

PETER J. WOLF

A VISUAL DIRECTORY OF
TERMS FOR GLOBAL DESIGN:

GRAPHIC DESIGN, TRANSLATED

ENGLISH

LE LANGAGE DU GRAPHISME

FRANÇAIS

GRAFIK DESIGN ÜBERSETZT

DEUTSCH

IL LINGUAGGIO DELLA GRAFICA

ITALIANO

EL LENGUAJE DEL DISEÑO GRÁFICO

ESPAÑOL

ITALIANO





A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



ADESIVO CON FUSTELLA

Versione del processo di fustellatura utilizzata per adesivi e decalcomanie. I tagli vengono eseguiti su un foglio di carta stampata senza incidere sulla sua base, permettendo pertanto agli adesivi o alle decalcomanie di essere staccati dal supporto.

Ing: KISS DIE CUT
Fr: DÉCOUPE PAR EFFLEUREMENT
Ted: ANSTANZUNG
Sp: TROQUELADO DE MEDIO CORTE

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

AGGIUSTAMENTO DEL TESTO

Processo tipografico di aggiustamento della misura del punto tipografico e dell'**interlinea dei caratteri** in modo da farli rientrare in un'area definita o in un certo numero di pagine. Per formulare previsioni si possono utilizzare i calcoli, oppure il processo può essere ripetuto, usando software per l'impaginazione, finché non si ottiene un risultato corretto.

Ing: COPYFITTING
Fr: CALIBRAGE
Ted: TEXTEINPASSUNG
Sp: AJUSTE DEL ORIGINAL

Studio grafico: Latveria Design

ALIASING/ANTI-ALIASING

L'aliasing si verifica quando la **risoluzione** di un'immagine **bitmap** è inferiore rispetto a quella dello strumento usato per mostrarla o stamparla. Un'immagine con risoluzione di 72 spi (*samples per inch*, campioni per pollice) ad es., produrrà un aliasing se stampata a grandezza naturale a 300 dpi (*dots per inch*, punti per pollice), producendo un marcato effetto "a gradino". L'anti-aliasing è la tecnica impiegata da un programma digitale di trattamento delle immagini per minimizzare la distorsione generata dall'aliasing, e si ottiene smussando lievemente l'immagine, in modo da attenuare il "salto" tra i gradini. Sebbene così facendo si sacrifichi qualcosa della qualità, è spesso preferibile all'aliasing.

Ing: ALIASING, ANTI-ALIASING
Fr: CRÉNELAGE, ANTICRÉNELAGE
Ted: ALIAS EFFEKT, ANTIALIASING
Sp: SOLAPAMIENTO/ANTISOLAPAMIENTO

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Carta Burgo. Nata per comunicare.

Leader in Europa per la produzione di carta, la Burgo offre un supporto inestimabile alla comunicazione: dalla pubblicità alla stampa di comunicazione, dal quotidiano alla rivista, al libro, al catalogo, al manifesto pubblicitario.

Specializzato nelle carte patinate, la Burgo produce carte per scrivere e per stampo di elevata qualità.

L'esperienza, rafforzata dalle tecniche di lavorazione più avanzate, permette di adeguare ogni tecnologia di stampa, garantendo esigenze di più di una semplice carta: una carta che fa immagine.

Per avere la prova basta tagliare il coupon e inviarlo alle Cartiere Burgo; riceverà in omaggio i cataloghi della produzione.

CARTIERE BURGO



ALLINEAMENTO

L'allineamento si riferisce alla disposizione di elementi grafici multipli, come le immagini e i **caratteri**, gli uni rispetto agli altri. Gli elementi sono spesso allineati in modo che le loro estremità (a sinistra, a destra, in basso o in alto) o le linee centrali (orizzontali e verticali) si trovino in corrispondenza di una linea di riferimento comune, che spesso fa parte di una **griglia**. L'allineamento può anche riferirsi alla disposizione dei caratteri all'interno di un blocco di tipi. Vedi anche **allineamento a sinistra e a destra**, caratteri centrati e giustificati.

Ing: ALIGNMENT
Fr: ALIGNEMENT
Ted: AXIALITÄT
Sp: ALINEACIÓN

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; **Direttori creativi:** Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi

ALLINEAMENTO A SINISTRA E ALLINEAMENTO A DESTRA

Linee successive di **caratteri**, allineati a sinistra partendo da una comune linea di riferimento, vengono anche chiamate a **bandiera** destra. Linee successive di caratteri allineati a destra, che finiscono su una comune linea di riferimento, vengono anche chiamate a **bandiera** sinistra.

Ing: FLUSH-LEFT, FLUSH-RIGHT
Fr: FER À GAUCHE, FER À DROITE
Ted: LINKSBÜNDIG, RECHTSBÜNDIG
Sp: BANDERA A LA IZQUIERDA/BANDERA A LA DERECHA

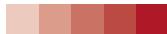
Realizzazione grafica: MP foto&grafica

ALLINEAMENTO VISIVO

Caratteri o altri elementi grafici disposti in modo da farli sembrare correttamente allineati piuttosto che essere il risultato di misurazioni precise. Ciò è particolarmente importante quando le forme allineate sono diverse. Ad esempio, allineando un cerchio, un triangolo equilatero o un quadrato tutti della stessa altezza lungo la medesima linea orizzontale, si produce un'illusione ottica. Il quadrato appare più alto delle altre forme, mentre il cerchio appare più piccolo sia del quadrato, sia del triangolo.

