

## **Indicazioni per l'esame integrativo di Tecniche professionali e Laboratorio grafico espressivo per entrare in TERZA**

**Nella prima parte della prova vi verrà chiesto di svolgere un'esercitazione a mano simile a *Vicinanza*, *Somiglianza*, e *Chiusura* che trovate nella dispensa sulla Gestalt qui a seguire**

**La seconda parte della prova andrà svolta con Illustrator, simile a *Destino comune* e *Figura sfondo* sempre nella dispensa sulla Gestalt**

Studiate [questo schema degli strumenti di Illustrator](#)

Per impratichirvi con Illustrator, se già non lo possedete potete scaricare la versione gratuita per una settimana dal sito di Adobe col trial gratuito a questo [link](#)

Potete visionare questi video tutorial per iniziare:

[Le Basi di Adobe Illustrator in 3 Minuti](#)

[Vettorializzare un'immagine https://www.youtube.com/channel/UC-WfwKaWOXrTuRbEIix6Twg](https://www.youtube.com/channel/UC-WfwKaWOXrTuRbEIix6Twg)

[Accedi ad Illustrator Startup \(4 video gratis\):](#)

**Nella terza parte della prova dovrete rispondere ad alcune domande su queste dispense:**

- [Il colore, sintesi additiva RGB e sintesi sottrattiva CMYK](#)
- [I caratteri e il testo](#)
- [Le immagini](#)
- [La gestalt](#)

Potete allenarvi con queste sfide Kahoot che scadono il 30 Agosto 2020 alle 12:

[Il colore](#)

[I caratteri e il testo 1](#)

[I caratteri e il testo 2](#)

[Le immagini](#)

[La Gestalt](#)

Per ulteriori chiarimenti potete scrivere a: [marilena.benini@persolinostrocchi.istruzioneer.it](mailto:marilena.benini@persolinostrocchi.istruzioneer.it)

## I principi fondamentali della Gestalt

La psicologia della Gestalt è una corrente psicologica che si sviluppò all'inizio del '900 in Germania e studiava principalmente la percezione delle forme e l'esperienza.

Alla base della psicologia della Gestalt c'è questa frase, pronunciata da uno psicologo tedesco:

“Il tutto è diverso dalla somma delle singole parti”.

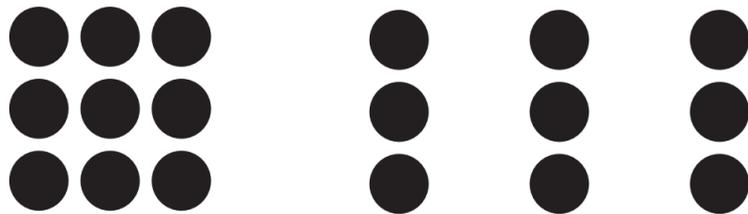
La famosa frase di Kurt Koffka, alla base della Gestalt, significa sostanzialmente che noi esseri umani percepiamo gli elementi in modo diverso a seconda dell'insieme di cui fanno parte.

Non percepiamo i singoli elementi uno affianco all'altro, ma percepiamo un qualcosa di differente.

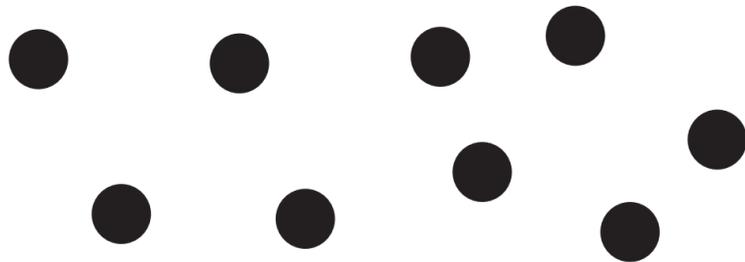
## Principio della vicinanza

Il primo principio della Gestalt è il principio della vicinanza, il quale afferma che all'interno di una composizione o di un'immagine, gli elementi vicini tra loro vengono percepiti come un elemento unitario.

In questo esempio questi nove cerchi, disposti in questo modo, ci fanno percepire una forma quadrata. Ma se li si separa con un po' di spazio tra loro, diventano tre colonne.



E ancora, se si aggiunge ancora più spazio e li si posiziona senza alcun ordine, si percepiscono semplicemente nove cerchi disposti sulla pagina.



## Il principio della vicinanza applicato alla grafica

L'esempio più importante, nella grafica, è quello delle colonne e dei paragrafi di testo e quindi della Tipografia.

Funzionano esattamente allo stesso modo, finché le righe di testo sono poste una vicino all'altra le percepiamo come un elemento unico: che sia un paragrafo o una colonna di testo.

Tiunto tempe porerum qui occus eatur? Rit aceaquo velit fuga. Nam istiorior restiis ulluptatur, tota quidus dicienis et quate simolorum quae nos perorep uditae dent, as sapiiciis earum acienihillit pereni resseri am denda sam doluptatus explandi aut pra niet aut occum facip-same re perepuditas es dolo cum ut repedistiur? Quibusae. Ita dentia volorionse num accus vollatur? Quiat volore voluptiis estis estrum di dolor saes et min plibus natio ventotatur repti tem voloreium hil in eos doloritatus, conserum re volorat iuntis alia voluptae cone verum ide dolenia ssimus dolum que re inullorempel essin coratquia autem fuga. Gitiorent laciis natias etur aut estiat esequo dolentotaqui quid quasperum et fuga. Nequo beaquis ut derferum niat volenis iliqui officiis maiorem la vel iur adion perecus es accae veribusam, quatem fugit rate sim culliquisque occuscitae nossed eaqui doluptaes que nullicae. Itatquam, verum hit doluptur aut et aut que volorest et eum quias se nonse et et endita quo optatusam, corem facessum aliqui consedisquia sunt aut explaceprae

Nel momento in cui inseriamo troppo spazio tra una riga e l'altra, le righe iniziano a sembrarci come elementi distinti tra loro e non come parte dello stesso testo.

Tiunto tempe porerum qui occus eatur? Rit aceaquo velit fuga. Nam istiorior restiis ulluptatur, tota quidus dicienis et quate simolorum quae nos perorep uditae dent, as sapiiciis earum acienihillit pereni resseri am denda sam doluptatus explandi aut pra niet aut occum facip-same re perepuditas es dolo cum ut repedistiur? Quibusae. Ita dentia volorionse num accus vollatur?

Quiat volore voluptiis estis estrum di dolor saes et min plibus natio ventotatur repti tem voloreium hil in eos doloritatus, conserum re volorat iuntis alia voluptae cone verum ide dolenia ssimus dolum que re inullorempel essin coratquia autem fuga. Gitiorent laciis natias etur aut estiat esequo dolentotaqui quid quasperum et fuga.

Nequo beaquis ut derferum niat volenis iliqui officiis maiorem la vel iur adion perecus es accae veribusam, quatem fugit rate sim culliquisque occuscitae nossed eaqui doluptaes que nullicae. Itatquam, verum hit doluptur aut et aut que volorest et eum quias se nonse et et

Tiunto tempe porerum qui occus eatur? Rit aceaquo velit fuga. Nam istiorior restiis ulluptatur, tota quidus dicienis et quate simolorum quae nos perorep uditae dent, as sapiiciis earum acienihillit pereni resseri am denda sam doluptatus explandi aut pra niet aut occum facip-same re perepuditas es dolo cum ut repedistiur? Quibusae. Ita dentia volorionse num accus vollatur?

Questo principio è anche alla base di una **buona leggibilità di un testo**.

Stessa cosa avviene ovviamente con lo spazio tra le parole o tra le lettere. Se lo spazio tra i vari elementi è troppo non percepiamo più un'unità tra essi.

Ma il principio della vicinanza può essere applicato ad altri ambiti del graphic design, come ad esempio nel **logo design**.

Prendiamo ad esempio **il logo di Unilever**, progettato nel 2004 dall'agenzia Wolff Olins.



