

raccontare il progetto

diana eugeni
dicembre 2005

non cominciate mai un importante
progetto di design senza aver
dormito otto ore e fatto una buona
colazione....

Mao Tse-Tung

definizione

design

- Il design è un modo per organizzare qualcosa.
- Non è qualcosa di tangibile, è un processo, un sistema, un modo di pensare. Non c'è in assoluto un “buon” design o un “cattivo” design. Il buon design è tale se assolve agli obiettivi che ci siamo prefissi.
- Per fare del design, abbiamo bisogno di qualcosa da organizzare. Nel nostro corso organizzeremo un progetto.

cosa

Obiettivi del corso

- Creare una presentazione di progetto efficace.

Analisi del proprio progetto (*)

- La comunicazione e il messaggio. Creare una narrativa che renda comprensibile il percorso di progetto attraverso l'analisi e la critica del proprio elaborato.
Articoliamo questo lavoro in:
 - analisi sintetica del proprio progetto e grafo dei contenuti;**
 - analisi sensoriale: i colori, i suoni, il lettering del progetto;**
 - progetto di comunicazione con scelta del supporto digitale e cartaceo;**
 - il packaging finale.**

(*) scritto. disegnato.video.multimediale

comunicazione digitale

multimedia

Il multimedia è una modalità di navigazione dell'informazione.

E' la rappresentazione integrata, in un unico supporto di testi, immagini fisse, video, animazioni, suono, visualizzabile tramite computer.

Immaginate un frullatore: in cui mettere un sistema, grafica, animazioni, suono, video, foto, testo etc, combinare queste informazioni equivale ad un azione di mix, anzi un vero e proprio remix di campioni di diverso formato.

carta

grafica e pakaging

La grafica permette di sintetizzare le idee attraverso l'uso di immagini, disegni e parole, alla base ci deve essere un progetto di comunicazione che renda semplice il messaggio.

L'ambito della produzione cartacea spazia da libri, riviste, poster, oggetti narrativi in cui il packaging si fonde con la stampa.

Il punto d'incontro tra la grafica stampata e il multimedia spesso è il website, perché ha l'impaginazione di una rivista ma le modalità di navigazione e la non sequenzialità di un prodotto multimediale.

le fasi

processo

per entrambi i supporti è necessario
organizzare i contenuti secondo:

l'idea

l'analisi

le main stones del progetto

il progetto

il prototipo

test

esempio: apple machine

processo

idea

voglio costruire una macchina per raccogliere le mele

analisi

come cadono le mele, come-quando e perchè vengono raccolte manualmente

main stones del progetto

caduta della mela, spostamento di pianta in pianta, deposito...

progetto

una macchina che avrà una certa forma, e assolverà alle main stones

prototipo

il prototipo sarà una cassetta in un certo materiale capace di muoversi da A a B etc

test

si prendono n persone che raccolgono manualmente le mele e si fanno provare per individuare gli eventuali limiti del prototipo.

esercizio:

progettare e articolare un kit di sopravvivenza per studenti con scarse risorse finanziarie, da utilizzare in un momento della giornata a scelta.

l'idea

l'analisi

le main stones del progetto

il progetto

il prototipo

test

Evitiamo di usare la parola **concept** solo Einstein o Newton hanno prodotto concept come la gravità o la relatività, registi e produttori di auto producono concept noi comunicatori produciamo **idee**.

Non confondiamo l'idea con un dato di fatto: le sedie di quest'aula sono 50...è dato di fatto, chiunque le conti ha la stessa opinione; disporrei le sedie di quest'aula non allineate, se sono meno rigide l'atmosfera sarà più calda; questa è un

idea, superficiale ma è un'idea.

Se l'idea è noiosa, l'immagine e la comunicazione del progetto saranno molto probabilmente noiose.

l'idea
l'analisi
le main stones del progetto
il progetto
il prototipo
test

l'analisi è una parte delicata del progetto. Non è facile diventare dei pensatori! E' fondamentale essere ricettivi a tutto ciò che succede intorno a noi: libri, cd, grandi brand, multinazionali, contesti

politici e socio culturali. Sono altrettanto importanti i fenomeni media e le capacità di disegnare lo scenario di progetto. L'idea istintivamente viene fuori sempre da un ambiente culturale e

l'analisi lo mette a fuoco, nel suo senso globale.

l'idea

l'analisi

le main stones del progetto

il progetto

il prototipo

test

Una volta disegnato lo scenario è fondamentale riuscire a comunicare i punti fondamentali del progetto. Sono traducibili nelle specifiche, senza le quali, il progetto stesso perde

di identità. Servono a noi designers o comunicatori, per capire se il progetto funzione ed è coerente a se stesso, a sintetizzarlo in una o due frasi e a comunicarlo. Spesso il

cliente (e i professori) non ha pazienza, e la nostra abilità è raccontare il progetto nel minor tempo possibile con efficacia.

