafico, partendo dalla concezione stilistica fino all'effettiva materializzazione. Sono descritte le fasi creative e tecniche che conducono alla concretizzazione di un prodotto finito, offrendo così un'analisi dettagliata del percorso produttivo nella sua interezza. I materiali utilizzati e le svariate tecniche di stampa vengono approfonditi attraverso esempi concreti, allo scopo di agevolare la lettura rendendola scorrevole e accessibile.

La **Parte III** si focalizza con particolare interesse sull'ambito pubblicitario, il quale riveste un ruolo cardine nella progettazione di un prodotto grafico/pittorico. Le diverse tecniche comunicative sono illustrate con minuziosa precisione, descrivendo i canali, le piattaforme e gli attori che vengono coinvolti nel processo pubblicitario. Inoltre, nel testo sono evidenziati i termini essenziali di una solida cultura del web design, al fine di immergere gli studiosi anche nell'attualità del marketing digitale.

Ulteriori **materiali didattici** e **aggiornamenti** sono disponibili nell'area riservata a cui si accede mediante la registrazione al sito *edises.it* secondo la procedura indicata nelle prime pagine del volume.

Eventuali errata-corriso saranno pubblicati sul sito *edises.it*, nella scheda “Aggiornamenti” della pagina dedicata al volume.

Altri aggiornamenti sulle procedure concorsuali saranno disponibili sui nostri profili social.

**blog.edises.it**





# Indice

## Parte Prima La progettazione grafica

### Capitolo 1 - Storia della rappresentazione grafica

1.1	Storia del progetto grafico dalle origini ai nuovi media .....	3
1.1.1	L'origine della comunicazione visiva.....	5
1.1.2	Storia dell'arte grafica: il Primo Novecento .....	6
1.1.3	Il Secondo Novecento e l'affermazione della grafica .....	11
1.1.4	L'inizio della Computer Grafica.....	12
1.1.5	L'evoluzione della stampa.....	13

### Capitolo 2 - Fondamenti della composizione

2.1	Le regole compositive.....	16
2.2	Elementi di percezione visiva .....	16
2.2.1	Il sistema visivo .....	16
2.2.2	La Gestalt.....	17
2.3	Basic Design.....	19
2.3.1	La sezione aurea .....	21
2.3.2	Teorie contemporanee della composizione .....	22
2.3.3	Forma e spazio .....	23
2.3.4	Le texture e i pattern.....	24
2.3.5	Le illusioni .....	24
2.3.6	La regola dei terzi .....	25
2.3.7	Simmetria/Asimmetria.....	25
2.3.8	Ritmo e bilanciamento .....	25
2.3.9	Il movimento.....	26
2.3.10	La gerarchia .....	26
2.3.11	La griglia modulare.....	26

### Capitolo 3 - Teoria del Colore

3.1	Terminologia .....	27
3.1.1	Tabelle colori.....	27
3.1.2	Lo spettro .....	29
3.2	La realtà e l'effetto cromatico .....	31
3.2.1	Leggibilità .....	31
3.2.2	Contrasto .....	32
3.2.3	L'armonia dei colori.....	33
3.3	Associazione dei colori .....	34



**Capitolo 4 - Il disegno di progetto**

4.1	Il segno grafico .....	37
4.1.1	Il punto .....	37
4.1.2	La linea .....	38
4.1.3	La superficie.....	38
4.1.4	La tridimensionalità .....	38
4.2	Campo spaziale.....	38
4.2.1	Metodi di rappresentazione tridimensionali.....	39
4.2.2	Lo spazio virtuale .....	39
4.3	Schizzo di progetto .....	40
4.3.1	La creazione del concept attraverso lo schizzo di progetto .....	40
4.3.2	<i>Brainstorming</i> .....	41
4.3.3	Utilizzare le metafore.....	41
4.3.4	Parole a caso .....	41
4.3.5	Ragionare in bianco e nero.....	42
4.3.6	Il quaderno degli schizzi.....	42
4.4	Il disegno di progetto.....	42
4.5	Il disegno esecutivo .....	43
4.6	Le fasi di progetto.....	43

**Capitolo 5 - Le abilità grafico-pittoriche**

5.1	Dal modello all'immagine figurativa .....	45
5.1.1	Il bozzetto figurativo .....	46
5.1.2	Rappresentare lo spazio .....	47
5.2	La rappresentazione dal vero o da immagine.....	51
5.3	Elementi di semiotica generale .....	52
5.3.1	Dal segno al significato.....	52
5.3.2	Denotazione e connotazione .....	54
5.4	I linguaggi visivi .....	54
5.4.1	Il pittogramma .....	55
5.4.2	L'icona .....	55
5.4.3	La comunicazione verbale e non verbale .....	56
5.4.4	Illustrazione o fotografia .....	58
5.5	Le arti visive .....	58
5.5.1	Copia dal vero.....	59
5.5.2	Figurativo e astratto .....	59
5.5.3	La pittura .....	59
5.5.4	La scultura .....	60
5.5.5	Le nuove frontiere dell'arte .....	60

**Capitolo 6 - La tipografia**

6.1	La microtipografia.....	61
6.1.1	La classificazione dei font .....	62
6.1.2	La leggibilità del testo.....	63
6.1.3	Il peso .....	64
6.1.4	La larghezza e la spaziatura .....	64
6.1.5	Lo stile .....	64
6.1.6	Il colore e il contrasto .....	65

6.1.7 Le regole di scrittura .....	65
6.2 La macrotipografia .....	66
6.2.1 Il formato.....	66
6.2.2 La composizione della pagina .....	67
6.2.3 L'allineamento.....	68
6.2.4 Struttura visiva .....	68
6.3 Progettare un prodotto di comunicazione .....	69

#### Capitolo 7 - Metodi di ricerca

7.1 La ricerca creativa.....	71
7.1.1 La creatività e il lavoro creativo .....	71
7.1.2 L'identificazione del tema .....	72
7.2 Metodi di ricerca.....	72
7.3 Il processo di ricerca.....	77
7.4 Ricerca artistica .....	78
7.4.1 Ambito e modalità della ricerca artistica .....	78
7.4.2 Il contributo della storia sociale nella ricerca artistica.....	79

#### Capitolo 8 - Linguaggio grafico, infografico e multimediale

8.1 Il linguaggio grafico.....	81
8.2 Linguaggio infografico.....	82
8.2.1 Quando è nata l'infografica.....	82
8.2.2 Organizzare i dati.....	83
8.2.3 Tipologie di infografiche.....	84
8.3 Linguaggio multimediale .....	88
8.3.1 UI Interfaccia utente.....	89
8.3.2 Usabilità.....	90
8.3.3 Accessibilità .....	91
8.3.4 Requisiti tecnici di accessibilità .....	91
8.3.5 Interattività .....	93

## Parte Seconda

### Tecniche e tecnologie

#### Capitolo 9 - Tecniche e strumenti nella produzione grafico-pittorica

9.1 La pittura .....	97
9.1.1 La preparazione della tela.....	99
9.1.2 Le tecniche pittoriche: l'affresco .....	100
9.1.3 Le tecniche pittoriche: l'acquerello e il guazzo.....	102
9.1.4 Le tecniche pittoriche: la pittura ad olio.....	103
9.2 La scultura.....	104
9.2.1 La scultura lignea.....	105
9.2.2 La scultura in pietra.....	105
9.2.3 La scultura in avorio .....	106
9.2.4 La scultura in metallo .....	106
9.3 L'oreficeria.....	110

9.4	La tessitura.....	111
9.5	Il vetro .....	111
9.6	Il mosaico.....	112
9.7	La lavorazione delle terre .....	114
	9.7.1 Terracotta e la ceramica a coperta .....	115
	9.7.2 La porcellana .....	117

#### Capitolo 10 - La realizzazione dei prodotti a stampa

10.1	L'impaginazione .....	120
10.2	I supporti .....	122
10.3	Gli artefatti editoriali: il libro .....	123
10.4	Il periodico .....	126
10.5	Il ruolo del marchio nei prodotti a stampa .....	126
10.6	Gli artefatti cartacei (carta d'uso) .....	128
	10.6.1 L'immagine coordinata.....	128
	10.6.2 Il biglietto da visita .....	129
	10.6.3 La carta intestata .....	129
	10.6.4 La busta .....	130
	10.6.5 Il pieghevole.....	130
	10.6.6 La brochure .....	131
	10.6.7 Il manifesto .....	131
	10.6.8 La locandina.....	131
	10.6.9 Il poster.....	131
10.7	Il packaging .....	131
	10.7.1 Le funzioni del <i>packaging</i> .....	132
	10.7.2 Progettazione ecocompatibile .....	134
	10.7.3 Il progetto .....	134
10.8	Il catalogo .....	135
10.9	L'allestimento.....	136