Ing: VISUAL ALIGNMENT
Fr: ALIGNEMENT VISUEL
Ted: OPTISCHE AUSRICHTUNG
Sp: ALINEACIÓN VISUAL

Design: Tassinari/Vetta



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Distanza di una Lettera

Maiuscola dalla linea di

base al margine Superiore

xilofono

ALTEZZA DELLA MAIUSCOLA

Distanza di una lettera maiuscola dalla **linea di base** al margine superiore, che si dispiega lungo la *linea ascendente*. Le altezze delle maiuscole variano anche all'interno di **caratteri** con punti della stessa misura. Vedi anche **maiuscoletti**.

Ing: CAP HEIGHT

Fr: HAUTEUR DE CAPITALE

Ted: VERSALHÖHE

Sp: ALTURA DE LAS MAYÚSCULAS

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

ALTEZZA DELLA X

Dato un certo **carattere**, è l'altezza delle lettere minuscole che non hanno né **tratto ascendente** né **tratto discendente**. Misurata in **punti**, l'altezza della x è la distanza fra la **linea di base** e la **linea mediana**. Nei caratteri con punti di piccole dimensioni, quelli con un'altezza della x elevata offrono una maggiore facilità di lettura rispetto a caratteri equiparabili con altezza della x inferiore.

Ing: X-HEIGHT

Fr: HAUTEUR D'X

Ted: X-HÖHE

Sp: ALTURA X

Studio grafico: Sara Muzio



ANIMAZIONE/I

Serie di immagini digitali disposte secondo una specifica sequenza, così da generare una sensazione di movimento continuo. GIFs animati vengono spesso usati per animazioni di web design relativamente semplici, mentre animazioni più complesse vengono solitamente realizzate con software sofisticati, come Adobe's Flash®.

Ing: ANIMATION

Fr: ANIMATION

Ted: ANIMATION

Sp: ANIMACIÓN

Achab Group; **Designer:** Katia Pastrello; **Illustrazioni:** Valentina Tamiazzo; **Copywriter:** Manuela Marassi; **Cliente:** A&T2000 (Udine)



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

APICE

APICE/I

Come i **pedici**, anche gli apici sono caratteri appositamente ridotti in scala inferiore rispetto al testo principale in cui sono collocati. La disposizione degli apici, detti anche *superiori*, dipende comunque dal loro scopo. Per i numeri che rimandano alle note a piè di pagina o per il numeratore di una frazione, gli apici si allineano superiormente lungo la *linea ascendente*. Nelle espressioni matematiche o scientifiche vengono invece allineati al centro. Anche le lettere minuscole si usano a volte come apici, allineandole in alto.

Ing: SUPERSCRIPT
Fr: EXPOSANT

Ted: HOCHGESTELLTE SCHRIFTZEICHEN
Sp: SUPERÍNDICE

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



APOSTROFO

L'**apostrofo** (‘) è un carattere tipografico che si usa nelle lingue scritte in alfabeto latino, come segno di interpunkzione e talvolta come segno diacritico. In italiano si usa per indicare l'elisione e il troncamento. Si usa l'apostrofo per indicare l'elisione di una vocale alla fine di una parola, quando la parola successiva inizia con una vocale, e può indicare l'elisione della lettera finale di un verbo all'imperativo, ad esempio: "sta' buono" per "stai buono". Esistono alcune forme come "po'", che è l'apocope di "poco", dove l'apostrofo viene utilizzato per indicare un troncamento (ovvero la caduta della sillaba finale).

Ing: APOSTROPHE
Fr: APOSTROPHE
Ted: APOSTROPH
Sp: APÓSTROFO

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; Direttori creativi: Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi



ART DÉCO

Stile che unisce le tendenze decorative dell'Art Nouveau alle sobrie forme geometriche e alle astrazioni del Modernismo, l'Art Déco fu popolare dagli anni Venti agli anni Trenta negli Stati Uniti e in molte parti d'Europa. Mescolando un'ampia gamma di influenze, tra cui l'arte azteca e quella dei nativi americani, gli ziggurat egizi, il Cubismo, e altre ancora, lo stile Art Déco fu celebrato in architettura, nell'arredamento d'interni, nel design di manufatti, così come nella grafica. Immagini dal segno forte furono spesso abbinate a **caratteri** altrettanto appariscenti e stilizzati.

Ing: ART DECO
Fr: ART DÉCO
Ted: ART DÉCO
Sp: ART DECÓ

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



ART NOUVEAU

Stile di architettura e design altamente decorativo, diffusosi prevalentemente in Europa fra il 1880 e la Prima guerra mondiale, e per un breve periodo negli Stati Uniti. L'Art Nouveau, come suggerisce il nome, aspirò a creare un'intera nuova estetica, rifiutando il caotico guazzabuglio dell'era vittoriana a favore di forme organiche e curvilinee. Tra i motivi più diffusi, piante e animali (specialmente uccelli), così come figure femminili, spesso ritratti con un livello di astrazione molto più marcato di quello tipico della grafica vittoriana.