l'idea
l'analisi
le main stones del progetto
il progetto
il prototipo
test

Il progetto è una soluzione. Il design è una soluzione, se non lo è...non è un progetto di design, pensate a qualcos'altro. Regola fondamentale: prendere le distanze dal vostro progetto ... meglio una sana autocritica, che

qualcun'altro vi dica che la vostra è una risposta ad un falso problema. Quindi nella maggior parte dei casi il progetto è l'individuazione di una soluzione ad un problema. Il problema deve essere oggettivo, tutti devono essere d'accordo e la soluzione è

un'opinione, in altre parole anche se il problema è realmente tale il progetto di soluzione può non essere condiviso. **Consiglio: non innamoratevi del vostro progetto.**

l'idea
l'analisi
le main stones del progetto
il progetto
il prototipo
test

E' fondamentale prima di presentare il vostro progetto capire se funziona o no. Il prototipo è l'occasione per farlo.

Ho disegnato una sedia e mi sembrava bellissima. La mia socia, che nel prodotto è più brava di me mi ha

detto: sei sicura che funzioni? sembrano brutte le proporzioni.

Infatti era molto bello il disegno, ma la sedia era bassa e grassa. Verificare sembra cosa si pensa è importantissimo, nella grafica, nel prodotto, nel fashion, fate

modellini, di cartone, piccoli, grandi come volete e se non è quello che volete, raffinate il progetto attraverso il prototipo.

Il prototipo è la prova del nove.

l'idea
l'analisi
le main stones del progetto
il progetto
il prototipo
test

Il test è la parte più divertente del progetto, se non siete permalosì! Molti designers, avendo un forte ego hanno la tendenza ad offendersi: questo cliente non capisce niente! A volte

è vero :-))))), più spesso falso! Testare il progetto vuol dire mettersi in discussione, fatelo vedere agli amici e se vi dicono che schifo! rimanete calmi, sorridete e chiedete perchè? Dalle critiche positive

e costruttive viene fuori un ulteriore affinamento del progetto. Se siete abili a comprendere cosa gli altri vi dicono, potete diventare dei grandi designers... tutti sono potenziali clienti!!

computer

il passato

nel passato il cliente non aveva nessuna idea di cosa era la produzione, e proprio per questo erano disposti a pagare un bel pò per i loro loghi, brochure, bilanci annuali etc. Oggi ognuno può comperare un programma e fare della grafica. Non c'è più mistero e non c'è più nessuno disposto a pagare per un lavoro che non sia evidentemente prodotto da un designer.

Il designer deve essere un problem solver e un pensatore per aderire al suo ruolo.

Ma con l'avvento di questa meravigliosa macchina anche la vita del designer è cambiata.

Niente più ritocchi in tipografia, niente più dipendenze dai fotocompositori e dai fotolito.

Internet e le librerie sono strumenti potentissimi di comunicazione e risorse preziose. Questo vuol dire anche che difficilmente un professore si accorge se un'immagine è una scansione del lavoro di qualcun'altro o è il lavoro dello studente, ma questa riflessione implica anche che il professore non giudicherà l'immagine ma il pensiero dello studente.

sedotti dal...

lo schermo

E' facile essere sedotti da questo oggetto che anche cambiando taglia, offre visioni ormai quasi perfette (dal maxischermo al telefonino...)
Si diventa preda dell'effetto speciale. L'effetto speciale non è detto che sia design. Ma se il nostro cliente va al cinema e vede film pazzeschi ad alto contenuto innovativo, si aspetta che anche una brochure, un booklet o un cd rom lo ecciti nello stesso modo. Sono le stesse persone che pensano che un "dentifricio" o la "pappa del cane" tra le mani di un mago del computer possa diventare qualcosa di seducente e naturalmente eccitante. In realtà, purtroppo se un prodotto è noioso difficilmente gli effetti speciali del video lo salveranno.

Come è possibile competere nella statica stampa con la magica animazione e i film ad effetti speciali?

A mio avviso c'è solo un modo per vincere: non competere.
Non siate tentati di produrre effetti speciali se non c'è tempo, budget e sufficiente conoscenza della tecnologia.
Ma all'opposto utilizzate la forza dell'idea del basso costo.

digitale

Il formato digitale consente

utilizzo di formati medialti differenti; la concentrazione di grandi quantità di informazioni in piccoli spazi fisici; la semplificazione dei processi delle informazioni; il riutilizzo e la manipolazione dei contenuti: la creazione efficace ed efficiente di collegamenti e rimandi.

definizione di Iper testo

testo organizzato in modo non lineare, senza un inizio e una fine. E' una struttura di nodi collegati tra loro, da Link che consentono di passare da uno all'altro scegliendo fra i molti percorsi possibili...

definizione di Ipermedia

è una evoluzione di un ipertesto, in cui le unità sono appartenenti a diversi sistemi di comunicazione video, suono, animazione etc., questi brani appartengono ad una unica opera ed è accessibile attraverso la navigazione, che si compie seguendo un percorso nella rete, scelto dal lettore sulla base di alternative definite dall'autore.