Unilever

In questo logo vengono inseriti alcuni dei moltissimi prodotti venduti da questa multinazionale e vengono posizionati in modo tale da formare una U. Questo sfrutta proprio il principio di vicinanza della Gestalt.

### **Esercitazione sul principio di vicinanza:**

Con la stessa tecnica usata dall'agenzia Olins per Unilever realizza un logo con le tue iniziali:

A. a matita disegna i bordi delle lettere delle tue iniziali nei due spazi

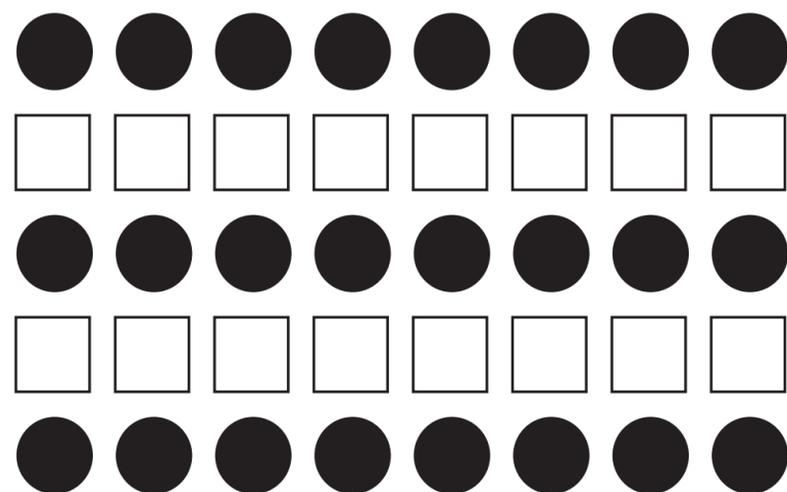
B. disegna dentro le lettere oggetti diversi e vicini tra loro

C. Con un pennarellino nero colora gli oggetti

## Principio della somiglianza

Il secondo principio è quello della somiglianza. Afferma che all'interno di una composizione o di un'immagine, gli elementi simili tra loro vengono raggruppati e percepiti come un elemento unitario. Questa somiglianza può essere data dalla forma, dal colore, dalla dimensione o dalla posizione.

In questo esempio percepiamo cinque righe diverse. Il primo gruppo formato da righe di tondi neri, e il secondo gruppo formato da righe di quadrati bianchi.



Se fossero tutti dei cerchi neri, la nostra percezione ci avrebbe detto che era un rettangolo, come nel principio della vicinanza che ti ho spiegato prima.

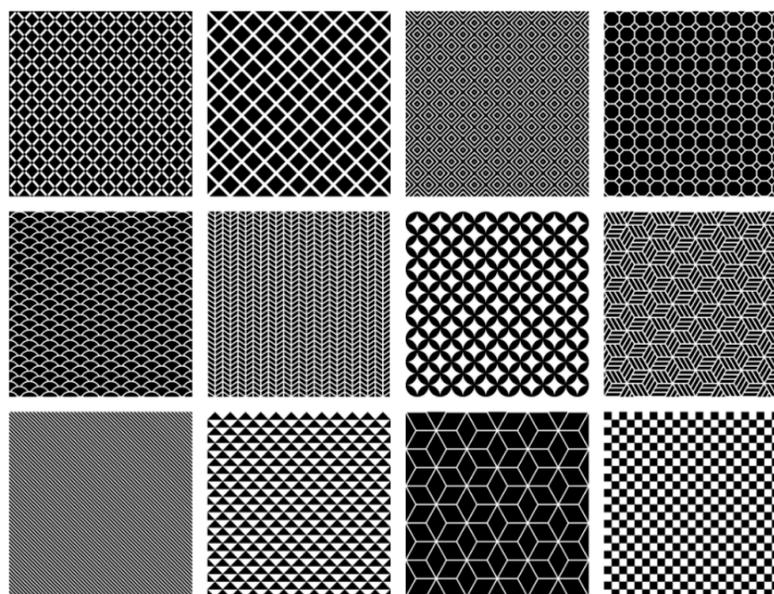
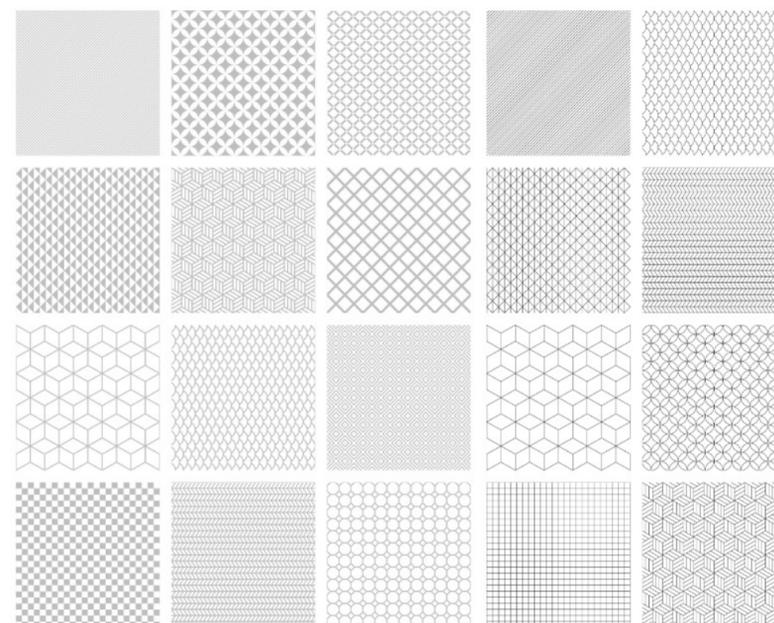
Il fatto che siano elementi diversi, ma somiglianti tra loro, ci trasmette un'idea di cinque righe composte da cerchi neri o quadrati bianchi.

Questo principio fa sì che il nostro cervello raggruppi elementi con caratteristiche simili tra loro, e questo può essere sfruttato in tanti modi nel graphic design.



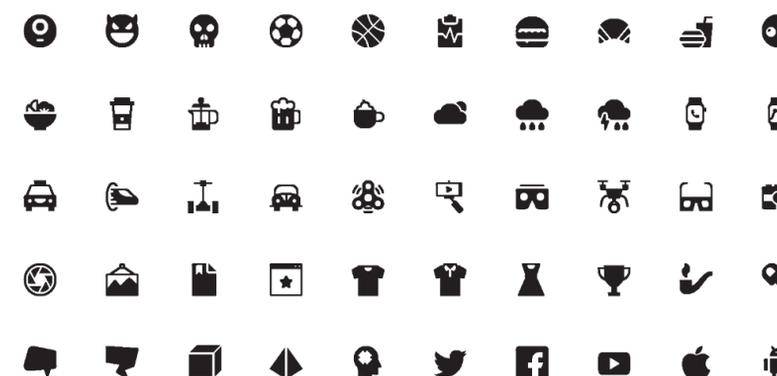
## Il principio della somiglianza nella grafica

Tutti i pattern e le texture, ad esempio, si basano su questo principio. Un modulo si ripete sempre uguale formando una tessitura omogenea



Ma non solo, anche quando si costruisce una serie di icone.

Le icone devono essere simili tra loro per funzionare all'interno di un insieme che sia visivamente coerente.



Anche se ogni icona ha una forma diversa, ha caratteristiche simili alle altre: ha lo stesso colore, ha lo stesso spessore delle linee e lo stesso stile grafico e questo fa sì che le percepiamo come un insieme unico.

Lo stesso principio si applica poi al branding, alla progettazione di un'immagine coordinata.