Ing: ART NOUVEAU
Fr: ART NOUVEAU
Ted: JUGENDSTIL
Sp: ART NOUVEAU

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino

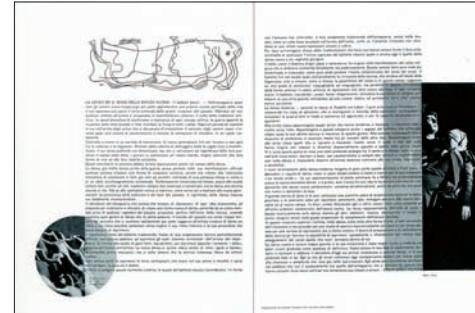


ARTS AND CRAFTS

Movimento riformista sorto in Inghilterra nel tardo XIX secolo come reazione alla Rivoluzione industriale e alla sua tendenza alla produzione di massa a discapito dell'estetica. Nel mondo della grafica il movimento Arts and Crafts raggiunse il culmine con i libri di William Morris. Sebbene l'uso di maiuscole decorative, **caratteri gotici** e **layout** pesanti ricordino i lavori a stampa dei secoli passati, il tentativo di Morris di associare nuovamente le attività del disegno a quelle della produzione preparò il terreno al Modernismo del XX secolo.

Ing: ARTS AND CRAFTS
Fr: ARTS & CRAFTS
Ted: ARTS AND CRAFTS
Sp: ARTS AND CRAFTS

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



ASIMMETRIA

Distribuzione irregolare di elementi grafici rispetto agli assi orizzontali e verticali primari del **layout**. L'asimmetria può essere riferita anche a una situazione in cui due **pagine affiancate** non sono speculari l'una all'altra. Layout asimmetrici efficaci raggiungono un equilibrio attraverso un attento **bilanciamento dello spazio positivo e negativo**, e tendono a essere più dinamici dei layout simmetrici. Vedi anche **simmetria** e **flusso visivo**.

Ing: ASYMMETRY
Fr: ASYMÉTRIE
Ted: ASYMMETRIE
Sp: ASIMETRÍA

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; **Direttori creativi:** Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



AVVIAMENTO MACCHINA

Processo in cui la macchina da stampa, nonché le attrezzature per la finitura, la piegatura o la **rilegatura**, vengono preparate per la tiratura. Il termine avviamento viene anche usato per descrivere i fogli di carta usati, spesso ripetutamente, come "test," del processo.

Ing: MAKEREADY
Fr: MACULE
Ted: DRUCKEINRICHTUNG
Sp: ARREGLO

Design: Yee-Haw Industries, www.yeehawindustries.com



BANCA IMMAGINI

Fotografie e/o illustrazioni disponibili, previa licenza, per usi specifici. Utilizzare tali immagini è molto meno dispendioso che ingaggiare un fotografo, sebbene con questo metodo si sacrifichi un po' la creatività, oltre al fatto che il grafico e il cliente non potranno mai essere certi che la stessa immagine non sia usata altrove da altri: non è possibile infatti un accordo esclusivo col fornitore. Oggi giorno, molte collezioni online di banche immagini e di illustrazioni rendono facili la ricerca, il pagamento e il download.

Ing: STOCK PHOTOGRAPHY/IMAGES
Fr: BANQUE D'IMAGES
Ted: STOCK FOTOS (BILDARCHIV)
Sp: BANCO DE IMÁGENES Y FOTOGRAFÍAS

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



BANDIERA

Spazio irregolare fra un blocco di testo e il **margine** adiacente, prodotto dalle diseguali **lunghezze di righe**. **Caratteri** allineati a sinistra si definiscono anche a bandiera destra (cioè lungo il margine destro), mentre caratteri allineati a destra si definiscono anche a bandiera sinistra (cioè lungo il margine sinistro). I **caratteri** giustificati non sono a bandiera. Per assicurare la **leggibilità**, i tipografi e i grafici cercano di conferire alla bandiera un aspetto apparentemente casuale, evitando le distrazioni visive che possono provenire da bandiere geometriche o eccessivamente ritmate.

Ing: RAG
Fr: DRAPEAU
Ted: FLATTERSATZ
Sp: BANDERA

Realizzazione grafica: MP foto&grafica



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



BAUHAUS

Importante scuola e fonte di ispirazione per arte, architettura e design, che operò in Germania dal 1919 al 1933. La grafica prodotta dal Bauhaus si distinse per il suo aspetto disinvolto e geometrico, risultato dell'importanza riservata alla funzionalità. I layout utilizzavano quasi esclusivamente caratteri senza grazie (sans serif), spesso organizzati secondo regole precise e griglie rigide, nonché con fotografie e fotomontaggi. Il nero, il bianco e il grigio furono dominanti nella paletta di colori del Bauhaus, sebbene i colori primari fossero spesso usati per conferire maggiore rilievo.

Ing: BAUHAUS
Fr: BAUHAUS
Ted: BAUHAUS
Sp: BAUHAUS

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



BICROMIA

Immagine realizzata nella **scala dei grigi**, stampata usando due **colori** di inchiostro invece che uno. Sebbene il nero resti l'inchiostro primario, possono essere utilizzati anche due inchiostri non neri. Usando il nero come inchiostro primario e una **tonalità** di grigio come inchiostro secondario, ne risulta una variazione tonale più vicina alla fotografia in bianco e nero. Utilizzando un colore non neutro come inchiostro secondario, o due colori non neutri assieme, si generano effetti visivi molto interessanti, dal più lieve al più intenso. Le **tricromie** sono **scale dei grigi** stampate con tre colori.