Le caratteristiche dell'ipermedia sono:

- la non linearità, elimina infatti il concetto di inizio, svolgimento, fine;
- la non sequenzialità, la sequenza di lettura è decisa dall'utente;
- l'accessibilità da più parti, non ho mai un unico ingresso;
- una gerarchia variabile dei contenuti, organizzazione a rete dei contenuti

Dizionario dei new media, di Stefania Garassini, Raffaello Cortina Editore- M.Maiocchi, Iper testi

elementi di grafica per entrambi i supporti

testo e immagini
impaginazione
stampa o
digitalizzazione

dattiloscritto

word
REVISIONE

fotografie

photoshop
SCANNER

illustrazioni

illustrator
TAVOLETTA

impaginato per la stampa (indesign o xpress)
impaginato per video (ppt flash pdf)

caratteristiche

Il formato cartaceo consente

utilizzo di formati ad una risoluzione maggiore;
l'utilizzo della tattilità del fruitore;
l'inserimento di alte risoluzioni.

Le caratteristiche del cartaceo sono:

La linearità:

c'è il concetto di inizio, svolgimento, fine;

la sequenzialità:

la sequenza di lettura è decisa dal progettista.

elementi

bozze

errori comuni sono gli accenti è, perché, sé ...
spaziature. , ; - () etc
utilizzo dei segni “ “ etc

scelte tipografiche

per comporre il testo si scelgono in genere un paio di caratteri:
I titoli, che devono avere una certa evidenza
il testo che deve garantire una buona leggibilità

immagini

vanno scelte in base al messaggio, fondamentale è l'uniformità del trattamento

font

graziati

A a

bastoni

A a

Il font può cambiare taglia, colore, crenatura (spazio fra le lettere), stile (grassetto, corsivo, regular), interlinea (spazio fra una riga di testo e l'altra).

font

graziati:

sono i caratteri i cui estremi hanno le grazie o i serif che permettono una lettura più agevole per la proprietà di legare una parola con l'altra percettivamente;

abcdefghijklmnpqrstuvz

abcdefghijklmnpqrstuvz

abcdefghijklmnpqrstuvz ABCDEFGHILMNOPQRSTUVWXYZ

bastoni

le grazie sono tronche danno corpo ed evidenziano il testo, più leggibili in video e nei sistemi di segnaletica;

abcdefghijklmnpqrstuvz

abcdefghijklmnpqrstuvz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnpqrstuvz

testo mediale

La principale differenza tra un testo cartaceo e un testo multimediale (web, cd rom) è dovuta all'organizzazione, che può essere “**Ipertestuale**”, e quindi permette:

di gestire e rendere accessibili grandi quantità di informazioni di origine formato e finalità differente;

di definire percorsi alternativi e modalità diverse di accesso diretto ai contenuti;

di stabilire collegamenti e connessioni nella creazione del testo oppure durante la sua fruizione.

paragrafo multimediale

I ruoli del design nella comunicazione multimediale

Information Design

E' definibile come la strutturazione dettagliata di una specifica informazione.

E' divisibile in due campi operativi: **Information architecture**, cioè il modo in cui vengono strutturate le informazioni specifiche in un determinato contesto, **Information planning**, pianificazione della crescita del sito in un determinato periodo di tempo,

L' Information design si focalizza sull'informazione nelle sue singole unità definendone il meccanismo di input e output.

Interaction Design

Stabilisce l'interfaccia base di navigazione.

In quest'area c'è un lavoro di concept design, che stabilisce i criteri generali (bottoni animati, menu a tendina, a scomparsa etc.) che una volta definiti devono restare coerenti in tutto il prodotto;

di rappresentazione e scelta iconografica, anche qui le decisioni di scelta iconografica una volta prese devono restare coerenti per tutto il prodotto;