#### Capitolo 11 - Materiali e tecniche

11.1	Tecnologie dei materiali .....	137
11.2	La tecnica del disegno .....	140
11.3	Rilegatura degli stampati .....	143
11.4	Stampa su tessuto .....	144
11.5	Gli ebook e le app .....	145

#### Capitolo 12 - I mezzi fotografici e multimediali

12.1	I mezzi fotografici.....	147
	12.1.1 Gli obiettivi.....	148
	12.1.2 Le luci .....	149
	12.1.3 La stabilità fotografica.....	150
	12.1.4 Il diaframma .....	150
	12.1.5 L'otturatore .....	150
	12.1.6 L'illuminazione della scena .....	151
12.2	Tecniche di ripresa.....	151
	12.2.1 Le procedure di realizzazione di un film.....	151
	12.2.2 La post produzione .....	154

12.3 I mezzi multimediali .....	156
12.3.1 Gli effetti di montaggio .....	156
12.3.2 La colonna sonora .....	157
12.3.3 Il mixaggio .....	158
12.3.4 I titoli .....	158
12.3.5 La finalizzazione .....	158
12.4 Le animazioni .....	160
12.4.1 Gli aspetti fondamentali dell'animazione .....	160
12.4.2 L'animazione digitale .....	161
12.4.3 Le fasi progettuali .....	162
12.5 Tecniche di rappresentazione .....	163

## Parte Terza

### Area pubblicitaria

#### Capitolo 13 – Il marketing

13.1 Applicazioni del Marketing .....	169
13.2 Livelli di realizzazione del marketing .....	170
13.3 La piramide di Maslow .....	171
13.4 Il Digital marketing .....	172
13.4.1 La trasformazione del Marketing con il Digital Marketing .....	173
13.4.2 Marketing touchpoint del ciclo di vita di un cliente .....	175
13.4.3 La strategia nel Digital Marketing .....	176
13.4.4 Vantaggi del marketing digitale .....	177
13.4.5 L'e-commerce .....	177
13.4.6 La presenza online .....	178
13.4.7 Gli equivalenti del marketing tradizionale .....	180
13.4.8 I principali tipi di canali multimediali digitali .....	181
13.5 Il Funnel Marketing .....	183
13.6 I social media .....	186
13.6.1 Facebook e le metriche .....	188
13.6.2 Instagram e le metriche .....	190
13.6.3 Twitter e le metriche .....	191
13.6.4 Snapchat e le misurazioni .....	192
13.7 Le figure professionali .....	193
13.7.1 L'advertising agency .....	194
13.7.2 Il centro media .....	195
13.7.3 Le agenzie <i>below the line</i> (BTL) .....	196
13.7.4 Le strutture di supporto alle agenzie .....	198
13.7.5 Realtà professionali indipendenti .....	199

#### Capitolo 14 – Tecniche di comunicazione pubblicitaria

14.1 Il target .....	201
14.2 Il marketing mix .....	202
14.2.1 Il prodotto .....	202
14.2.2 Il prezzo .....	204

14.2.3 La distribuzione .....	204
14.2.4 La comunicazione.....	205
14.2.5 Vision e mission .....	205
14.2.6 Gli obiettivi.....	205
14.2.7 Le strategie.....	205
14.3 La pubblicità.....	207
14.3.1 La pubblicità commerciale .....	208
14.3.2 La pubblicità non commerciale.....	209
14.4 Il piano integrato di comunicazione.....	209
14.4.1 I GDN .....	211
14.4.2 Il modello AIDA e il modello delle 5A .....	212
14.4.3 <i>Outbound</i> e <i>inbound</i> marketing .....	214
14.4.4 Tipi di engagement .....	216
14.5 La comunicazione integrata.....	217
14.5.1 La stampa.....	217
14.5.2 Le affissioni .....	218
14.5.3 Il cinema .....	218
14.5.4 La radio .....	219
14.5.5 La televisione .....	219
14.5.6 Il <i>direct marketing</i> .....	220
14.5.7 Le promozioni .....	220
14.5.8 Le sponsorizzazioni .....	221
14.5.9 Le pubbliche relazioni (PR) .....	221
14.6 La comunicazione online .....	221
14.7 Il marketing esperienziale.....	223
14.7.1 Le campagne emozionali.....	224
14.7.2 Guerrilla marketing .....	225
<b>Capitolo 15 - La realizzazione di prodotti per il web</b>	
15.1 Le animazioni .....	227
15.2 Il video digitale.....	230
15.2.1 Attrezzatura per video .....	230
15.2.2 Il set.....	230
15.2.3 La ripresa .....	231
15.2.4 Il montaggio .....	232
15.2.5 Lo <i>Storyboard</i> .....	232
15.2.6 Video advertising .....	233
15.3 Il web .....	234
15.3.1 Siti web .....	234
15.3.2 Siti e commerce .....	235
15.4 Gli ebook .....	236
<b>Capitolo 16 - Normativa di settore</b>	
16.1 La disciplina della pubblicità .....	239
16.1.1 Corpus normativo .....	239
16.1.2 Le regole generali di comportamento .....	241
16.1.3 La pubblicità ingannevole .....	242
16.2 Il diritto d'autore .....	244

16.2.1 Cos'è il diritto d'autore.....	244
16.2.2 Fonti nazionali ed internazionali.....	245
16.3 L'opera dell'ingegno .....	246
16.3.1 Le opere protette di cui agli artt. 1-2 legge sul diritto d'autore .....	247
16.3.2 Opere dell'ingegno e creazioni oggetto di diritti connessi al diritto d'autore.....	247
16.3.3 Opere dell'ingegno ed invenzioni industriali o tecniche.....	247
16.3.4 Carattere rappresentativo delle opere dell'ingegno.....	248
16.3.5 Il requisito del carattere creativo: originalità e novità.....	248
16.3.6 La tutela di alcune creazioni utili .....	248
16.3.7 Le banche dati tra diritto d'autore e diritto sui generis.....	249
16.3.8 Le opere fotografiche e le semplici fotografie.....	249
16.3.9 Le opere che sono il risultato del contributo creativo di più autori....	250
16.3.10 Le elaborazioni creative.....	251
16.3.11 Opere cinematografiche, audiovisive e multimediali.....	251
16.4 I diritti di utilizzazione economica dell'opera .....	252
16.4.1 Il diritto di pubblicazione dell'opera .....	252
16.4.2 Il diritto di riproduzione .....	252
16.4.3 Il diritto di distribuzione.....	253
16.4.4 Il diritto di noleggio e di prestito.....	253
16.4.5 Diritti relativi alle opere delle arti figurative e diritto di seguito .....	253
16.4.6 Il diritto di diffusione radio e televisiva.....	253
16.4.7 I diritti morali dell'autore .....	254
16.4.8 Il diritto alla paternità.....	254
16.4.9 Il diritto all'integrità dell'opera.....	255
16.5 Le licenze Creative Commons .....	255



# Parte Prima

## La progettazione grafica

### SOMMARIO

<b>Capitolo 1</b>	Storia della rappresentazione grafica
<b>Capitolo 2</b>	Fondamenti della composizione
<b>Capitolo 3</b>	Teoria del Colore
<b>Capitolo 4</b>	Il disegno di progetto
<b>Capitolo 5</b>	Le abilità grafico-pittoriche
<b>Capitolo 6</b>	La tipografia
<b>Capitolo 7</b>	Metodi di ricerca
<b>Capitolo 8</b>	Linguaggio grafico, infografico e multimediale



# Capitolo 1

## Storia della rappresentazione grafica

### 1.1 Storia del progetto grafico dalle origini ai nuovi media

La parola *disegno* deriva dal latino *designare*, composto dal prefisso *de* e il sostantivo *segnum*, che significa delineare, segnare, tracciare. Il disegno è, dunque, delineazione, ma anche esplorazione e scoperta di forme potenziali. Quando si disegna si procede per prove ed errori, si sperimenta liberamente con il mezzo grafico, si lasciano tracce visibili del proprio pensiero. Il disegno è una finestra aperta sul mondo dell'immaginazione. Oltre ad essere l'attività pratica del tracciare segni, disegno significa anche progetto, bozza, programma, mappa concettuale. Indica, dunque, sia il processo creativo che il risultato finale ottenuto. Si può disegnare un volto, una figura, un paesaggio ma anche idee, soluzioni tecniche, circuiti. Il disegno ha mille linguaggi e si adatta a ogni ambito. Esso unisce la componente grafica al pensiero logico-matematico, poiché richiede proporzioni, geometrie, prospettive. Consente di visualizzare concetti astratti traducendoli in immagini. In definitiva, il disegno è la prima forma di rappresentazione del mondo, un mezzo potente di conoscenza, comunicazione e progettazione della realtà.