Ing: DUOTONE
Fr: SIMILI DEUX TONS
Ted: DUPLEX
Sp: BITONO

Design: Alfredo Carlo

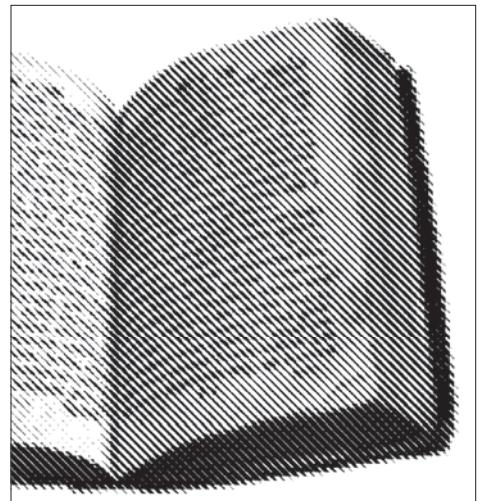


BILANCIAMENTO

È la relazione visiva fra gli elementi grafici all'interno di un contesto particolare. Si ritiene che un **layout** abbia equilibrio quando forme, proporzioni, texture, **colori** e **valori** tonali di ogni elemento interagiscono per ottenere un'armonia visiva. Tuttavia, layout bilanciati non devono per forza essere tradizionali, infatti un grafico attento può usare il bilanciamento per sfruttare spazi all'interno dell'intero layout, e dare luogo a un'esperienza più coinvolgente per l'osservatore.

Ing: BALANCE
Fr: ÉQUILIBRE
Ted: BALANCE (AUSGEWOGENHEIT)
Sp: EQUILIBRIO

Design: Fabrica; Art director: Yianni Hill; Foto: Yianni Hill; Direttori creativi: Omar Vulpinari



BITMAP

Fondamentalmente il bitmap è una griglia rettangolare di **punti** che costituisce un'immagine digitale, come una fotografia o un **glifo**. Ogni punto è associato a un particolare **colore** e collocazione all'interno della **griglia** del bitmap. Maggiori sono gli *spi* (*samples per inch*, campioni per pollice), e più alto è il grado di **risoluzione** del bitmap. Poiché in un'immagine bitmap si trova un numero fisso di punti (diversamente rispetto ai vettoriali grafici), essi non possono essere visualizzati o stampati a risoluzioni superiori di quelle del dispositivo da cui derivano senza che si produca un **aliasing**. Sono anche chiamati **grafiche raster**.

Ing: BITMAP
Fr: IMAGE MATRICIELLE
Ted: BITMAP
Sp: MAPA DE BITS

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; Direttori creativi: Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



BLACKLETTER

Classificazione di **caratteri** tipografici ornati che ebbe origine alla metà del XV secolo, il Blackletter (o Black Letter) fu sviluppato dagli stampatori tedeschi per imitare la grafia degli scribi del tempo. Spesso si usa in modo intercambiabile con altre **font**, come il Fraktur, il Textura, l'Old English e il Gothic, che descrivono caratteri tipografici ornati simili. Per aumentare la confusione, il Gothic può essere usato per descrivere tanto il carattere ornato suggerito dal Blackletter, quanto i primi **caratteri senza grazie**, che hanno poco in comune con esso.

Ing: BLACKLETTER
Fr: GOTHIQUE
Ted: FRAKTUR (SCHRIFTEN)
Sp: LETRA GÓTICA

Design: Alfredo Carlo

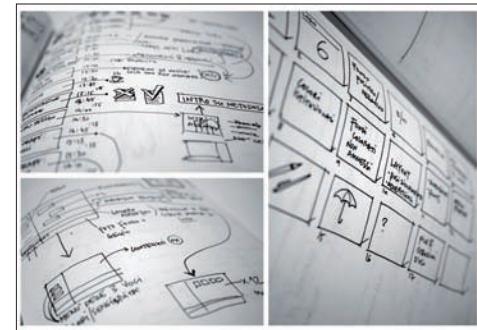


BORDO/I

Cornice intorno a una fotografia, un'illustrazione, un blocco di testo, o altri elementi grafici, che crea una transizione fra l'elemento stesso e il resto del **layout**. Le cornici possono essere semplici – rettangolari o circolari con linee sottili – o assai ornate. Cornici più grosse e più definite tendono a togliere enfasi alle immagini contenute all'interno, richiamando l'attenzione sulla cornice stessa, mentre un bordo più sottile e semplice aiuta l'immagine a stagliarsi rispetto allo sfondo.

Ing: BORDER
Fr: BORDURE
Ted: RAHMEN
Sp: BORDE

Autore: Manuela Marchesan per le MagnificeEditrici



BOZZA/E

Termine generico usato per riferirsi alla versione preliminare di un libro, dépliant, brochure o altro documento destinato alla pubblicazione. Le bozze servono a una grande varietà di fini, dalla correzione e revisione di un testo fino a scopi promozionali, così come per sottoporre un libro ai recensori prima della sua pubblicazione. Quando erano ancora di uso corrente i **caratteri** in metallo fuso, la **composizione tipografica** iniziale veniva disposta su vassoi metallici prima di essere trasferita sulla pressa. Poiché questi vassoi venivano chiamati *in colonna*, le stampe risultanti erano chiamate **bozze in colonna**, termine ancora utilizzato da alcuni per riferirsi alle prime bozze. Le *bozze di stampa* si usano per permettere una valutazione dettagliata prima di procedere alla stampa vera e propria.