paragrafo

bandiera destra e sinistra
epigrafe
giustificato e giustificato forzato

bandiera destra e sinistra
epigrafe
giustificato e giustificato forzato

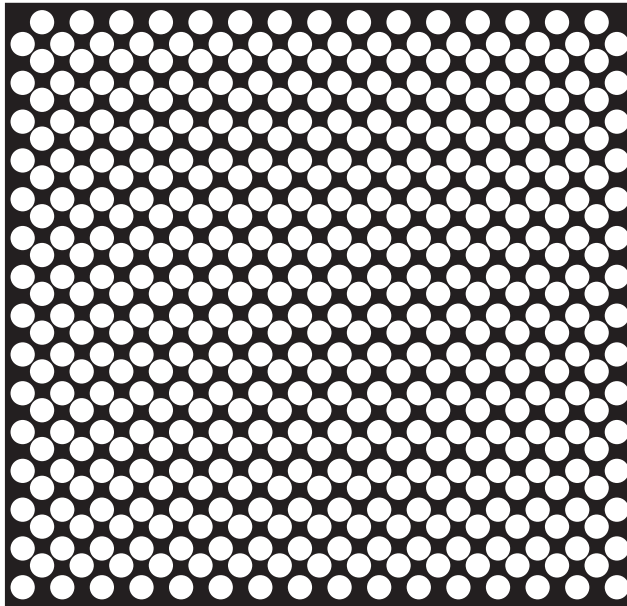
bandiera destra e sinistra
epigrafe
giustificato e giustificato forzato

bandiera destra e sinistra
e p i g r a f e
giustificato e giustificato forzato

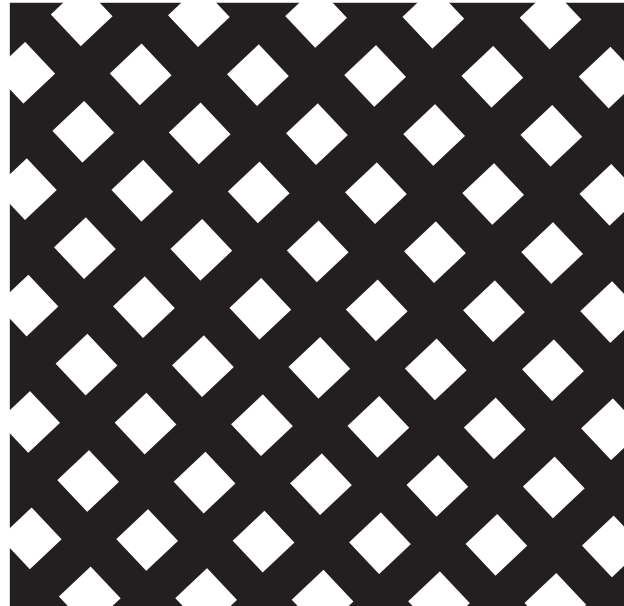
retini

possono essere al tratto o a tono continuo, in questo caso c'è la **retinatura**, cioè la scomposizione dell'immagine in puntini di dimensione variabile la cui densità si misura in linee per pollice;