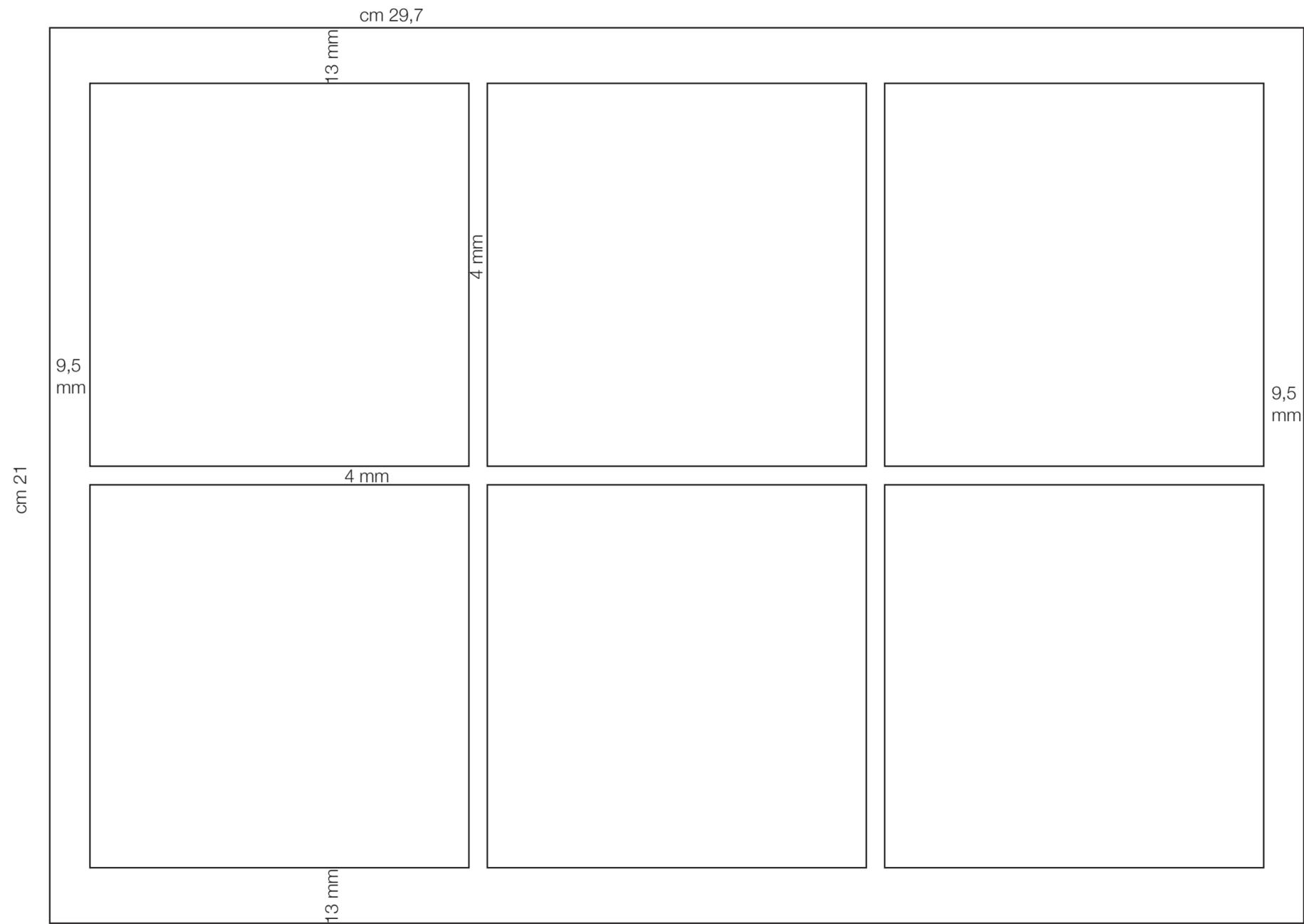
Quando si va a costruire l'immagine coordinata di un brand, infatti, si va ad utilizzare determinati elementi ripetendoli in ogni applicazione di quel logo o di materiale coordinato aziendale. Creando ritmo, consistenza.

Come si può vedere in questo esempio della nuova brand identity di Slack, progettata dall'agenzia Pentagram.



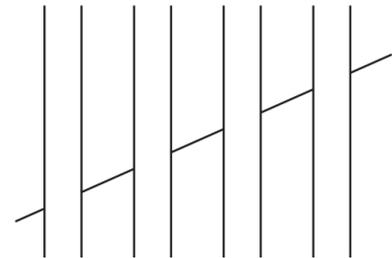
## Esercitazione sul principio di somiglianza:

Su un foglio A4 disegna 8 rettangoli di cm 9x11 dentro ogni rettangolo realizza una texture ispirandoti agli esempi



## Principio della “curva buona” o del “destino comune”:

Gli elementi con un movimento uguale tra loro e diverso dagli altri, vengono raggruppati tra loro.



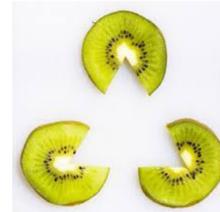
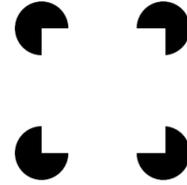
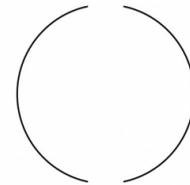
In questo esempio percepiamo quattro colonne verticali e una sola linea obliqua che passa dietro. Mentre in realtà si tratta di elementi spezzati che percepiamo come unici tra loro.

Qui sotto alcuni marchi che sfruttano questo principio, contrapponendo elementi statici ad elementi in movimento:



## Principio di chiusura o completamento

Afferma che il nostro cervello tende a percepire delle forme chiuse, anche se non lo sono.



In questo esempio non vediamo due linee curve, ma percepiamo un cerchio.

In questi altri esempi percepiamo distintamente le figure di un quadrato e di un triangolo poste sopra a dei cerchi, che in realtà non esistono.

Tendiamo a preferire le forme chiuse, e quindi anche quando una forma non è chiusa, il nostro cervello la completa in automatico, ricostruendo una forma in base alla memoria che abbiamo di quella forma specifica.

Un esempio famoso che sfrutta questo principio della Gestalt è quello del logo WWF, dove noi percepiamo la forma completa del Panda, pur non vedendolo davvero per intero.



Percepiamo anche la parte che in realtà è mancante e quindi completiamo la forma.

Questo succede anche grazie al **principio dell'esperienza passata**, poiché se non avessimo saputo come fosse fatto un panda, non sarebbe stato possibile percepirlo.



## Principio di Figura/Sfondo

Un principio secondo il quale noi, in una composizione tendiamo sempre a percepire alcune figure come un'immagine e le altre come uno sfondo.

Alla fine è proprio come il nostro occhio funziona: quando parliamo con una persona distinguiamo il viso di quella persona dallo sfondo.

Questo è alla base di alcune delle illusioni ottiche più belle della Gestalt.

L'applicazione più famosa è sicuramente **l'illusione ottica del Vaso di Rubin**, in cui si vede sia la silhouette di un vaso nella parte nera, sia due persone che si guardano.



Alcuni esempi del principio figura/sfondo applicato alla grafica:

- Copertine di libri
- Il marchio del golf club Spartan, dove si vedono nello stesso momento la figura di un golfista che ha appena colpito la pallina, e quella di un guerriero spartano.
- Il logo Rai
- Il logo dello zoo di Pittsburgh: la silhouette di un albero come figura e il profilo di un gorilla e di una leonessa come sfondo.
- Un logo elaborato sul concetto della lettera H legata alle parole inglesi help e humanities.