I primi disegni a noi conosciuti sono le **pitture rupestri**. L'arte rupestre risale a migliaia di anni fa e, per questo, può essere considerata la forma più antica di espressione artistica dell'umanità. Le pitture rupestri consistono in dipinti, incisioni e rilievi realizzati su pareti di grotte, massi e rocce. L'arte rupestre ha un profondo significato culturale e storico, poiché ci offre una finestra sull'antico passato dell'umanità e sulle sue credenze, tradizioni e stili di vita. Queste opere d'arte testimoniano la creatività e l'abilità degli uomini preistorici nel rappresentare animali, figure umane, scene di caccia e rituali religiosi. Una delle caratteristiche distintive dell'arte rupestre è la sua *connessione con la natura*. Gli *artisti* preistorici si sono ispirati alla fauna e alla flora circostanti, creando immagini di animali come bisonti, cavalli, cervi e mammut. Molto spesso raffiguravano scene di caccia alle quali si è concordi nell'attribuire non solo valore di forma di espressione artistica, ma anche una funzione pratica, di riti propiziatori per garantire il successo nella caccia stessa. Altre opere d'arte mostrano figure umane danzanti o in atteggiamenti di preghiera, suggerendo una connessione con le pratiche religiose e spirituali dell'epoca. Studiando l'arte rupestre, gli archeologi e gli antropologi sono in grado di ricostruire le storie delle antiche società umane e di comprendere meglio le loro culture, i loro sistemi di credenze e il loro modo di vivere. L'arte rupestre è diventata un'importante fonte di informazioni per la ricerca accademica e ha contribuito a gettare luce su aspetti fondamentali della storia umana. In sintesi, l'arte rupestre è una forma di espressione artistica che ha radici profonde nella preistoria e che ci offre un'opportunità unica di comprendere il passato dell'umanità. Studiare e apprezzare l'arte rupestre ci permette di connetterci con le nostre antiche origini e di apprezzare la creatività e l'abilità degli artisti preistorici.



La datazione di queste pitture è incerta e può essere fatta risalire a 40.000 anni fa, anche se un articolo di *Science* uscito nel 2018 afferma che i dipinti ritrovati nella grotta di **La Pasiega** in Spagna sono attribuibili all'uomo di Neanderthal e hanno più di 64.800 anni. Tra le principali testimonianze dell'arte rupestre abbiamo le grotte di **Altamira in Spagna** e di **Lascaux in Francia**, dove sono stati ritrovati più di 300 graffiti raffiguranti animali, figure umane, figure geometriche astratte, scene di caccia e di vita quotidiana.

---

### Le grotte di Lascaux

Le grotte di Lascaux sono uno dei siti più famosi al mondo per le pitture rupestri. Situate nella regione della Dordogna, in Francia, queste grotte sono state scoperte nel 1940 e contengono una serie di dipinti preistorici straordinariamente ben conservati.

Le pitture rupestri di Lascaux risalgono a circa 17.000 anni fa, appartenenti al periodo del Paleolitico superiore. Queste opere d'arte mostrano una grande varietà di animali, come cavalli, bisonti, cervi e felini, dipinti con una straordinaria maestria e dettaglio. Gli artisti preistorici hanno utilizzato pigmenti naturali, come il carbone e l'ocra, e hanno applicato i colori direttamente sulle pareti delle grotte. Ciò che rende le pitture di Lascaux così straordinarie è la loro qualità artistica e il loro realismo. Gli animali sono rappresentati con grande precisione e dettaglio, evidenziando la grande abilità degli artisti preistorici nel catturare i tratti distintivi di ogni animale.

---

Gli uomini delle caverne non avevano a disposizione gli strumenti sofisticati che utilizziamo oggi, dovevano, perciò, utilizzare ciò che la natura offriva loro per munirsi di una varietà di strumenti e poter disegnare sulle pareti delle grotte. Uno degli strumenti principali utilizzati per disegnare sulle pareti era il carbone vegetale che gli uomini delle caverne ricavavano bruciando legna. Il carbone vegetale era molto versatile ed era perfetto per creare linee scure e forti. Oltre al carbone, utilizzavano anche pigmenti naturali come l'ocra, l'ematite e l'ossido di manganese. Questi pigmenti venivano macinati e mescolati con acqua o altri leganti naturali per creare colori che poi venivano applicati sulle pareti delle grotte. Per applicare il carbone o i pigmenti, si servivano spesso delle dita o di pezzi di carbone o pietra come "pennelli". Questi strumenti rudimentali permettevano loro di creare linee e sfumature sulle pareti delle grotte. In alcuni casi, si utilizzavano anche strumenti di incisione come ossi, pietre o punte di freccia per intagliare o graffiare le superfici delle rocce. Questa tecnica di incisione veniva spesso combinata con la pittura per creare dettagli più precisi. È importante notare che questi strumenti variavano a seconda della regione geografica e delle risorse disponibili. Ogni cultura preistorica sviluppava proprie tecniche e propri strumenti in base alle necessità e alle risorse locali a disposizioni. Nonostante la semplicità degli strumenti utilizzati, gli uomini delle caverne riuscivano a creare opere d'arte straordinarie che ci permettono ancora oggi di apprezzare la loro creatività e le loro abilità artistiche. Un aspetto interessante della tecnica pittorica di quel periodo è l'uso sapiente delle forme naturali delle pareti delle grotte per creare effetti tridimensionali, sfruttando sporgenze e increspature della roccia per dare profondità e realismo alle loro rappresentazioni. Inoltre, sono state trovate numerose impronte di mani quasi ad anticipare la tecnica dello **stencil**.

Tra il 17.000 e il 15.000 a.C. la tecnica pittorica ha avuto un balzo evolutivo con la tecnica del **cromatismo**. I colori venivano ricavati da minerali ossidati o sostanze naturali come il tuorlo d'uovo. Mescolando i diversi componenti ricavavano le diverse sfumature. I colori più usati erano il bianco, il rosso e il nero. Inizialmente i soggetti rappresen-

tati avevano uno scopo propiziatorio, successivamente iniziarono a raccontare eventi e a trasmettere informazioni.

### 1.1.1 L'origine della comunicazione visiva

L'arte rupestre può essere considerata l'esordio della comunicazione visiva. L'immagine è la rappresentazione metaforica della realtà perché contiene un significato. L'arte rupestre si è sviluppata in maniera omogenea nei vari continenti, così da diffondere la capacità dell'uomo di comunicare. Tali rappresentazioni non avevano ancora nulla a che fare con la scrittura, invenzione che fissa il passaggio dell'umanità dalla preistoria alla storia. La scrittura, infatti, nasce dall'esigenza dell'uomo di tradurre il linguaggio parlato con simboli convenzionali che potessero essere riconosciuti da tutti. La scrittura diventa anche uno strumento essenziale per le classi dominanti per esercitare il potere e legittimare le proprie imprese.