retino fotolito

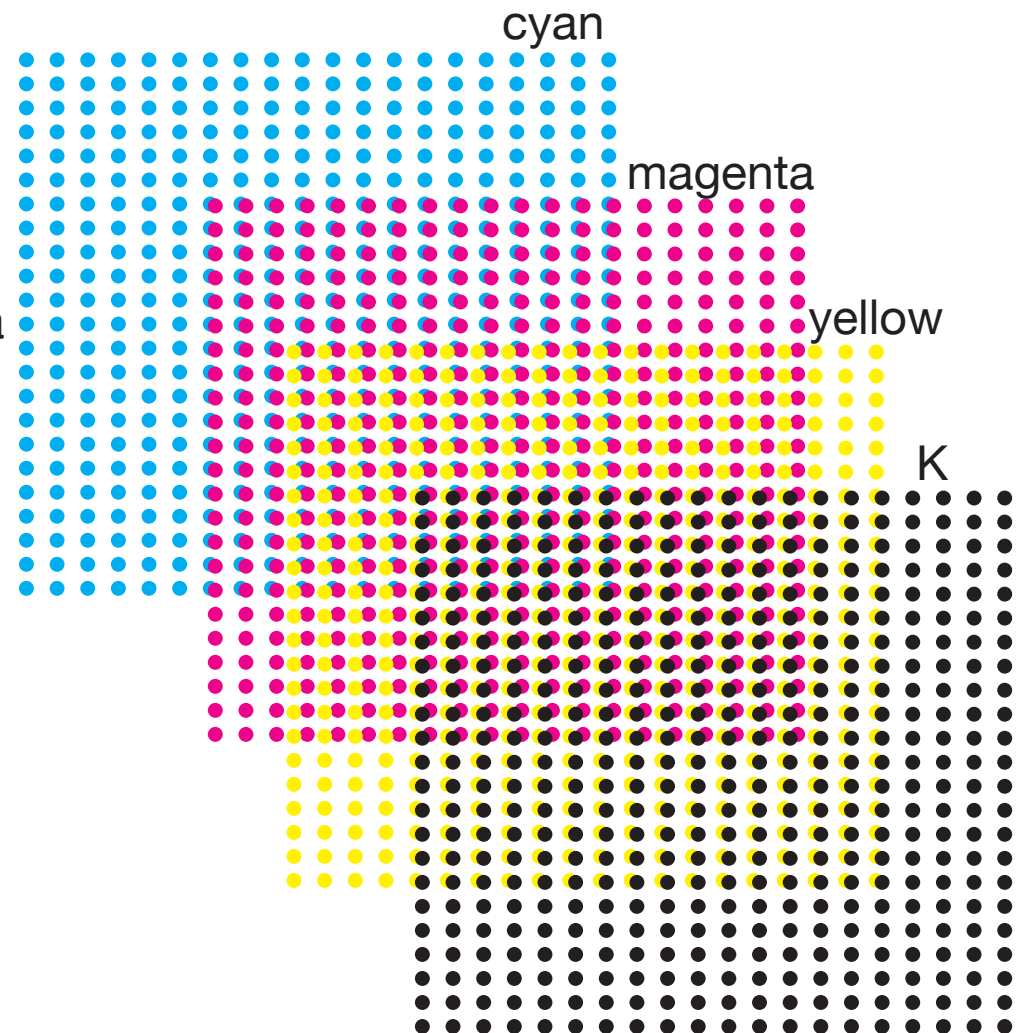


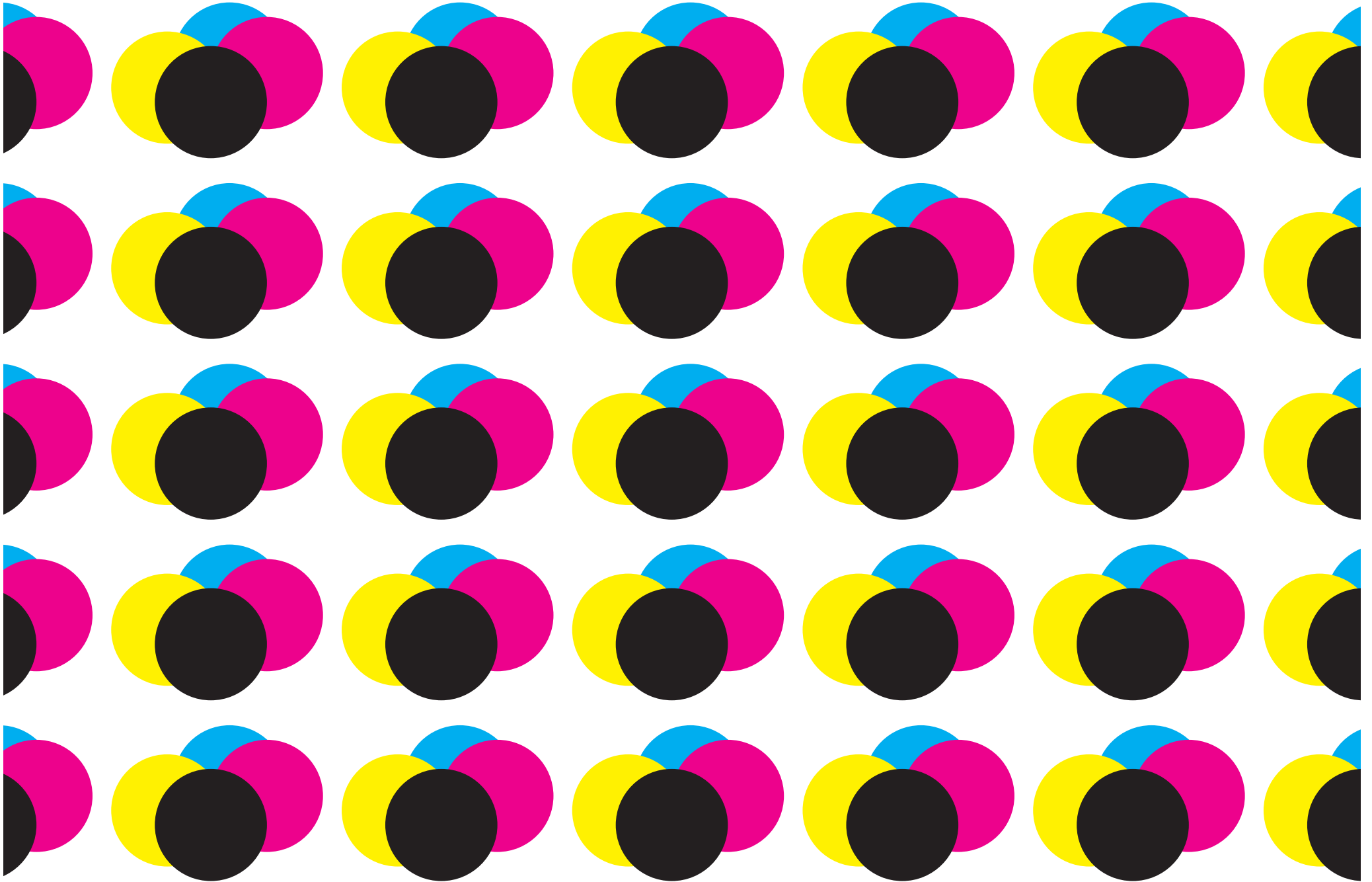
retino rotocalco



colore

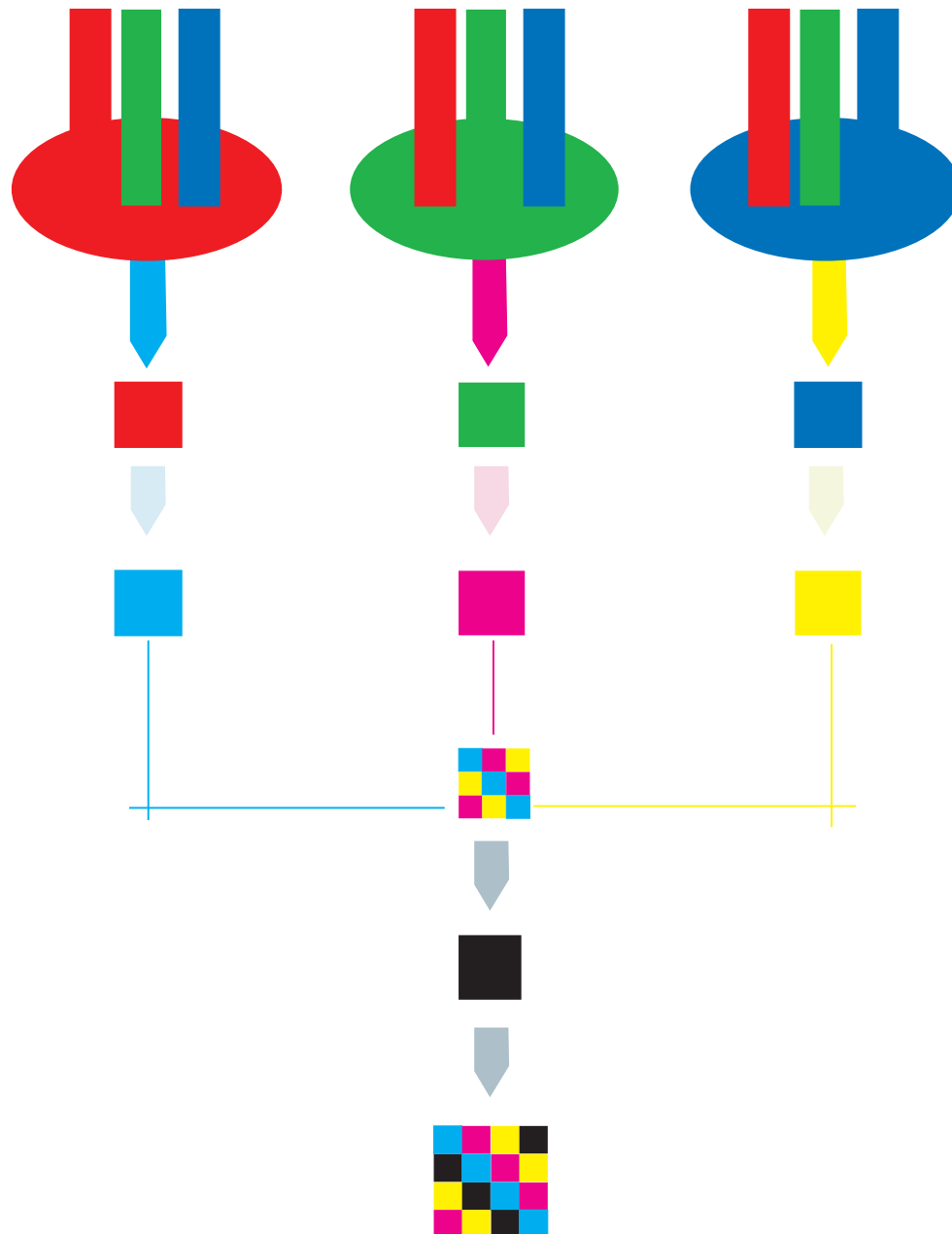
il colore può essere descritto come sintesi addittiva della luce o sottrattiva come pigmento: nella stampa ci riferiamo alla sintesi addittiva i primari sono cyan magenta e yellow, la loro somma dà il nero.