**Esercitazione su destino comune: realizziamo un logo ispirandoci agli esempi dati**

A. Scegli fra queste parole: **Tornado, Flying, Explosion, Brezza, Sciame, Spring, Away**

**Con Illustrator scrivile usando una carattere simile a questo (Helvetica bold condensed, Impact...)**

B. Con lo strumento penna di illustrator crea una forma dinamica (goccia, foglia, cerchio, freccia)

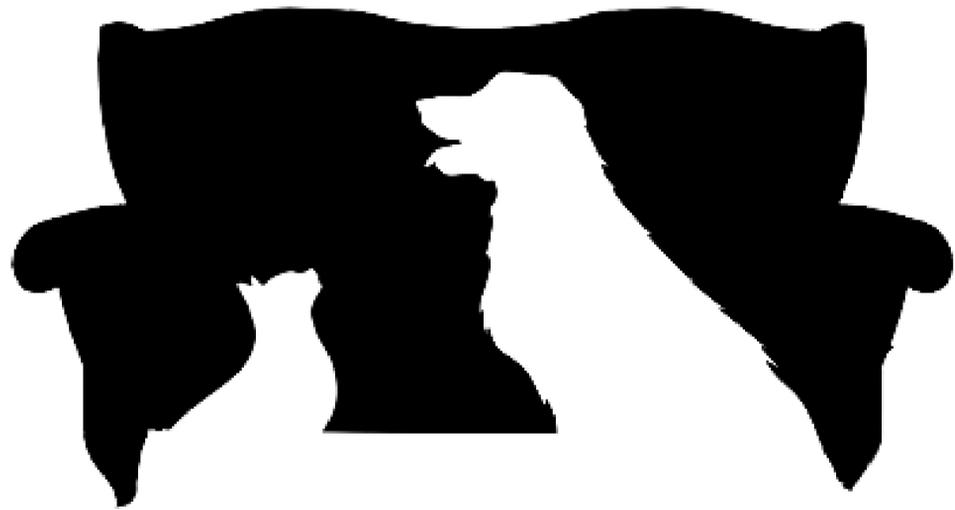
C. Copiala e incollala più volte e assegna dei colori

D. Con la scritta e le forme componi un logo come negli esempi



**Esercitazione sulla Chiusura: realizziamo un pittogramma ispirandoci al logo WWF**

- A. Ritaglia o stampa l'immagine di un animale e ricalca contornando solo le parti più scure
- B. Con un pennarellino nero colora l'interno della sagoma
- D. Incolla sullo stesso foglio l'immagine iniziale e il tuo disegno

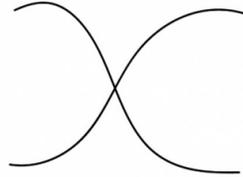


**Esercitazione su figura sfondo: realizziamo un pittogramma**

Disegna due sagome e realizza una composizione figura-sfondo come in questo esempio

## Principio di continuità

Molto simile al principio del destino comune, è il principio di continuità, dove **gli elementi vengono uniti secondo la loro direzione**.



In questo esempio da manuale, noi percepiamo due linee curve, ma in realtà potrebbero essere quattro righe completamente separate tra loro, ma semplicemente poste visivamente nello stesso punto.

L'esempio lampante è la linea tratteggiata delle strade che ci appare, appunto, come linea continua tratteggiata, quindi come un elemento unico, e non come segmenti separati.



Nel graphic design questi principi vengono utilizzati nelle immagini per dare un senso di armonia nel movimento, e far percepire come un tutt'uno degli elementi che in realtà sono slegati tra loro.

Un esempio molto bello è il logo per l'Association des Hotels du Canada:

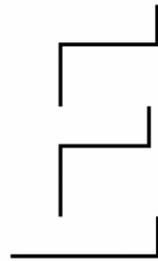


HOTEL ASSOCIATION OF CANADA  
ASSOCIATION DES HÔTELS DU CANADA



## Principio dell'esperienza passata

Secondo questo principio, l'esperienza modella la nostra percezione. E quindi gli elementi di un insieme che riescono a far rivivere le esperienze percettive di un determinato oggetto, vengono raggruppati e formano una figura.



In questo esempio infatti non vediamo tre segmenti distinti, ma percepiamo in modo molto chiaro una lettera E maiuscola. Questo perché conosciamo la lettera E e le linee posizionate in quel modo stimolano il nostro ricordo e fanno sì che la percepiamo, anche se in realtà non c'è.

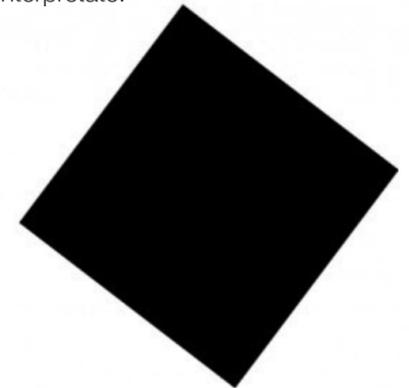
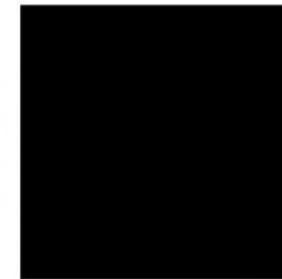
Questo principio è spesso utilizzato in combinazione con altri, come vediamo in questo logo progettato dallo studio Pentagram nel 2018, per Vibia, che si occupa di illuminotecnica.



Noi leggiamo facilmente la scritta Vibia, anche se è quasi tutto bianco e grigio, ma lo percepiamo grazie alla nostra esperienza passata e al **principio di chiusura** (per quanto riguarda la lettera B).

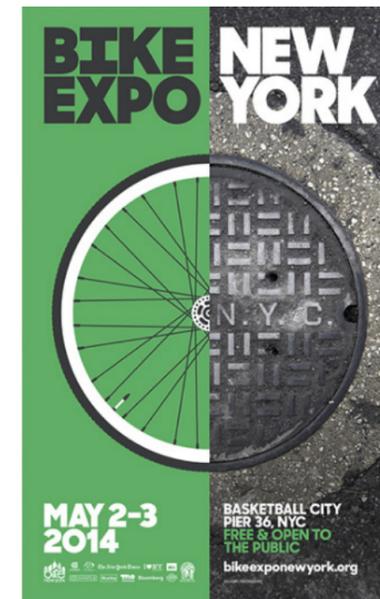
## Principio della Pregnanza o della "buona forma"

Più un elemento è semplice e stabile, più appare "d'impatto". Il primo quadrato ci sembra più "forte", poiché sembra poggiare su un lato anziché su un vertice. Quanto più regolari ed equilibrate sono le forme tanto è maggiore la loro probabilità di essere percepite e interpretate.



## Principio di Simmetria

**Elementi simmetrici sono percepiti come appartenenti allo stesso gruppo.** In questo poster per la Bike Expo di New York, il design mirava ad avere un cerchio come figura: pur composto da due elementi separati e diversi (mezza ruota di bicicletta e mezzo tombino, diversi per colore, texture, scala), la nostra mente percepisce senza difficoltà un unico cerchio.



# ADOBE ILLUSTRATOR CS5

È un programma per il disegno vettoriale, si utilizza principalmente per progettare marchi e logotipi, oppure per realizzare illustrazioni anche molto complesse, come le istruzioni per il montaggio di macchinari.

Analizziamo la finestra degli strumenti:

**Strumento selezione (v)**

serve a selezionare interi oggetti

**Strumento penna (p)** serve a creare tracciati, nasconde gli strumenti aggiungi punto, elimina punto e converti punto curvo o ad angolo. Se, mentre uso la penna, premo mela, ottengo la freccina bianca per spostare i punti che sto creando.

**Strumento linea retta**, serve a creare segmenti, lo spessore si regola dalla finestra traccia. Nasconde gli strumenti arco, spirale e griglie.