---

#### L'evoluzione della scrittura

Si ritiene che la prima scrittura sia quella sviluppata dai Sumeri in Mesopotamia nel 3500 a. C., detta **cuneiforme**. La scrittura cuneiforme era composta da segni a forma di cuneo impressi nell'argilla fresca utilizzando uno stilo. I segni di base rappresentavano oggetti concreti come uomo, montagna, pesce ecc. I segni di base potevano essere combinati per formare parole più complesse e venivano riportati in orizzontale, in verticale e in obliquo. Col tempo i segni assunsero anche un valore fonetico, permettendo di rappresentare suoni e sillabe di una lingua. La struttura combinatoria e fonetica della scrittura cuneiforme permise di rappresentare con efficacia la lingua sumera e di scrivere testi complessi. Fu l'antenata di molti altri sistemi di scrittura. Queste tavolette e steli incise, documentano i primi contratti e la contabilizzazione delle scorte, avevano quindi uno scopo pratico. Quasi contemporaneamente a questa scrittura in Egitto si diffondeva la scrittura iconografica anche detta **geroglifica**, che usava icone per descrivere parole o concetti. I geroglifici erano in origine disegni che rappresentavano direttamente oggetti reali come uccelli, persone, parti del corpo. Molti segni divennero col tempo ideogrammi, cioè rappresentavano concetti astratti come "amore", "cielo", "terra". Alcuni segni acquisirono anche un valore fonetico e rappresentavano singoli suoni, la struttura tipo di una frase era verbo-soggetto-complemento. I segni si scrivevano o da destra a sinistra o da sinistra a destra. Gli animali e le persone erano rivolti verso l'inizio della frase, mentre i segni fonetici potevano avere entrambe le direzioni. I geroglifici venivano scritti su pietra, legno, papiri, pareti di tombe e templi utilizzando pennelli, calami o scalpelli, servivano per testi religiosi, iscrizioni reali, testi funerari, documenti amministrativi, lettere private. Col tempo la scrittura geroglifica si evolse in forme più lineari e stilizzate come i geroglifici corsivi e l'ieratico. I geroglifici permisero agli Egizi di tramandare la loro cultura e storia in modo duraturo grazie alla versatilità di questo sistema di segni ideografici e fonetici. Un esempio moderno di scrittura iconografica è quella cinese. La scrittura geroglifica continuò ad essere utilizzata per millenni anche se nel frattempo si svilupparono alfabeti più semplici. La **Stele di Rosetta** (196 a.C.) è la testimonianza di come nello stesso periodo convivessero scritture diverse. La stele di Rosetta fu rinvenuta nel 1799 da soldati napoleonici a Rashid (Rosetta) in Egitto. È una lastra di granito nero contenente la stessa iscrizione in tre scritture: geroglifico, demotico egizio e greco antico. Poiché il testo greco poteva essere letto, fornì la chiave per decifrare quello geroglifico grazie al lavoro di Jean-François Champollion negli anni 1820-1830. Champollion identificò nomi di faraoni noti nella parte greca e li rintracciò nella sezione geroglifica, isolando segni fonetici e ideogrammi. La decifrazione rese possibile leggere e comprendere tutti i testi geroglifici egizi, apriendo la strada all'egittologia moderna. La stele di Rosetta rappresenta una pietra miliare nella comprensione delle civiltà antiche e una delle iscrizioni più importanti mai ritrovate. Oggi è conservata al British Museum di Londra.

ed è uno dei reperti più visitati. Rappresenta un momento cruciale nella storia della decifrazione linguistica.

Tra il II e il I millennio a.C. si sviluppò una scrittura di tipo fonetico, nella quale i simboli identificavano i suoni composti, che viene identificata con il nome di **scrittura sillabica**. Solo con l'arrivo dei Fenici (1200 a.C.) si arriva alla nascita della scrittura fonetica e alfabetica. I fenici introducono il concetto di fonema, ovvero un suono a cui corrisponde un segno grafico, il grafema che lo rappresenta. I Fenici sono un antico popolo del Medio Oriente che ha svolto un ruolo fondamentale nello sviluppo dell'alfabeto, uno dei più importanti sistemi di scrittura nella storia dell'umanità. Intorno al 1200 a.C., i Fenici crearono un sistema di scrittura basato su un insieme relativamente piccolo di simboli, chiamati lettere. Questo sistema di scrittura, noto come alfabeto fenicio, era un sistema fonetico, il che significa che le lettere rappresentavano suoni specifici del linguaggio parlato. L'alfabeto fenicio era composto da 22 lettere consonantiche, senza vocali. Questo significa che le vocali dovevano essere dedotte o aggiunte mentalmente durante la lettura. Questo sistema, sebbene semplice, era estremamente flessibile e facilmente adattabile ad altre lingue. Di conseguenza, l'alfabeto fenicio si diffuse rapidamente nelle regioni circostanti, influenzando lo sviluppo di molti altri sistemi di scrittura. Tra i popoli che adottarono l'alfabeto fenicio troviamo i Greci che lo adattarono alle loro esigenze aggiungendo anche le vocali. L'alfabeto fenicio è stato anche un importante precursore dell'alfabeto ebraico, che è ancora in uso oggi. La scrittura ebraica si basa sul sistema fenicio, sebbene abbia subito ulteriori sviluppi nel corso dei secoli.

L'evoluzione di questi alfabeti portò alla stesura di quello latino che con qualche variante è quello che è usato tutt'oggi nella gran parte della cultura occidentale. La scrittura moderna è la forma grafica di scrittura più conosciuta ed usata.

.....

La capacità dell'uomo di disegnare e scrivere porta alla definizione di **grafica**, la quale indica genericamente il prodotto della comunicazione visiva destinato a trasmettere messaggi specifici con obiettivi specifici. Il concetto di grafica abbraccia quattro campi:

- la progettazione grafica;
- la grafica artistica;
- la grafica a computer;
- la comunicazione stampata.

Nel passato ci si riferiva alla grafica per definire quell'attività che riproduceva copie stampate attraverso una matrice, riguardava quindi tutte quelle tecniche legate all'incisione, la calcografia, la tipografia e la serigrafia. La grafica contemporanea è una pratica artigianale che si rivolge a prodotti o servizi che aspirano anche ad un livello più artistico.

### 1.1.2 Storia dell'arte grafica: il Primo Novecento

L'arte grafica nasce alla fine del **Quattrocento** e si trattava di un'attività tecnico-artigianale per riprodurre più esemplari di una stessa immagine grazie alle tecniche di stampa raggiunte in quegli anni. Questo secolo è stato un momento di grande fioritura artistica in Europa, con artisti che hanno sperimentato nuove tecniche e hanno dato vita a opere di straordinaria bellezza. Una forma d'arte grafica importante nel Quattrocento è stata l'incisione su rame. Questa tecnica consisteva nell'incidere un'immagine su una lastra di rame e successivamente riprodurla su carta. Artisti come Albrecht Dürer in Germania e Andrea Mantegna in Italia hanno sfruttato questa tecnica per creare opere di grande dettaglio e precisione. La miniatura, ovvero piccole illustrazioni dipinte a mano utilizz-

zate per decorare libri e manoscritti, è stata un'altra forma d'arte grafica popolare nel Quattrocento. Artisti come i fratelli Limbourg nella Francia del XV secolo hanno realizzato miniature straordinariamente dettagliate e colorate per importanti committenti. Queste opere d'arte richiedevano una grande abilità e pazienza da parte degli artisti, che creavano dettagliate e colorate immagini su piccole superfici.

Nel **Seicento**, l'arte grafica ha vissuto un periodo di grande fermento poiché si è venuta definendo da un'esplosione di creatività e da importanti sviluppi tecnici, che hanno caratterizzato l'intera epoca. Una delle principali innovazioni nel campo dell'arte grafica nel Seicento è stata l'introduzione dell'acquaforte come tecnica di incisione. Questo metodo, che utilizzava acido per incidere l'immagine su una lastra di metallo, ha permesso agli artisti di creare incisioni con una maggiore varietà di tonalità e dettagli. Artisti come Rembrandt e Giovanni Benedetto Castiglione hanno sfruttato al massimo le possibilità offerte da questa tecnica, creando opere di straordinaria profondità e realismo. Questo secolo ha visto la nascita di importanti opere letterarie, che sono state abbellite da illustrazioni di alta qualità. Artisti come Jacques Callot e Matthäus Merian hanno creato illustrazioni dettagliate e suggestive per libri di storia, geografia e letteratura. Le illustrazioni hanno contribuito a rendere i testi più accessibili e coinvolgenti per il pubblico. Inoltre, nel Seicento si è sviluppata una maggiore attenzione per la prospettiva e la composizione nelle opere grafiche. Gli artisti hanno sperimentato nuove tecniche di disegno e di incisione per rappresentare in modo accurato la profondità e la tridimensionalità degli oggetti. Questo approccio ha influenzato l'arte grafica dell'epoca, portando a opere di grande armonia ed equilibrio. Inoltre, il Seicento è stato un periodo in cui l'arte grafica ha iniziato ad essere apprezzata come forma d'arte autonoma, piuttosto che come semplice mezzo di riproduzione. Artisti come Giovanni Battista Piranesi hanno creato incisioni di grande impatto emotivo e artistico.