raccontare il progetto

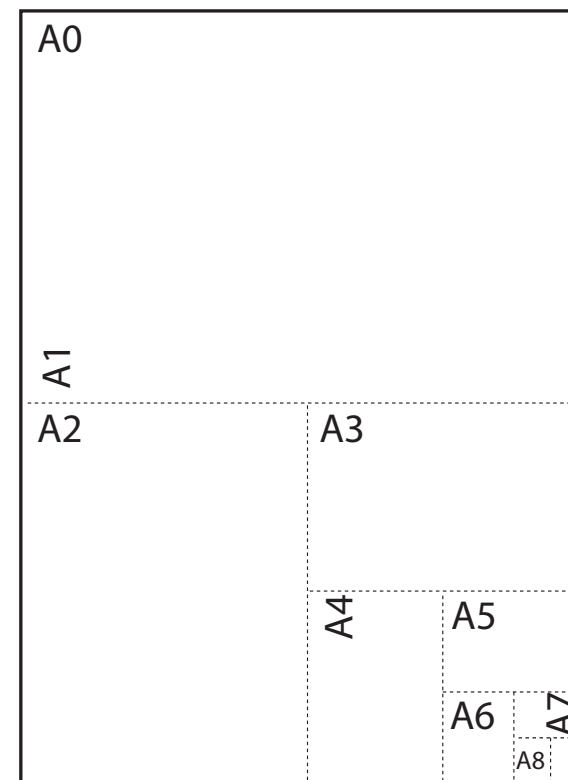
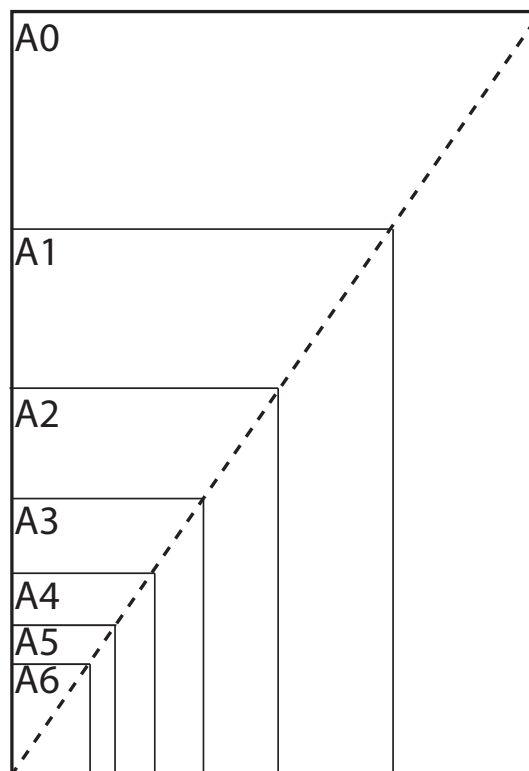
dicembre 2005 _scienze della comunicazione
diana eugeni