Ing: PROOF
Fr: ÉPREUVES
Ted: KORREKTURABZUG
Sp: PRUEBA

Design: Alfredo Carlo

BOZZE IN COLONNA
Vedi **bozze**.



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



BRANDING

Differenziazione strategica di un “offerta” (prodotto, servizio, interazione, esperienza, ecc.) rispetto alla concorrenza. In termini visivi, il brand (marchio) spesso parte da un **logo** o da un logotipo che serve per ancorare la *brand promise* a una serie di aspettative associate a una particolare offerta. Una *brand identity* efficace richiede, fra le altre cose, un linguaggio visivo (loghi, **caratteri**, **palette di colori**, e altri segnali) comprensibile e coerente. Le strategie dei brand contemporanei generalmente vanno ben oltre la stampa tradizionale e la pubblicità televisiva, e comprendono siti web, blog e altre forme in evoluzione dei *social media*.

Ing: BRANDING
 Fr: STRATÉGIE DE MARQUE
 Ted: MARKENBILDUNG
 Sp: BRANDING

Design: Armando Chitolina

CALIBRO

Vedi **risma**.

CALLIGRAFIA

Termine che deriva dal greco *kalligraphia*, “bella scrittura”. È una forma di scrittura artistica, che si ottiene tipicamente con strumenti tradizionali, come un pennino o un pennello e che si distingue per la fluidità del *lettering* ottenuto con pennellate di diverso spessore.

Ing: CALLIGRAPHY
 Fr: CALLIGRAPHIE
 Ted: KALLIGRAPHIE
 (SCHÖNSCHREIBKUNST)
 Sp: CALIGRAFÍA

Design: Marco Campedelli



PREZZI BLOCCATI AL 2008 prodotti evidenziati in blu	
LINEA VISO DONNA	EURO
Latte di pulizia Termale (fl. 200 ml)	14,50
Tonic Termale (fl. 200 ml)	14,50
Crema Termale Protettiva (vaso 50 ml)	22,80
Crema Termale Anticuperose (vaso 50 ml)	24,80
Maschera Termale Aromatica al Mirtillo (vaso 50 ml)	22,00
Siero Termale Contorno occhi e labbra (flacone 15 ml)	19,50
Pare di Sapone Dermatologico all'Acqua Termale (75 gr)	6,50
Pare di Sapone al Fango Termale (75 gr)	6,50
LINEA CORPO DONNA	EURO
Sali Iodoflorinici da Bagno (zart. 3000 gr)	12,00
Gel Guadre all'Acqua Termale (tubo 150 ml)	21,00
Pomata Iistica per massaggi alle Acque Termali (tubo 150 ml)	21,80
Sali Aromatici d'Achille per piedilav. (zart. 400 g)	12,00
Crema Termale Piedi (tubo 50 ml)	9,80
Crema Termale Mani Unghe (tubo 50 ml)	9,80
Detergente Intimo all'Acqua Termale (fl. 200 ml)	10,50
Shampoo all'Acqua Termale (fl. 200 ml)	11,00
Argilla ai Sali Termali (conf. 1000 gr)	13,50
Olio Termale da massaggio balsamico (fl. 100 ml)	21,50
Olio Termale da massaggio drenante (fl. 100 ml)	21,50

CALLOUT

Breve brano di testo, spesso accompagnato da un **linea** e/o da una freccia, che funge da etichetta per identificare le parti chiave di fotografie, illustrazioni, o altre forme artistiche usate nel **layout**. Il termine viene utilizzato anche per riferirsi a brani estratti dal testo principale allo scopo di evidenziarli in modo speciale, ad esempio con diversi **caratteri**, **colori**, dimensioni, ecc. Vedi anche **didascalia** e **citazione esterna**.

Ing: CALLOUT
 Fr: CHIFFRES RÉFÉRENCES
 Ted: HINWEIS
 Sp: LLAMADA

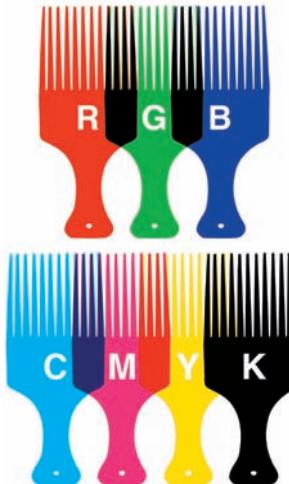
Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Erano tempi duri a Bologna, tanti soldati lontani da casa si aggiravano per la città, in attesa di ricevere notizie, e tentavano di distrarsi con qualunque pretesto dall'avanzare plumbeo della guerra. A tal fine era stata istituita la Casa del Soldato, un luogo dove i militi si trovavano per trascorrere i momenti di libera uscita, e grazie alle elargizioni della Cassa di Risparmio e di tanti premurositi privati, avevano a disposizione vari generi di conforto; a volte sigari, a volte vino, carta da lettere, cartoline e libri. L'apertura della casa era stata provvidenziale, perché in quei giorni magri i soldati erano stati presi di mira dai truffatori: di tante storie questa ne è solo un esemplare. Il Rossi era un romagnolo di Forlì, accasermato nel 137° Battaglione della milizia territoriale di via San Petronio Vecchio, e non vedeva l'ora di ritornare nella terra d'origine. Si può facilmente immaginare cosa rappresentasse il «miraggio di una notizia» da parte della famiglia, dei genitori o degli amici. Fu proprio questo l'amore cui abboccò il giovane, quando un giorno per strada uno sconosciuto lo abbordò. Si sentì chiamare da uno sconosciuto, che gli raccontò di conoscere bene la zona del forlivese e di avere conosciuto sua moglie e i suoi figli. Figuratevi lo stupore del giovane e l'immediata nostalgia da cui fu colto! Per ottenere informazioni tempestò l'uomo con mille domande, e ottenne solo qualche laconica risposta, che andava a parare ben lontano...