Nell'**Ottocento**, l'arte grafica ha attraversato un periodo di profonda trasformazione e crescita. Questo secolo è stato caratterizzato da significativi progressi tecnologici, che hanno contribuito a ridefinire l'arte grafica dell'epoca. Una delle principali innovazioni nel campo dell'arte grafica nell'Ottocento è stata l'introduzione della litografia come tecnica di stampa. Questo metodo, che utilizzava lastre di pietra calcarea per creare immagini stampate su carta, ha aperto nuove possibilità creative per gli artisti. La litografia ha permesso di ottenere una vasta gamma di tonalità e dettagli, consentendo agli artisti di esprimere la propria visione in modo più accurato e coinvolgente. Artisti come Francisco Goya e Honoré Daumier hanno sfruttato al massimo le potenzialità offerte dalla litografia, creando opere di grande impatto visivo e sociale. Inoltre, l'Ottocento ha visto una crescente importanza dell'arte grafica come mezzo di comunicazione di massa. La stampa su giornali e riviste ha reso l'arte grafica accessibile a un pubblico più ampio, contribuendo a diffondere idee e immagini in tutto il mondo. Caricature politiche, illustrazioni di moda e pubblicità sono diventate parte integrante della cultura visuale dell'epoca. Un'altra importante tendenza nell'arte grafica dell'Ottocento è stata l'interesse per la rappresentazione realistica della realtà. Gli artisti si sono dedicati al disegno accurato e dettagliato, utilizzando tecniche come l'acquaforte e l'incisione su legno per creare immagini precise e dettagliate. Artisti come Gustave Doré e Thomas Bewick hanno prodotto opere di grande maestria tecnica, che hanno influenzato il modo in cui veniva rappresentato il mondo visivo. Infine, l'Ottocento ha visto una mag-

giore sperimentazione e innovazione nelle tecniche artistiche. L'arte grafica ha abbracciato il movimento dell'Impressionismo, che ha messo in evidenza l'importanza della luce e del colore nella rappresentazione artistica. Artisti come Édouard Manet e Edgar Degas hanno utilizzato la stampa per esplorare nuove possibilità espressive e per creare opere che riflettevano la sensibilità dell'epoca.

Nella seconda metà dell'Ottocento l'invenzione della fotografia e cromolitografia consentì a diversi artisti di approcciarsi alla tecnica della stampa, realizzando le prime inserzioni e poster. Il primo graphic designer della storia potrebbe essere identificato con Henri Toulouse-Lautrec, pittore francese nato nel 1864, che disegnò poster e manifesti, unendo l'arte pittorica con l'incisione e la stampa litografica. Toulouse-Lautrec è famoso soprattutto per le sue litografie, che erano un mezzo molto popolare in quel periodo. Ha sapientemente rappresentato l'energia e l'entusiasmo dei cabaret, dei ballerini e degli artisti, concentrandosi spesso anche sulle persone dietro le quinte. Le sue opere mescolavano realismo e caricatura, catturando l'essenza di ogni personaggio e l'atmosfera degli ambienti. Uno dei suoi lavori più iconici è il poster per il Moulin Rouge, che ritrae la famosa ballerina La Goulue e il suo partner Valentin le Désossé. Questo poster, con i suoi colori audaci e la composizione dinamica, incarna perfettamente lo spirito dell'epoca ed è diventato un simbolo duraturo della Belle Époque. Le contribuzioni artistiche di Toulouse-Lautrec si estendono oltre il campo delle arti visive. Ha anche progettato scenografie e costumi teatrali, immergendosi ulteriormente nel mondo che ha rappresentato nelle sue opere. La sua collaborazione con rinomati attori e drammaturghi dell'epoca ha arricchito la sua reputazione come artista versatile e innovativo.

Nel primo **Novecento**, si sviluppò una discussione intensa e vivace sull'argomento della pubblicità. Questo dibattito fu alimentato dall'emergere di nuove forme di comunicazione di massa e dall'aumento dell'influenza dell'economia di mercato. Da un lato, c'erano coloro che vedevano la pubblicità come un mezzo per promuovere i prodotti e stimolare la crescita economica. Sostenitori come Claude Hopkins e Albert Lasker credevano che la pubblicità fosse un motore di progresso e sviluppo, in grado di informare i consumatori e generare domanda per i beni e i servizi. Questa prospettiva si basava sull'idea che la pubblicità potesse fornire informazioni utili e aiutare i consumatori a prendere decisioni informate. Dall'altro lato, c'erano critici che vedevano la pubblicità come manipolativa e ingannevole. Questi critici sostenevano che la pubblicità fosse un mezzo per creare desideri artificiali, spingendo i consumatori a comprare cose di cui non avevano bisogno. Pensatori come John Dewey e Vance Packard mettevano in guardia contro gli effetti negativi della propaganda commerciale sulla società, sostenendo che promuovesse il consumismo e la superficialità. La discussione sulla pubblicità nel primo Novecento riguardava anche la sua influenza sulla cultura e sull'immaginario collettivo. Alcuni critici, come Walter Benjamin, sostenevano che la pubblicità svuotasse l'arte e la cultura di significato, trasformandole in merce e riducendole a uno strumento di manipolazione delle masse. Inoltre, l'ascesa dei media di massa come la radio e il cinema ha alimentato il dibattito sulla pubblicità. Alcuni vedevano la pubblicità come una forma di intrusione nella vita quotidiana, mentre altri la consideravano un mezzo per finanziare i media e garantire l'accesso a contenuti gratuiti. La discussione sulla pubblicità nel primo Novecento ha gettato le basi per le riflessioni e le critiche che ancora oggi caratterizzano il dibattito sull'etica e l'impatto della pubblicità nella società. Tra gli esponenti più importanti per la nascita della pubblicità troviamo il movimento Dadaista

francese, contraddistinto dall'uso di un linguaggio provocatorio, dalla distruzione del testo, e dalla tecnica del fotomontaggio. Hannah Hoch, artista dadaista berlinese, è stata pioniera nella tecnica del fotomontaggio, realizzando opere d'arte assemblando ritagli di giornali e riviste. Durante questo periodo è molto ricca la produzione di manifesti, fogli e riviste. Il carattere dominante è la rottura di ogni schema razionale e della mentalità dei benpensanti. Lo scandalo sembra essere il cardine di una poetica dadaista. Avviene la più ampia sperimentazione in tutti i campi della produzione estetica come il cinema, la danza e la fotografia.

In Italia, fu il movimento **Futurista** a dare visibilità alla tecnica della stampa con la sua visione positiva del futuro, l'esaltazione della modernità e della tecnologia. Degno di nota fu Fortunato Depero nato nel 1892 a Fondo, in Val di Non, che lavorò per la Campari disegnando molteplici manifesti pubblicitari che l'autore definiva: "Quadro pubblicitario - Non cartello". Fu proprio il Futurismo a esprimersi verso il campo della comunicazione scritta e l'arte della tipografia, percependo la forza della comunicazione di massa, grazie alla nascita del cinema e della radio e alla diffusione di quotidiani e riviste. Fu un movimento letterario, artistico e politico, fondato nel 1909 da F.T. Marinetti, che si ispirò al dinamismo e alla vita moderna proiettandosi verso il futuro e ponendo le basi per tutte le successive avanguardie.

Al movimento Futurista seguì quello dell'**Astrattismo**, caratterizzato dalla scomposizione delle sue forme e dall'utilizzo di colori puri, non riconducibili a figure e composizioni tradizionali. Nasce dalla scelta degli artisti di negare la rappresentazione della realtà per esaltare i propri sentimenti. Il capostipite degli astrattisti fu Kandinskij. Il linguaggio astratto si basava sul colore, forma, armonia e composizione. Si possono individuare due filoni portanti dell'Astrattismo:

- **geometrico**, che si fonda sulla volontà di rinnovamento estetico basato sull'intelletto a cui fanno riferimento anche costruttivismo, suprematismo, neoplasticismo, arte concreta, arte ottico-cinetica, minimalismo;
- **non geometrico** che si basa sull'intuizione, enfatizzando la soggettività e la spontaneità, a cui si può ricondurre il pittore Kandinskij e l'espressionismo astratto.