**Strumento pennello (b)** esegue un segno a mano libera utilizzando i pennelli della biblioteca pennelli o quelli scaricati dal web

**Strumento rotazione (r)** nasconde lo **strumento riflessione (o)**

**contagocce (i)**

**colore del riempimento**

**colori di default** (traccia nera e riempimento nessuno)

**Strumento selezione diretta**

per selezionare singole parti di oggetto (a)

**Strumento testo (t)** serve a scrivere, nasconde altri strumenti testo: su tracciato, in area, verticale ecc

**Strumento rettangolo (m)**, nasconde gli strumenti **ellisse (L)** **rettangolo con angoli arrotondati**, **poligono**, **stella**, **riflesso**. Con freccia su, freccia giù si modifica il numero di lati o punte

**Strumento matita (n)**, nasconde gli strumenti cancella tracciato e arrotonda

**Strumento ridimensiona (s)**, nasconde gli strumenti inclinazione e cambia forma

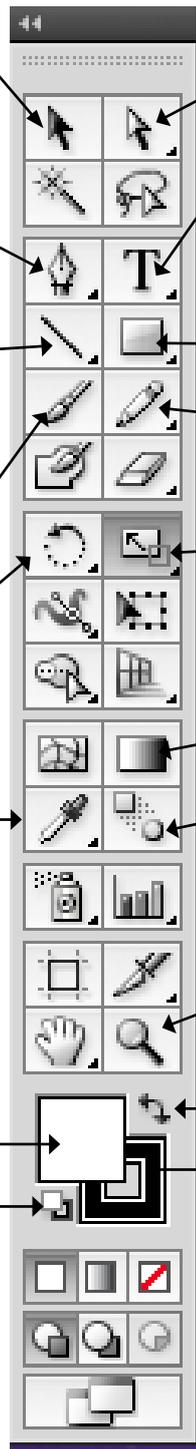
**Strumento sfumatura (G)**, crea sfumature fra 2 o più colori

**Strumento fusione (W)**, crea passaggi fra 2 o più forme

**Strumento zoom (z)**, ingrandisce o riduce (premendo alt) la visualizzazione

**scambia colori (X)**

**colore della traccia**



# IL COLORE

## Sintesi additiva e sintesi sottrattiva

Le due forme basilari di mescolanza dei colori sono chiamate 'additiva' e 'sottrattiva'.  
 La **sintesi additiva** si riferisce ai colori primari della luce. Questi colori sono: il rosso, il verde e il blu presenti nel mezzo e ai due estremi dello spettro della luce visibile. Miscelati fra loro in proporzioni diverse è praticamente possibile ottenere tutti i colori della gamma spettrale. La somma dei tre colori produce "luce bianca".

### sottrattiva

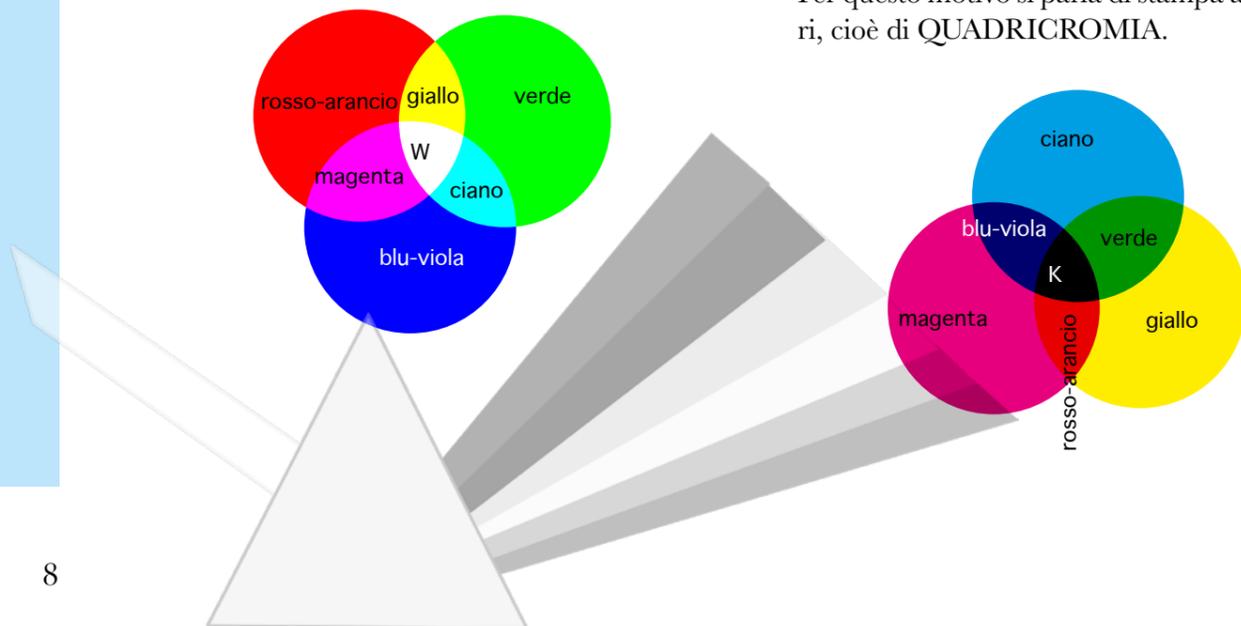
La sintesi sottrattiva, si riferisce invece ai colori primari dei pigmenti. Una caratteristica della materia, e quindi dei pigmenti, è quella di assorbire in maniera selettiva solo alcune lunghezze d'onda della luce e di rifletterne le altre. Il colore del pigmento quindi è determinato dalle radiazioni sottratte alla luce bianca, per questo si parla di sintesi sottrattiva. I colori primari della sintesi sottrattiva sono: il ciano, il magenta, il giallo (C, M, Y). Dalla somma di tutti e tre si ottiene il nero. In sintesi sottrattiva, il nero (K) è il risultato della totale sottrazione delle radiazioni colorate riflesse dai pigmenti.

## Sintesi additiva

- Colori luce (fasci di luce, monitor, videoproiettori, immagini digitali)
  - I colori primari sono RGB: RED (rosso-arancio), GREEN (verde), BLUE (blu-viola)
  - La somma dei tre colori primari è il bianco (W)
- È una TRICROMIA

## Sintesi sottrattiva

- Colori pigmento (tempere, inchiostri, pastelli, pennarelli ecc.)
  - I colori primari sono CMY: CYAN (azzurro ciano), MAGENTA (rosso magenta), YELLOW (giallo)
  - La somma dei colori primari dà il nero (K) che però in stampa va rinforzato da un quarto colore: il nero puro, che serve anche per i testi.
- Per questo motivo si parla di stampa a 4 colori, cioè di QUADRICROMIA.

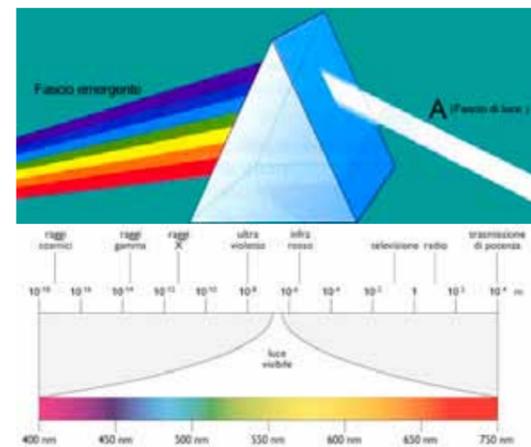
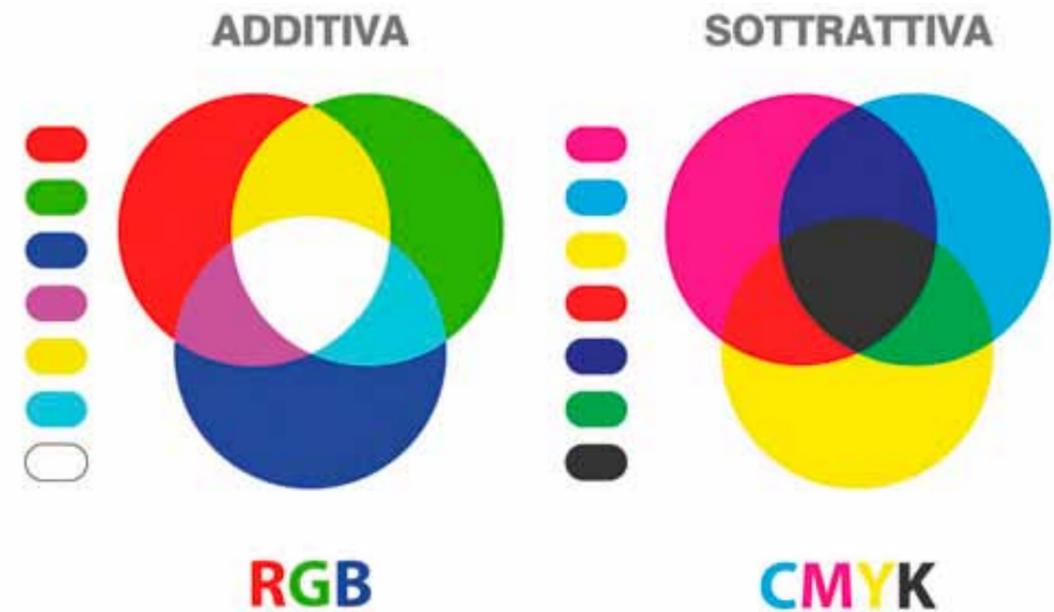


I colori primari della sintesi additiva corrispondono ai colori secondari della sintesi sottrattiva e viceversa  
 i colori primari della sintesi sottrattiva corrispondono ai secondari della sintesi additiva.