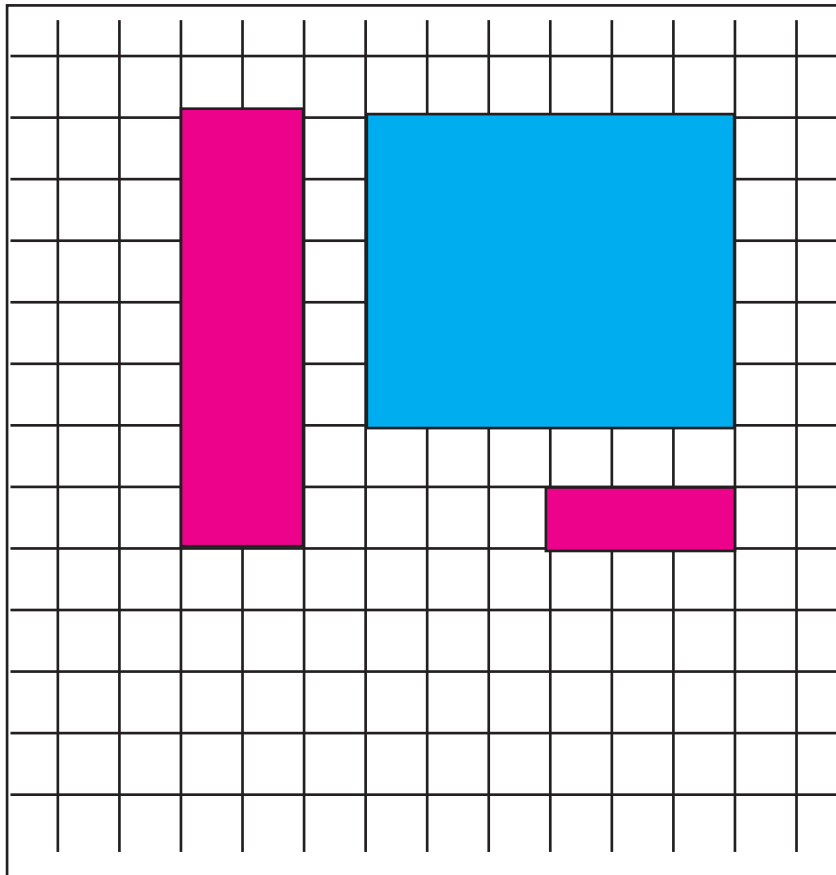


Nel video la luce bianca
contiene tutti i colori,
ma filtrata in un prisma
si scompone in RGB,
sottrattiva.

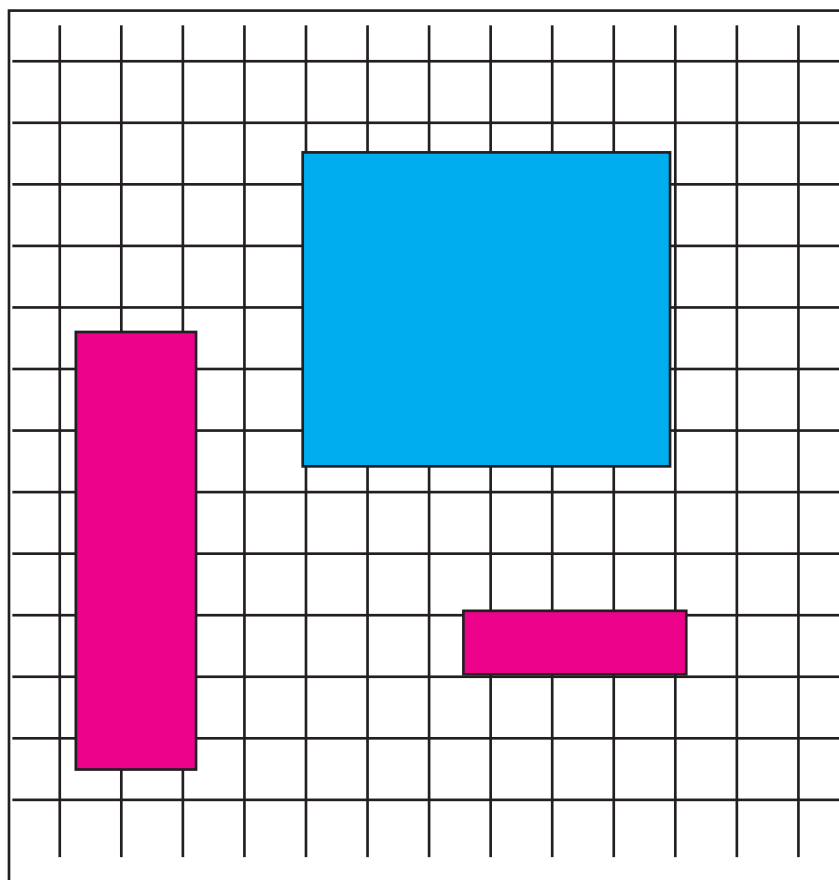
griglie

testo e immagini vanno organizzati in una griglia di impaginazione modulare in formati UNI, dopo stampato i fogli vengono tagliati e piegati ed infine rilegati in vario modo, come punto metallico, filo refe brossura.





la griglia è utile per creare allineamenti e i
multipagina, è un modo semplice e sicuro per
impaginare sia contenuti cartacei che digitali.



la non griglia è una possibilità più ampia,
richiede più sensibilità e esperienza...
quando in autunno cadono le foglie le
vediamo distendersi e comporsi in modi belli
e casuali...guardate i layout delle bancarelle
al mercato spesso nonrispettano una griglia,
ma sono affascinanti....

Se preferite avere un riferimento matematico
scegliete la griglia, altrimenti guardatevi
intorno e sperimentate!

principali azioni di comunicazione

reale-surreale

rondondanza: immagine -testo

vocabolario : archivio e cut up, linee pesanti e leggere

(tragedie e ironie)

collage - fotomontaggio- video

ripetizione

addizione

sottrazione

parsimonia

parodia

distorsione

etc

software

software è una commodity

se non sapete progettare il sw non aiuta

ogni sw è adatto a fare qualcosa...non esiste il sw che fa tutto, almeno al momento...

principali aree di interesse

testo: word

foto: photoshop

illustrazioni: illustrator

impaginazione: indesign

internet: flash

video: after effects

esercizio una frase per il vostro
progetto...sostituire le parole con
immagini, sequenze animate,
musiche o illustrazioni... fin quando
l'emozione di leggerla è la stessa.

grazie