Nello stesso periodo a Weimar, Walter Gropius fondò la scuola d'arte del **Bauhaus**, che riuniva architetti, pittori, scultori, fotografi e anche *graphic designer*. Gropius teorizzò anche il processo metodologico di progettazione, perché intuì il forte cambiamento che l'industrializzazione stava apportando, e la necessità di far comunicare l'arte con la produzione industriale. Il programma del Bauhaus prevedeva due semestri con due corsi paralleli ma coordinati: uno dedicato ai materiali e ai processi di lavorazione con un maestro artigiano; l'altro guidato da un maestro della forma che guidava gli studenti nel disegno. La sua influenza sulla grafica è stata significativa e duratura, poiché ha contribuito a ridefinire l'approccio al design visivo e alla comunicazione visiva. Cercava di superare le divisioni tradizionali tra le diverse forme di arte e design, puntando a una fusione armoniosa tra arte e artigianato. Questo approccio integrato ha influenzato anche il modo in cui la grafica veniva insegnata e praticata. Uno dei principi fondamentali era l'importanza data all'essenzialità e alla funzionalità del design. Ciò si rifletteva nel modo in cui venivano utilizzati linee, forme e colori nella grafica. L'obiettivo era creare un design che fosse chiaro, semplice ed efficiente nella comunicazione del messaggio.



Il Bauhaus ha sostenuto l'importanza della sperimentazione e dell'innovazione nella grafica. I designer della scuola hanno esplorato nuove tecniche e materiali, cercando di trovare nuovi modi di esprimere concetti visivamente. L'uso di forme geometriche, tipografia *sans serif* e l'approccio alla composizione asimmetrica sono diventati caratteristiche distintive del design grafico bauhausiano. Uno dei designer più influenti della Bauhaus fu Herbert Bayer, che sviluppò un approccio innovativo al design tipografico. Bayer creò un alfabeto universale, noto come "*Bauhaus Universal*", che cercava di semplificare le lettere eliminando gli ornamenti superflui. Questo approccio al design tipografico ha avuto un impatto significativo sulla grafica e ha influenzato il design di caratteri moderni. Un altro aspetto unico della grafica alla Bauhaus era la fusione tra arte e tecnologia. I designer esploravano l'uso delle nuove tecniche di stampa e delle macchine per la produzione di massa, cercando di sfruttare al massimo le possibilità offerte dalla moderna tecnologia. L'influenza del Bauhaus sulla grafica si è estesa ben oltre i confini della scuola stessa. Il suo approccio funzionale, sperimentale e innovativo ha ispirato numerose generazioni di designer grafici in tutto il mondo. Ancora oggi, i principi e le idee del Bauhaus continuano a essere riferimenti importanti nel campo del design grafico. Purtroppo, con l'avvento del Nazismo la Bauhaus dovette chiudere, ma diversi docenti e studenti si trasferirono negli Stati Uniti influenzando l'arte e l'architettura.

### **Graphic Design**

Il termine "graphic design" fu coniato per la prima volta negli anni '20, ma le radici concettuali del design grafico possono essere rintracciate in movimenti artistici precedenti, come l'Art Nouveau, il Bauhaus e il De Stijl. Questi movimenti sottolineavano l'importanza dell'integrazione tra arte e industria, e promuovevano un approccio più razionale e funzionale al design. Un importante contributo alla definizione e all'evoluzione del termine "graphic design" è stato dato dal designer e insegnante tedesco **Wilhelm Deffke**. Deffke fu uno dei primi a sottolineare l'importanza di un approccio sistematico al design, mettendo in luce il ruolo del design grafico nella comunicazione visiva efficace. Durante gli anni '30 e '40, il design grafico si sviluppò ulteriormente grazie all'influenza del movimento Modernista. Designer come Herbert Bayer, Jan Tschichold e Paul Rand contribuirono a definire i principi fondamentali del design grafico, come l'uso del layout pulito, la tipografia efficace e l'equilibrio visivo. Negli anni successivi, il design grafico continuò a evolversi e ad adattarsi alle nuove tecnologie e alle esigenze della società. Con l'avvento del computer e dei software di grafica, il design grafico ha subito una rivoluzione digitale, aprendo nuove opportunità creative e consentendo una maggiore flessibilità nel processo di progettazione. In sintesi, il termine "graphic design" ha radici nel periodo tra la fine del XIX secolo e l'inizio del XX secolo, ma è stato definito e sviluppato nel corso del tempo, influenzato da movimenti artistici.

### ***Il connubio De Pero - Campari***

Nel 1926 Depero partecipa alla XV Biennale d'Arte di Venezia dove presenta un dipinto a olio dedicato al commendator Campari e intitolato "Squisito al selz". In quest'opera l'artista rovescia la regola compositiva utilizzata fino a quel momento posizionando la figura in senso orizzontale. La scena rappresenta due uomini seduti in un probabile "Bar Campari" intenti a degustare un bitter con selz, le tinte piatte e le forme plastiche mettono al primo piano il prodotto e a vedere l'arte come strumento per pubblicizzarlo. Da questo momento in poi De Pero crea per l'azienda Campari decine di progetti sia a

colori che in bianco e nero. La stessa bottiglietta del Campari Soda diventata iconica, poiché fu disegnata e progettata dallo stesso, rovesciando la sagoma del bicchiere del Bitter. Il design, molto diverso dalla forma delle bottiglie tradizionali, testimonia l'uso da parte dell'artista di forme geometriche precise e colori forti. Il colore della bottiglietta viene utilizzato come se fosse vernice per il prodotto rendendolo riconoscibile anche a distanza di quasi 90 anni.

TABELLA 1.1 L'arte grafica dagli esordi al primo Novecento	
Arte grafica	
Esordi (dal XV secolo)	Incisioni/Stampe
Secondo Ottocento	Fotografia Cromolitografia Cartellonistica
Primo Novecento	Dadaismo Futurismo Astrattismo Bauhaus

### 1.1.3 Il Secondo Novecento e l'affermazione della grafica

Nella prima metà del Novecento, l'arte grafica si trasformò in uno strumento di propaganda politica, solo la neutrale Svizzera sviluppò un nuovo movimento artistico chiamato **New Typography** (1927). Venne fondata la rivista *Graphics*, che tutt'oggi è un'importante realtà grafico-editoriale. La Svizzera ospitò durante le due guerre mondiali diversi artisti in fuga e diventò teatro di scambi culturali ed artistici, mentre nel resto d'Europa la grafica ebbe uno stallo. Ci si deve spostare oltreoceano, in America, perché si affermò la professione grafica.

Gli anni Cinquanta sono gli anni del boom economico, della ricostruzione e della voglia di riscatto. Nasce lo **stile minimalista**, le aziende cominciano a capire che è importante investire sulla propria immagine tanto quanto sui prodotti. La creazione di marchi e loghi viene affidata a grafici esperti che lavorano sull'immagine coordinata di prodotti e pubblicità. I colori di fondo sono omogenei e le figure vengono scontornate e associate a testi, spesso con tinte contrastanti o complementari. Al cartellonistico pittorico dei primi del Novecento si sostituisce un'immagine più libera, informale, umoristica e surreale. In Svizzera a differenza del resto d'Europa, si sviluppa uno stile rigoroso, nasce l'*Helvetica* uno dei font più usati e famosi in tutto il mondo. Ma è negli anni Sessanta che si impone la **Pop Art**, termine inglese per definire la *popular art*, riferendosi all'oggetto che viene proposto in serie, quindi legato alla massa e non all'individuo. Gli elementi che potevano rappresentare al meglio l'arte di massa erano gli oggetti appartenenti al mondo del commercio, prodotti riconoscibili da tutta la società consumistica. Questi oggetti venivano elevati a vere e proprie opere d'arte, trasformando la società che sarebbe stata sempre più invasa dai mass media. Gli anni '70 vedono l'affermarsi dei segni grafici, trionfa la geometria, il controllo, la razionalità, si impone l'arte **Concettuale**. La comunicazione grafica porta allo sviluppo di team di progetto e all'affermarsi dell'immagine coordinata. Si comincia a studiare anche la segnaletica, dalle metropolitane ai ristoranti, così da rendere il linguaggio grafico universale. Si percepisce una libertà este-

tica poiché la grafica diventa finalmente un'arte e non più solo arte applicata. La pubblicità cerca nuovi linguaggi e vede nei giovani il punto di riferimento, spesso si ricorre a metafore ed allusioni. I messaggi potevano arrivare anche dai muri, come uno slogan, essenziale, comprensibile e di impatto. I muri diventano una grande bacheca collettiva e creano un nuovo paesaggio urbano, dando l'inizio a quello che oggi definiamo graffiti.