## Colori complementari

Un colore primario e il colore secondario composto dai due primari rimanenti sono fra loro complementari e, accostati, danno un contrasto di grande effetto. Sono fra loro complementari:

- rosso-arancio e ciano
- verde e magenta
- blu-viola e giallo



## ICARATTERI E IL TESTO

Uno dei compiti del grafico è impaginare i testi in modo che siano più leggibili e gradevoli possibile nello spazio disponibile.

Per farlo abbiamo a disposizione molti strumenti.

La prima scelta da fare è il tipo di carattere, a nostra disposizione ce ne sono migliaia, ma per ogni progetto ne useremo al massimo 3 tipi, evitiamo le carnevalate.

Aldo Novarese, un famoso disegnatore di caratteri, li ha classificati in 10 famiglie, ma per ora vediamo solo i tre gruppi principali:

### Lineari

### Graziati

### FANTASIA

**I Lineari o Bastone o Sans Serif** sono tutti i caratteri senza grazie.

**I Fantasia** sono quelli più strani generalmente disegnati nel '900.

I caratteri **Graziati** o **Serif** sono quelli con le grazie, cioè dei piccoli tratti terminali che migliorano la leggibilità.

Analizziamo ora le componenti principali dei caratteri:

**Il corpo del carattere** è la sua dimensione, si misura in punti (pt), un punto equivale a circa 0,4 mm (0,3759715104 mm). Il testo

corrente deve essere di corpo compreso fra i 9 e i 12 pt.

Si possono usare corpi maggiori per i testi destinati a bambini o anziani.

I titoli possono essere più grandi, mentre le didascalie e le note a piè di pagina vanno più piccole.

**L'occhio del carattere** è la parte centrale, a parità di corpo un carattere con un occhio più grande risulta più leggibile, ad esempio:

Occhio più grande (big Caslon)

Occhio più piccolo (Cochin)

**Le aste ascendenti e discendenti** sono quelle che partono dall'occhio verso l'alto, come nella b, o verso il basso, come nella p.

**I chiaroscuri** sono i punti in cui il carattere si assottiglia o inspessisce, nel Times ci sono molti chiaroscuri, nell'Helvetica no.

**L'interlinea** è lo spazio fra una riga e l'altra, l'interlinea automatica è pari al 120% del corpo del carattere, ad esempio per un corpo 10 pt l'interlinea automatica è 12 pt e si scrive 10/12 pt.

Se ho poco spazio come ad esempio in questo paragrafo posso usare anche un'interlinea minore, ma risulterà più difficile la lettura.

Se invece non ho problemi di spazio e voglio ulteriormente migliorare la leggibilità, posso usare un'interlinea maggiore (senza esagerare) come in questo paragrafo: 12/18 pt.



Altri termini da conoscere sono:

**Spaziatura:** lo spazio fra una parola e l'altra.

**Crenatura o Kern:** lo spazio fra una lettera e l'altra.

**Giustezza:** la larghezza di una colonna di testo, si misura in righe tipografiche, una riga tipografica è pari a 12 pt.

**Tipi di allineamento:**

**Allineamento a bandiera a sinistra**

È un allineamento molto comune e facilita la lettura agli occidentali, che leggono da sinistra a destra.

È bene deselezionare la sillabazione quando si usa questo allineamento.

Risultano sgradevoli anche i monosillabi alla fine della riga.

**Allineamento a bandiera a destra**

È un allineamento poco usato perché poco leggibile: ogni volta occorre cercare l'inizio della riga. Può servire a dare un aspetto moderno e dinamico agli impaginati.

Questo tipo di allineamento è stato inventato nei primi anni del '900.

**Allineamento a epigrafe o centrato**

È il più antico degli allineamenti: prende spunto dalle lapidi romane.

Ha quindi un carattere molto tradizionale e classico, si usa solo in determinate applicazioni, come ad esempio i menu.

**Allineamento giustificato o a pacchetto o a blocchetto**

È quello più utilizzato per i testi lunghi perché risulta più leggibile e compatto. Da distinguere dal giustificato forzato, che allunga anche l'ultima riga alla giustezza della colonna, e che si usa molto di rado.

**Allineamento a sagoma**

È quello che si usa per contornare col testo le immagini scontornate (cioè prive di sfondo). Dà un effetto molto dinamico e moderno all'impaginato. Si esegue con la finestra "contorna con testo"



**Stili di testo**

Stile Regular o Medium: è quello più utilizzato nei testi correnti

**Stile Bold o grassetto o neretto: si usa per evidenziare parti di testo, per i titoli e i sottotitoli**

**Stile Italic o corsivo: si usa per i titoli, le parole straniere, le citazioni e le didascalie**

I caratteri più importanti hanno anche altri stili, ad esempio:

**Condensed, più stretto del regular**

Light, più sottile

**Extrabold o nerissimo**

**Extended più largo**

Inoltre il testo può essere:

**TUTTO MAIUSCOLO: DA USARE CON PARSIMONIA**

**MAIUSCOLETTO: SI USA IN RARI CASI PER ARRICCHIRE GRAFICAMENTE UN IMPAGINATO**

**Alto/basso, cioè il testo che si usa normalmente**

**Apice,** per le note a piè di pagina e le potenze

**Pedice,** per le formule matematiche e chimiche (ad esempio H<sub>2</sub>O)

## Metodi di colore

A **colori** possono essere

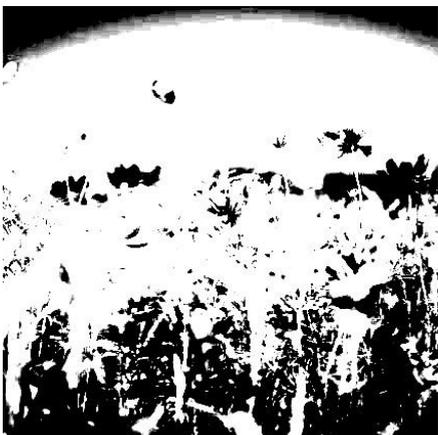
- RGB – Red Green Blue
- CMYK – Cyan Magenta Yellow Black



a **scala di grigi** o **mezzatinta** (in bianco e nero con gradazioni di grigio)