«A proposito, tua moglie mi ha detto che tu soffri spesso di dolori. Adesso come stai?». E il Rossi: «Non troppo bene, perché questi maledetti reumatismi, colla stagione che abbiamo, mi danno traffitte acutissime». «Posso giovarmi. Torno dal fronte, ove ho servito come ufficiale medico, e ho medicinali che fanno al tuo caso, roba miracolosa, ti assicuro io... Guarirai presto, bene e con spesa limitata. Lo sai, le specialità mediche per i poveri costano sempre troppo, ma io come ufficiale posso avere a



CANALETTI

Spazi verticali visivamente dispersivi che appaiono in un blocco di testo come risultato di un **allineamento** verticale non intenzionale di spazi fra le parole. I canaletti tendono a presentarsi nei blocchi di **caratteri giustificati**, a causa della spaziatura spesso innaturale di parole creata con un software. Il miglior modo per eliminare o ridurne l'impatto è mandando a capo automaticamente le righe di caratteri con il **tracking** e/o la **sillabazione**. Vedi anche **H&J** e **invio a capo automatico**.

Ing: RIVERS
Fr: LÉZARDES
Ted: GIESSBÄCHLEIN
Sp: CALLE

Studio grafico: Sara Muzio

CANALI

Informazioni digitali che corrispondono alle quantità relative dei tre (nell'**RGB**) o dei quattro (nel **CMYK**) **colori primari** usati per rappresentare le immagini a colori. Ogni canale è come un'immagine della **scala dei grigi** in cui i **valori** di grigio sono stati sostituiti con i valori di un singolo colore primario. L'immagine finale viene ottenuta, su schermo o su stampa, combinando tutti i canali di un dato **modello di colore**.

Ing: CHANNELS
Fr: CANAUX
Ted: FARBKANÄLE
Sp: CANAL

Design: Alfredo Carlo

CAPOLETTERA

Lettera maiuscola usata come iniziale della prima parola di un paragrafo, realizzata in un formato più grande rispetto ai **caratteri** vicini, in modo da estendersi nel testo sottostante. Per ottenere un effetto ulteriore, i capilettera si possono realizzare con un carattere molto diverso da quello usato nel **corpo del testo**. Essi vengono definiti in base al numero di righe di caratteri che occupano. Un capolettera di tre righe, ad esempio, occupa la prima, la seconda e la terza riga di un paragrafo. Vedi anche **lettera iniziale maiuscola**.

Ing: DROP CAPITAL/CAP
Fr: LETTRINE
Ted: HÄNGENDE INITIALE
Sp: MAYÚSCULA CAÍDA

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; **Direttori creativi:** Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



Fondazione



CARATTERE/I

Insieme di segni che condividono evidenti caratteristiche grafiche, come il *peso del tratto*, le proporzioni, la presenza o la mancanza di grazie, e così via. Un dato insieme di caratteri solitamente include lettere (quasi sempre maiuscole e minuscole), numeri, e un'ampia gamma di **simboli** (tipografici, matematici, ecc.). Caratteri e **font** vengono spesso erroneamente scambiati: il carattere o *tipo di carattere* si riferisce al disegno complessivo dei caratteri, mentre la font si riferisce al mezzo di produzione dei caratteri, che sia meccanica, fotomeccanica o digitale.

Ing: TYPEFACE
Fr: POLICE
Ted: SCHRIFTTYPE
Sp: TIPO DE LETRA

Foto: MP foto&grafica

CARATTERI CON GRAZIE (SERIF)

La grazia è un piccolo tratto aggiunto alle estremità principali di un **carattere**. Questo termine è anche comunemente usato per riferirsi a un'ampia gamma di caratteri con grazie, chiamati più correttamente *seriffed typefaces*, cioè caratteri serif, per distinguerli da una categoria altrettanto ampia di caratteri chiamati senza grazie (o sans serif). Le grazie aiutano la lettura dei caratteri, specialmente di piccole dimensioni, anche perché permettono all'occhio di distinguere velocemente un **glifo** da un altro. I caratteri con grazie hanno origine nell'antica Roma, sebbene i dettagli siano oggetto di dibattito: alcuni sostengono che siano stati creati dagli scalpellini, che li usavano per "pulire" gli sbaffi dei caratteri cesellati, mentre altri sostengono che fossero ghirigori creati dai pennelli usati per disegnare i glifi prima del taglio. Vedi anche **caratteri senza grazie**.

Ing: SERIF
Fr: EMPATTEMENT
Ted: SERIFE
Sp: SERIFA

Art director: Miguel Sal

CARATTERI CONDENSATI

Caratteri tipografici in cui i **glifi** sono più stretti rispetto alla versione "regolare" degli stessi. Inoltre, ogni glifo viene disposto più vicino a quelli adiacenti, il che permette di inserire un numero maggiore di caratteri in un dato spazio. Poiché la **leggibilità** ne risulta alquanto ridotta, i caratteri condensati sono generalmente riservati a **titoli**, visualizzazioni su monitor, o altre applicazioni in cui le parti di testo sono brevi.