#### Armando Testa, il padre della pubblicità italiana

Armando Testa (1917-1992) è stato uno dei più importanti *cartoonist* e grafici nel settore della pubblicità, soprattutto televisiva. La sua arte minimalista e il suo linguaggio popolare lo hanno reso *leader* indiscutibile nel settore. Famosi sono i suoi personaggi *Caballero* e *Carmensita*, protagonisti di una surreale telenovela per il caffè Lavazza. Nel 1957, tre anni dopo la nascita della TV, inizia *Carosello*, una trasmissione che alterna 1 minuto di trasmissione e 25 secondi di pubblicità. Nel 1965 Lavazza fa il suo esordio nella televisione proprio con *Carmensita* e *Caballero*, due semplici coni di gesso bianco, senza braccia e gambe con occhi fissi e sorriso disegnato. Grazie a questa pubblicità Lavazza è riconosciuta ancora oggi a livello internazionale. Si potrebbe associare il nome di Testa al marketing anche se lui se ne teneva decisamente lontano: "Sentivo parlare di marketing e credevo si trattasse di un nuovo ballo". Ma Armando Testa e la sua agenzia pubblicitaria sono ancora oggi punto di riferimento della pubblicità italiana.

**TABELLA 1.2 L'arte grafica nel secondo Novecento**

Arte grafica	
Secondo Novecento	New Typography Anni '50 stile minimalista Anni '60 Pop Art Anni '70 Marketing Anni '80 Computergrafica Anni '90 Internet/Web design

#### 1.1.4 L'inizio della Computer Grafica

Gli anni Ottanta registrano l'inizio della **grafica al computer**, con elaboratori lenti e costosi, che consentivano operazioni molto rozze ed elementari, anche se si comprese da subito che quello sarebbe stato il futuro. Sono gli anni del "diluvio commerciale" come li ha definiti Jay Blumler, uno dei principali studiosi della comunicazione di massa. Nascono molte radio e televisioni private che determinano la fine del monopolio pubblico poiché l'innovazione tecnologica fece scoprire diverse frequenze utilizzabili anche in ambito locale. Anche la struttura economica dei paesi si modificò, passando dalla piccola alla grande distribuzione con la nascita delle grandi catene alimentari. I consumatori possono trovare lo stesso prodotto in tutti i negozi, per questo diventa necessario conoscere la marca. Le aziende cominciano ad investire nella pubblicità.

Ma è intorno agli anni Novanta che si verifica la vera evoluzione tecnologica. La diffusione di personal computer e l'avvento di Internet, modificano la comunicazione di massa. Nessuno poteva fare a meno di accedere al web o di utilizzare la posta elettronica, anche il grafico deve tenersi al passo e nascono nuove specializzazioni come quella del web designer. Anche gli strumenti della professione cambiano, non più tavoli retroilluminati ma computer e stampanti sempre più performanti. Il contenuto di un intero libro poteva essere installato su di un floppy disk e la pubblicazione passava direttamente dalla videoimpaginazione alla stampa. La veste del grafico comincia a modificarsi, da esecutivo a regista che coordina tecnologie e competenze diverse attorno ad un progetto che può svilupparsi

nel tempo, come il gioco digitale o la realtà aumentata. Nascono tutte quelle innovazioni tecnologiche che vengono riconosciute con il nome di **ICT (Information and Communication Technology)** e definiscono il campo dei "new media". In questi anni il numero delle emittenti e il numero dei messaggi nel campo della comunicazione elettronica aumentano in maniera spropositata. La comunicazione passa da quella detta "di massa" ad una sempre più puntuale che cerca di raggiungere "segmenti" specifici di società.

Gli elementi che caratterizzano i nuovi media sono:

- **interazione:** i vecchi media erano monodirezionali, mentre quelli nuovi permettono il passaggio d'informazioni in più direzioni: emittente/utente, utente/utente;
- **ipertestualità:** la carta stampata ha una struttura sequenziale, mentre il sito web una non lineare. I vari link permettono il passaggio da un punto ad un altro;
- **multimedialità:** lo stesso contenuto può essere veicolato da una pluralità di mezzi;
- **costi di produzione e distribuzione:** molto superiori a quelli dei media tradizionali.

#### Le riviste

Le riviste sono sopravvissute sia all'arrivo della televisione che a Internet e rappresentano il trampolino di lancio per il successo professionale dei grafici. Questo è ancora più evidente nell'ultimo decennio da quando l'autoproduzione di riviste si è diffusa in maniera esponenziale. Analizzando il mercato, ci si rende conto che un fenomeno significativo è quello delle testate denominate di *lifestyle* con contenuti che spaziano dalla moda al design, dall'arte alla politica, dall'economia al cinema, ma che sperimentano una nuova comunicazione visuale, in cui il progetto grafico entra nei contenuti. Uno dei casi più interessanti è **Wallpaper** che ha saputo imporsi a livello internazionale grazie all'estetica minimal, riflettendo i contenuti di design. La rivista inglese è diventata un *brand* raggiungendo tirature di 40.000 copie. Gli Stati Uniti rimangono la patria delle più interessanti testate storiche come *Harper's bazaar* che prosegue la pubblicazione ad alto livello di grafica dagli anni Trenta. In Italia sono pubblicate alcune delle riviste più antiche di architettura e design come *Casabella*, *Domus* e *Abitare*. La rivista Domus ha cambiato l'art director tre volte nell'ultimo decennio cercando di trovare una nuova immagine e contenuti più attuali. L'elemento più evidente della nuova Domus è l'idea di trasformare la gabbia in qualcosa di più fluido. Anche in Italia si sono diffuse riviste gratuite di *lifestyle* come *Urban* e *Rodeo*. Per le pubblicazioni di architettura e design nell'ultimo decennio dobbiamo guardare ai Paesi bassi e alla rivista *Frame* fondata nel 1995 come rivista di *Interior Design*.

### 1.1.5 L'evoluzione della stampa

Nel Medioevo, prima dell'invenzione della stampa, la scrittura dei libri era un processo laborioso e lungo svolto principalmente da amanuensi. Gli amanuensi erano scrivani esperti che copiavano e illustravano i testi a mano, uno alla volta. Utilizzavano penne di canna o pennini di metallo per scrivere su pergamena o carta fatta a mano.

La scrittura manuale richiedeva una grande abilità e pazienza, e il processo di copia di un libro poteva richiedere mesi o addirittura anni. Gli amanuensi si impegnavano a creare libri belli e accurati, decorandoli con elaborate miniature e illustrazioni.

Diversi artigiani, già nel XIV secolo, cercarono di trovare nuovi procedimenti di riproduzione dei libri per ridurre i costi e produrre dei libri che potessero essere destinati ad un pubblico meno eccellente come gli studenti universitari e i mercanti. Si pensò ad una

matrice (in rilievo o in cavo) che potesse riprodurre immagini e testi in più copie, imprimentendola su pergamena o carta. La prima sperimentazione che si rivelò particolarmente adatta e che si sviluppò velocemente in Europa fu la **xilografia o silografia** (dal greco *xilos* cioè legno). La tecnica consisteva nell'incidere disegni o testi su di una matrice di legno duro con appositi strumenti (bulini) per ricavare una superficie liscia. La matrice veniva ricoperta di inchiostro con un rullo o un tampone e poi premuta sulla carta che riproduceva l'immagine a specchio. La xilografia è la tecnica più antica per produrre un numero indefinito di copie, veniva utilizzata per realizzare iconografie, carte da gioco, tarocchi o per decorare i codici manoscritti.

Successivamente la xilografia cedette il passo alla **calcografia** (dal greco *calcòs* cioè rame), che cominciò a svilupparsi nel XV secolo. La tecnica era l'inverso della precedente, si incidevano dei metalli, preferibilmente il rame, e si riempivano le parti cave con un inchiostro fluido, rilasciato da un rullo a tampone, successivamente si asportava l'eccedenza con una spatola e un panno. Quindi, si trasferiva il disegno su carta umida mediante pressione di un torchio. Le tecniche calcografiche si distinguevano per diverse tecniche:

- **calcografia a bulino**, la matrice è incisa con una punta triangolare;
- **calcografia a puntasecca**, la matrice è incisa con una punta chiamata “puntasecca”, che crea solchi arrotondati;
- **calcografia ad acquaforte**, la matrice è trattata con vernici resistenti agli acidi;
- **calcografia ad acquatinta**, la matrice è trattata con resine resistenti agli acidi.