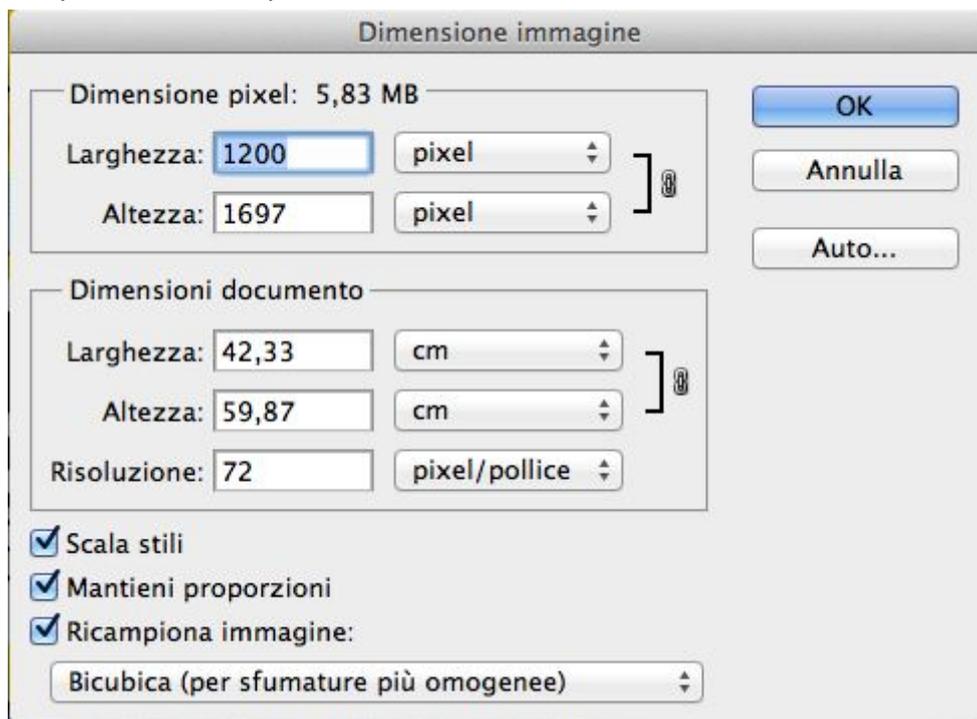
**al tratto** (con solo bianchi e neri assoluti)



## Immagini raster o bitmap

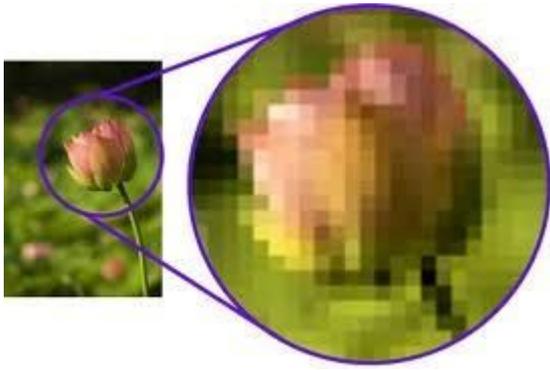
Sono immagini composte da pixel, ad esempio le fotografie digitali: più pixel ci sono, maggiore è la risoluzione; se le ingrandisco sgranano e aumentano di peso, Bitmap significa mappa di bit.

Le immagini bitmap vengono trattate con Photoshop, per ingrandirle o rimpicciolirle si va in menu immagine/dimensione immagine (mela alt i): compare una maschera che specifica di quanti pixel è composta l'immagine. Se la voglio ingrandire devo dire a Photoshop di aggiungere pixel, cioè di ricampionare l'immagine. Questa operazione va fatta con estrema cautela, un file si può di regola ricampionare al massimo 3 volte al 120%, senza comprometterne la qualità.



Strettamente correlato alle immagini raster è il concetto di RISOLUZIONE che si esprime in pixel per pollice (PPI) o punti per pollice (DPI), dove I sta per Inch, cioè pollice, e D sta per Dots, cioè punti.

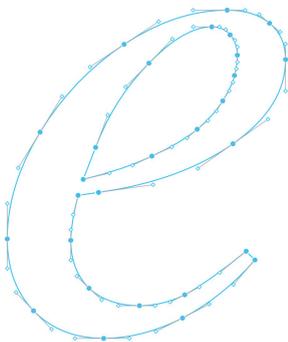
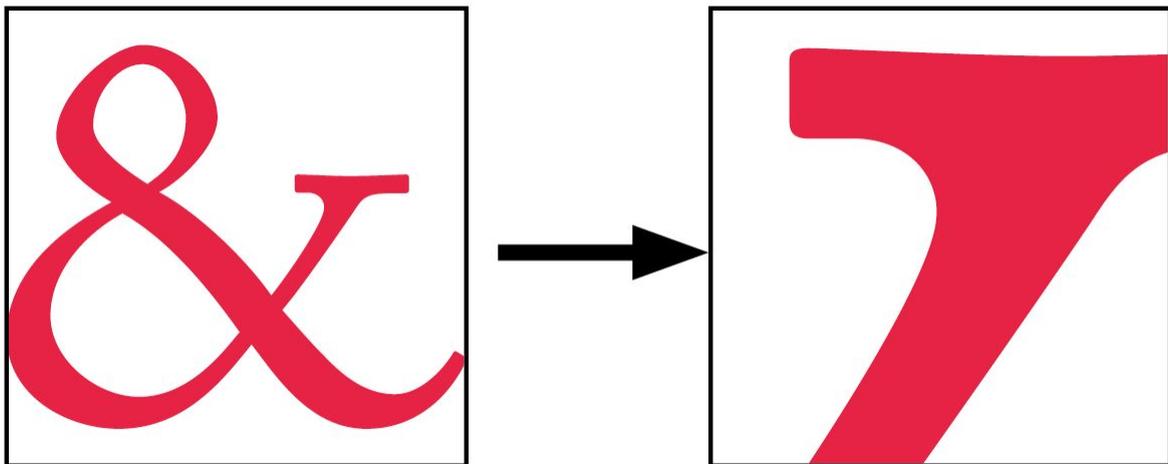
- Per le immagini destinate ad essere viste esclusivamente su un **monitor**, come ad esempio quelle che compaiono nei siti web, nelle newsletter inviate per email, le slide di una presentazione, ma anche i fotogrammi di un film o una trasmissione tv, è sufficiente una risoluzione di **72 pixel per pollice** (un pollice equivale a circa 2,5 cm).
- Per le immagini destinate alla **stampa** invece occorre una risoluzione di **300 pixel per pollice**.



## Le immagini vettoriali

Vengono create con i vettori, che derivano da formule matematiche come la parabola e l'iperbole. Ne sono un esempio i pittogrammi fatti con Illustrator: se ingranditi non sgranano e non aumentano di peso. Non si parla di risoluzione e di pixel.

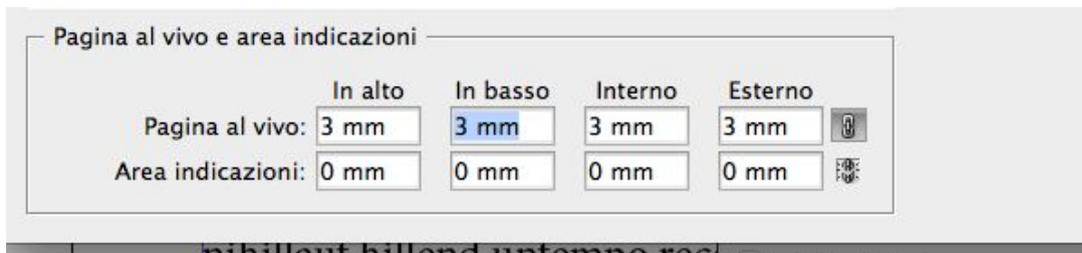
È possibile vettorializzare un'immagine raster abbastanza efficacemente con il comando "ricalco dinamico" da Illustrator.