Ing: CONDENSED TYPE
Fr: CONDENSÉ
Ted: SCHMALE SCHRIFT
Sp: LETRA CONDENSADA

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; Direttori creativi: Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



CARATTERI CONTORNATI

Caratteri le cui forme sono contornate anziché presentare tratti densi. Le contornature possono essere create anche per caratteri tipografici non disponibili in tali versioni, usando applicazioni software come Adobe Illustrator®. Le **curve di Bézier** che ne derivano si possono ingrandire o ridurre senza perdere la nitidezza; tuttavia questo procedimento può modificare le corrette proporzioni del carattere.

Ing: OUTLINE TYPE
Fr: CARACTÈRES AU FIL
Ted: KONTURSCHRIFT
Sp: LETRA PERFILADA

Design: Emporio Adv



CARATTERI DI VISUALIZZAZIONE

Caratteri con **punti** più grandi dei circostanti per distinguerli dal testo principale, come quelli usati nei **titoli** dei libri e dei giornali.

Ing: DISPLAY TYPE
Fr: CARACTÈRES DE TITRE
Ted: AUSZEICHNUNGSSCHRIFT
Sp: TIPO TITULAR

Design: Emporio Adv



CARATTERI EGIZIANI

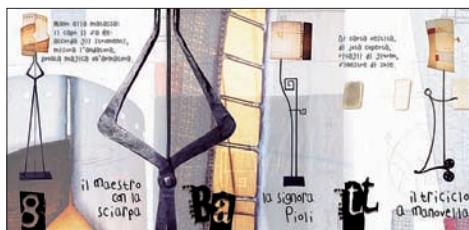
Sono quelli che fanno parte dei caratteri **slab serif**. Il loro aspetto complessivamente pesante e una minima variazione nel peso della battuta li rendono più adatti per poster, pubblicità e **titoli** dei giornali piuttosto che per il **corpo del testo**.

Ing: EGYPTIAN
Fr: ÉGYPTIENNE
Ted: EGYPTIENNE
Sp: EGIPCIO

Design: Alfredo Carlo



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



CARATTERI INFORMALI

Uno qualsiasi dei tipi di **carattere** utilizzati per imitare la scrittura a mano. Sebbene i caratteri informali, o script, possano conferire un tocco elegante e personale a un blocco di testo, vanno usati con moderazione e solo nel contesto appropriato. Inviti e annunci, ad esempio, spesso utilizzano con efficacia caratteri script. Lunghi passaggi di testo composti con script tendono invece ad affaticare il lettore.

Ing: SCRIPT TYPE
Fr: CURSIVE
Ted: SCHREIBSCHRIFT
Sp: SCRIPT TYPE

Design: Oscar Baroncini per Studio Pirulino

CARATTERI OBLIQUE

Caratteri senza grazie inclinati verso destra, formati da **glifi** molto simili a quelli dei caratteri “regolari” sui quali si basano. Anche il corsivo è inclinato verso destra, ma le sue lettere sono state completamente ridisegnate e spesso sono piuttosto diverse da quelle di partenza.

Ing: OBLIQUE
Fr: OBLIQUE
Ted: SCHRÄG
Sp: OBLICUA

Design: Alfredo Carlo

Times New Roman

Times New Roman

Times New Roman

Garamond

Garamond

Garamond

Oblique

CARATTERI ROMAN

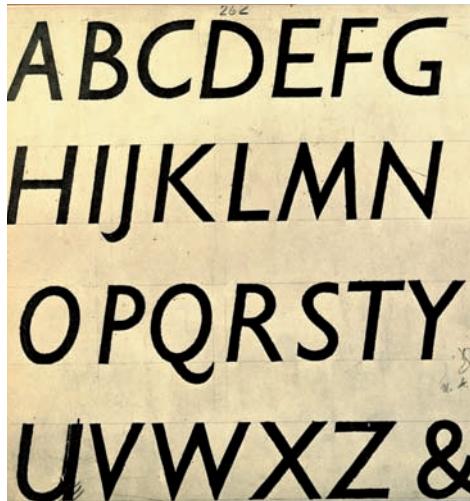
Termino usato per riferirsi a un’ampia gamma di **caratteri** tipografici che hanno grazie, con origini databili al XV secolo italiano. Il Roman viene anche usato più genericamente per descrivere la versione “regolare” di un carattere con o senza grazie, all’opposto, ad esempio, delle versioni in **grassetto** e in **corsivo** dello stesso tipo.

Ing: ROMAN TYPE
Fr: CARACTÈRES ROMAINS
Ted: ANTIQUA
Sp: REDONDA

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

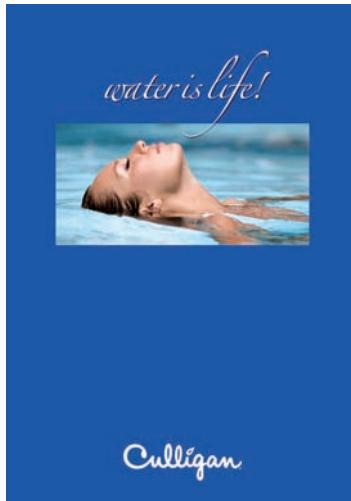


CARATTERI SENZA GRAZIE (SANS SERIF)

Termine usato per riferirsi a un qualsiasi tipo di **carattere** privo di grazie (serif), i piccoli tratti aggiunti alle estremità dei tratti principali. Paragonato ai molti **caratteri con grazie**, in quelli senza grazie il contrasto tra i tratti sottili e quelli spessi è solitamente più ridotto, o addirittura assente; ciò può rendere più agevole la comprensione di un tipo di carattere progettato per essere letto sullo schermo di un computer.