Nonostante queste tecniche avessero modificato la produzione dei libri, non riuscivano a soddisfare la domanda del mercato, così molti artigiani cominciarono a sperimentare i caratteri proto-tipografici in legno di faggio. Ufficialmente la scoperta della stampa tipografica o a caratteri mobili è da riconoscere al tedesco Johann Genfleish zur Laden, detto **Gutenberg** (dal nome della località di nascita). I caratteri venivano creati con un punzone di metallo, composto da un parallelepipedo su cui veniva inciso, in rilievo e a specchio, il segno da rappresentare. Dal punzone si ricavava un calco in negativo su una lamina di rame dentro cui si colava una lega di piombo e stagno. Una volta raffreddata la lega metallica si otteneva un carattere in positivo che veniva montato su un parallelepipedo di legno. Una volta creati tutti i simboli, venivano utilizzati montandoli su di un telaio per formare il testo. Il testo composto veniva inchiostrato attraverso un tampone e premuto con un torchio a vite. Il vantaggio di questa tecnologia era evidente, si potevano stampare più pagine contemporaneamente e poi rilegarle successivamente numerando le pagine. I caratteri mobili permettevano di estrarli e ricomporli a piacere. La tecnica tipografica si diffuse rapidamente in Europa e non subì cambiamenti significativi fino all'Ottocento, quando si delineò la Rivoluzione Industriale. Infatti, i grandi cambiamenti avvenuti nella società e nell'industria influenzarono anche l'arte grafica e la stampa. Le invenzioni e le scoperte nel campo della meccanica permisero di costruire macchinari più performanti per la stampa di massa. Le nuove tecnologie modificarono i tempi e i costi delle pubblicazioni rendendole fruibili a tutti. Venne migliorato il torchio usato fin dal Quattrocento, sostituendo il sistema a leve con uno a cilindro. Fu F. Koenig a rivoluzionarlo costruendo la macchina **tipografica piano-cilindrica**, che con una pressione continua sul foglio e un inchiostramento automatico aumentava la velocità di stampa. Con questo dispositivo nel 1814 si riuscirono a stampare 1.100 copie all'ora del Times. L'evoluzione di questo macchinario fu la macchina a rotativa inventata da R. Hoe nel 1846, che riusciva a stampare

contemporaneamente fronte e retro. Alla fine dell'Ottocento nacquero altri due sistemi di stampa rivoluzionari:

- la **linotype** (1881), una macchina dotata di tastiera che permetteva di comporre righe di testo e successivamente versava piombo fuso nelle forme ottenendo la matrice per un'intera riga di testo;
- la **monotype** (1896), una macchina che componeva e fondeva singole lettere. Il vantaggio era di correggere gli errori senza sostituire l'intera riga.

Alla fine del Settecento ebbe una grande importanza anche l'invenzione della **litografia**, una tecnica che sfruttava la proprietà del calcare di respingere l'inchiostro se inumidito. L'immagine veniva disegnata con una matita grassa su di una pietra calcarea e porosa in maniera speculare rispetto al risultato da ottenere. Si trattava la pietra con acido nitrico e gomma arabica per fissare il tratto, si inumidiva la pietra con acqua che veniva respinta dal segno grasso, con un rullo si stendeva l'inchiostro, il quale aderiva solo sulla parte disegnata, successivamente la pressione di un torchio riproduceva il disegno su carta. Il metodo prevedeva tre diverse tecniche di riproduzione:

- **autografico**, con disegno eseguito nel verso normale su carta speciale che ribaltava su pietra il segno all'inverso;
- **con disegno inverso** a matita grassa direttamente su pietra levigata;
- **per incisione diretta** su pietra, a imitazione della tecnica ad acquaforte.

Questa tecnica era di facile esecuzione, ma la pietra calcarea si usurava facilmente, era la mano abile dello stampatore che permetteva la tiratura massima di un migliaio di copie. Nonostante ciò, la semplicità dell'esecuzione e la morbidezza del tratto resero la litografia una delle tecniche più versatili, utilizzandola per disegni ad alto contenuto artistico e soppiantando di fatto la calcografia. Tra gli artisti che utilizzarono la litografia ricordiamo H. de Toulouse-Lautrec, che si impadronì della nuova tecnica nella sua evoluzione, la **cromolitografia**. Quest'ultima permetteva di utilizzare immagini a colori attraverso l'utilizzo di pietre diverse per ogni colore. L'artista creò le famose *affiche*, manifesti che si possono considerare i primi poster pubblicitari.

Solo alla fine dell'Ottocento si sviluppa la **fotolitografia**, una variante litografica che proveniva dalla tecnica fotografica. L'immagine fotografica veniva trasferita mediante gelatine fotosensibili, su di una pietra litografica e gli effetti tonali erano resi grazie ad una retinatura. Per riuscire a produrre un maggior numero di copie stampate si mise a punto una variante meccanica della litografia, la stampa **indiretta o offset** (1904). Questa tecnica è la stessa usata ai giorni nostri, la matrice di pietra è stata sostituita da una metallica in zinco o alluminio. L'immagine non passa direttamente dalla matrice al foglio ma tramite un tessuto gommato di caucciù, da qui il nome di stampa indiretta.

Nel campo artistico diventa popolare la tecnica della **serigrafia**, soprattutto grazie ad **Andy Wharol**, artista della Pop art, il quale grazie alla tecnica della serigrafia del rilasciare campiture intense, tratti omogenei e moderni riscosse grande successo. Questa tecnica, infatti, garantisce una grande intensità di inchiostrazione permettendo la stampa su qualsiasi supporto. Il telaio viene ricoperto da una sostanza gelatinosa e scaldando il telaio si pone sopra il disegno. La gelatina si scioglie solo in corrispondenza del disegno liberando le altre zone che tramite la pressione di una spatola filtrano l'inchiostro sull'oggetto da stampare. La serigrafia è di origine giapponese in uso nel Seicento, giunse in Occidente solo nell'Ottocento conosciuta anche con il nome di stencil.



# il **nuovo** concorso a cattedra

## MANUALE

### Discipline **grafico-pubblicitarie**

Manuale per la preparazione al Concorso a Cattedra per la classe di concorso A10 - Discipline grafico-pubblicitarie.

Il volume è strutturato in parti, ciascuna delle quali raggruppa gli argomenti necessari alla preparazione al concorso a cattedra.

La **Parte Prima “La Progettazione Grafica”**, dopo un excursus storico che dalle prime forme di scrittura arriva alla nascita della stampa e alla sua evoluzione tecnologica, tratta l'argomento fondamentale della progettazione grafica tenendo conto di elementi di percezione visiva, di Basic Design e di Teoria del colore. La trattazione dei linguaggi visivi, partendo da accenni di semiologia generale, illustra argomenti quali la gestione dello spazio visivo, delle strutture geometriche, del colore, della tipografia, dei moduli, delle texture.

La **Parte Seconda “Tecniche e tecnologie”** si occupa delle tecniche per la produzione dei prodotti a stampa, di cui illustra tecniche, particolarità e utilizzi, senza tralasciare i prodotti video-fotografici.

La **Parte Terza “Area pubblicitaria”** illustra le caratteristiche del prodotto pubblicitario, fornendo non solo la descrizione delle tecniche utilizzate nel settore, ma anche le nozioni di marketing ad esso legate. Questa parte dedica, poi, un capitolo ai prodotti pubblicitari per il web ed uno alle basi della disciplina giuridica relative al lavoro pubblicitario e al diritto d'autore, che chi opera nel settore deve necessariamente conoscere.

#### PER COMPLETARE LA PREPARAZIONE:

CC1/1 • **PARTE GENERALE - LEGISLAZIONE SCOLASTICA PER TUTTE LE CLASSI DI CONCORSO**



**IN OMAGGIO**  
ESTENSIONI ONLINE

Contenuti  
**extra**

Le **risorse di studio** gratuite sono accessibili per 18 mesi dalla propria area riservata, previa registrazione al sito **edises.it**.



**EdiSES**  
edizioni



[blog.edises.it](http://blog.edises.it)



[infoconcorsi.edises.it](http://infoconcorsi.edises.it)



€ 28,00