## Immagine impaginate

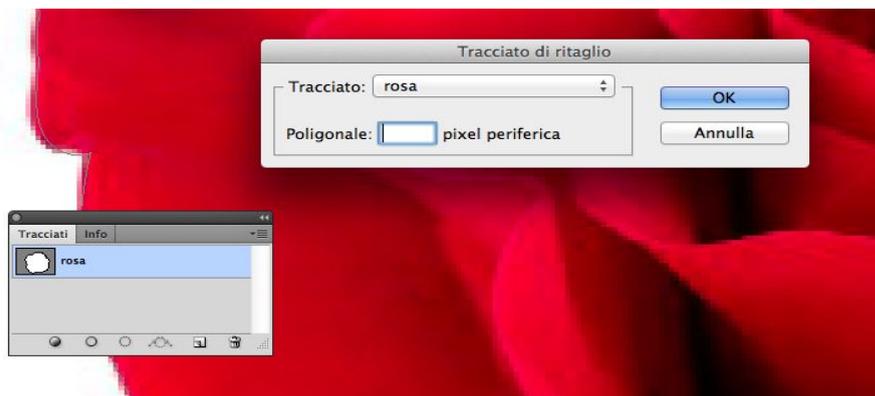
Quando le immagini vengono inserite in un impaginato grafico, possono essere:

- **In gabbia**, cioè all'interno di una gabbia grafica, rispettando margini e colonne.
- **Al vivo**, cioè che escono dalla pagina da uno o più lati, in questo caso il grafico le deve accostare ai cosiddetti margini "al vivo" o "abbondanze", cioè un'area più grande del foglio (da 1 a 3 mm su ogni lato) che serve ad evitare filetti bianchi dovuto a errori in fase di taglio



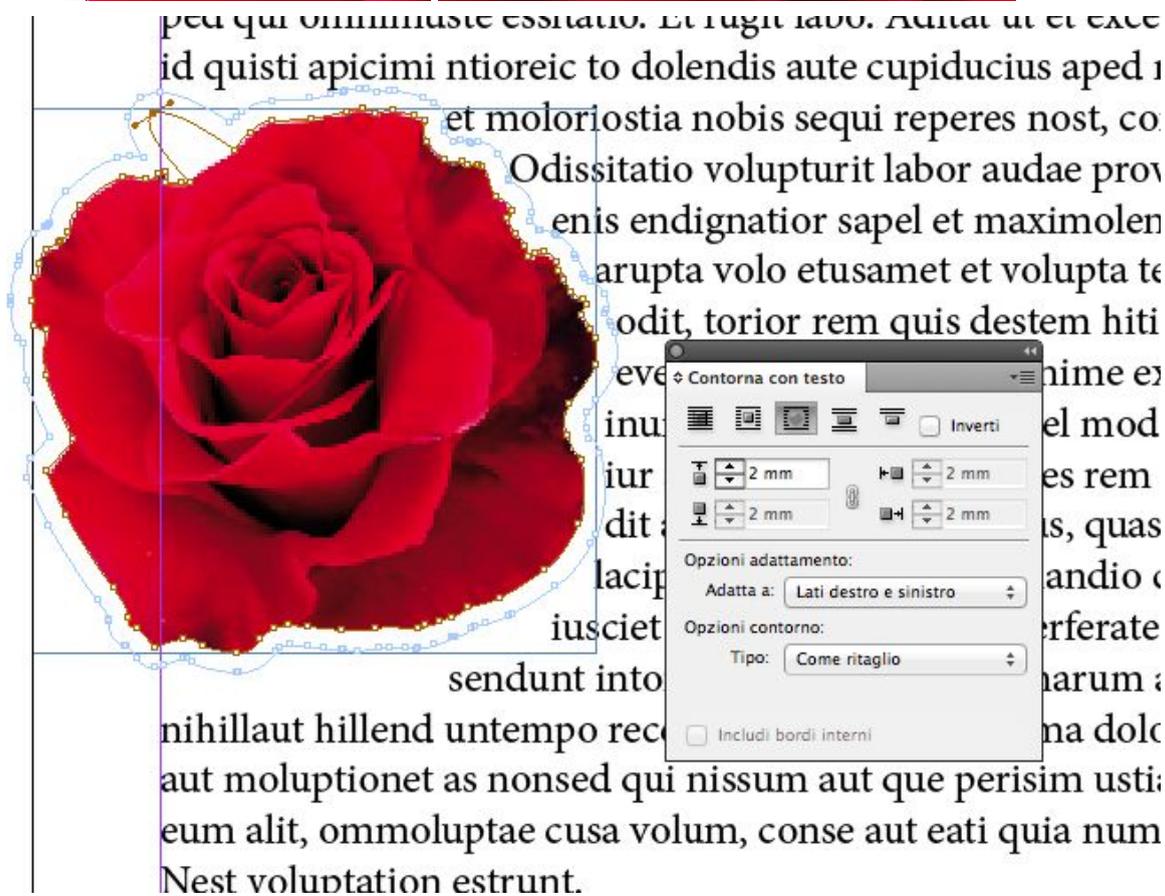
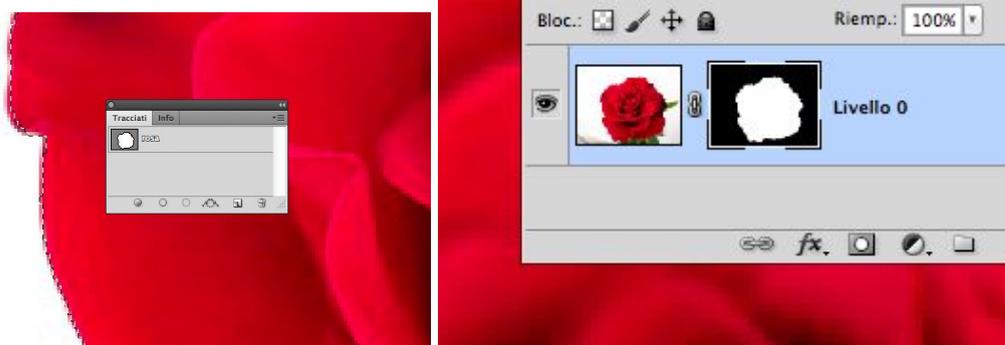
- **Scontornate**, cioè private dello sfondo. Per il web ad esempio si usano i file PNG, che supportano la trasparenza.

Per la stampa si possono usare i file **TIFF con tracciato di ritaglio**.



Il tracciato si gestisce nella finestra tracciati, dove va prima salvato e poi definito come tracciato di ritaglio

Oppure con i file **PSD con maschera di livello** che si può creare sempre a partire da un tracciato, convertito in selezione col tasto nella finestra tracciati



Con la **finestra contorna con testo**, in Indesign e Illustrator, si regola il testo in rapporto all'immagine





Bhutan is an extraordinary destination; surrounded by myth and secreted within the mightiest mountain chain, it bumps shoulders with the global giants of China and India.

**T**rekking up to the Tiger's Nest may seem to be everyone's idea of a relaxing holiday. However, no holiday in Bhutan is complete without a visit to its most sacred national treasure, Paro Taktsang or the Taktsang Palphug Monastery. Legends and lore flock the land. And to many, the country is a haven of unique culture and traditions.

According to the Lonely Planet travel guide, 'Bhutan is an extraordinary destination; surrounded by myth and secreted within the mightiest mountain chain, it bumps shoulders with the global giants of China and India.' Traditional principles are proudly valued and natural heritage equally prized, even as modernisation and growth is pretty much visible in this multifaceted, lesser known country.

Though it is definitely secluded and out-of-the-way, it is not difficult to visit this country. Unlimited visits for tourists and that too without any curbs on the size of the group! You can simply arrange a trip as a group or as a lone explorer. The Royal Government of Bhutan necessitates that overseas tourists travel with a pre-planned programme via a Bhutanese tour agency. One can be part of a group tour or try for a custom-made itinerary. If you are willing to do a bit of background research and have a supportive tour operator, a customised itinerary that suits your interests, be they culture, wildlife, festivals, trekking, cycling, rafting etc. can be managed. Normally there is a good bit of liberty about where you could go and what you could do, although it does get a bit problematic to alter your travel programmes once the arrangements have been finalised.

English is pretty much a common language and Western-style accommodation and restaurants can be found all over the Bhutan. However as you travel away from Thimphu, the capital, simpler facilities and unfamiliar menus could be expected. The prices would look pretty high at first, but considering what is supplied - accommodation, food, transport, guides - and, of course, Bhutan's unrivalled uniqueness, it's not really a bad deal indeed.

**MYTHICAL HISTORY**

Bhutan's initial history is immersed in Buddhist legends and folklores; it explains incredible acts and people possessing supernatural capacities. Apparently, a saint who could appear in eight diverse forms, one of which was Guru Rinpoche, came to Bhutan on a



A sinistra un'immagine scontornata, a destra un'immagine al vivo