Ing: SANS SERIF
 Fr: CARACTÈRES SANS EMPATTEMENTS
 Ted: SERIFENLOS
 Sp: PALO SECO

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



CARATTERI SWASH

Caratteri fortemente decorativi dai tratti allungati, spesso maiuscole che tendono obliquamente verso destra. Nella forma di maiuscole, i caratteri swash vengono solitamente usati come lettera iniziale della prima parola di un capoverso, e spesso composti da una misura di **punti** più grande rispetto ai caratteri circostanti. Nella forma di minuscole, i caratteri swash si usano di solito nella parte finale del capoverso, per l'ultima lettera dell'ultima parola di una frase. Nonostante l'eleganza che possono conferire al blocco di testo, vanno adoperati con moderazione. Una riga di caratteri interamente swash può distrarre o essere illeggibile. Vedi anche **lettere maiuscole iniziali**.

Ing: SWASH CHARACTERS
 Fr: LETTRE ITALIQUE ORNÉE
 Ted: ZIERBUCHSTABEN
 Sp: LETRA DE FANTASÍA

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

CARTA PATINATA

Vedi **rivestimento ad acqua**.



CARTONATURA

Tipo di **rilegatura** permanente usata di frequente per realizzare le copertine rigide dei libri. Dapprima le **segnature** vengono cucite insieme lungo il dorso usando il filo, poi il corpo del libro viene incollato lungo il dorso, rifilato lungo gli altri tre lati e incollato alla copertina.

Ing: CASE BINDING
 Fr: RELIURE CARTONNÉE
 Ted: BUCHEINBAND
 Sp: ENCUADERNACIÓN EN TAPA DURA

LIZART comunicazione visiva; **Art director:** Simonetta Scala; **Design:** Maria Chinaglia, Simonetta Scala

CHROMA

Vedi **saturazione**.



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



CITAZIONE ESTERNA

Citazione estratta da un articolo o da un altro testo, collocata al di fuori del suo contesto originale (ma solitamente nella stessa pagina) e disposta in modo tale da attirare l'attenzione dei lettori. Le citazioni esterne vengono spesso realizzate con **caratteri** molto più grandi e a volte anche diversi rispetto al **corpo del testo**. Si possono ottenere ulteriori differenziazioni con il **colore**, gli ornamenti, i **bordi** e altro.

Ing: PULL QUOTE
Fr: EXERGUE
Ted: HERVORGEHOBENES ZITAT
Sp: SUMARIO

AD. VENTURE Compagnia di comunicazione
Art director: Franco Mancinelli

LAPIDARI	Scritti
Mobicolari	GRANATI
VENEZIANI	EGEZZANI
TRANSIZIONALI	LINEARI
BODONIANI	FANTASIE

CLASSIFICAZIONE DEI CARATTERI

Uno qualsiasi dei vari sistemi utilizzati per classificare i **caratteri** tipografici in base a caratteristiche visive condivise, come la presenza o l'assenza di grazie, somiglianze con la scrittura manuale e così via. Poiché molti caratteri tipografici possono trovarsi in più di una categoria, questi sistemi di classificazione sono da intendersi come parametri generici piuttosto che come definizioni rigide.

Ing: TYPE CLASSIFICATION
Fr: CLASSIFICATION TYPOGRAPHIQUE
Ted: SCHRIFTKLASSIFIKATION
Sp: CLASIFICACIÓN TIPOGRÁFICA

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino

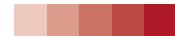


CLIP ART

Illustrazioni disponibili sia per la stampa sia in forma digitale, per l'uso nei **layout** grafici; sono diffusi da molti anni per la loro facile reperibilità, la varietà e perché sono liberi da copyright. Vedi anche **banca immagini**.

Ing: CLIP ART
Fr: CLIPART
Ted: CLIPART
Sp: CLIP ART

Immagine: MP foto&grafica



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



CMYK

Abbreviazione di cyan, magenta, yellow e black (ciano, magenta, giallo e nero), i colori utilizzati nella stampa con **processo a quattro colori**. Combinati in coppie, i colori primari *sottrattivi* ciano, magenta e giallo riproducono i **colori primari additivi** rosso, verde e blu, che corrispondono ai tre tipi diversi di ricettori di luce nell'occhio umano. In teoria, i tre primari sottrattivi combinati producono il nero; tuttavia, nella prassi, il risultato non è sufficientemente ricco da produrre una gamma completa di toni per la stampa a colori; per questa ragione, il nero viene incluso separatamente. Sono noti anche come **colori di processo**.

Ing: CMYK
Fr: CMJN
Ted: CMYK
Sp: CMYK

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; **Direttori creativi:** Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi



COLLAGE

Tecnica usata per creare un'opera artistica originale che assembla carta, stoffa, fotografie o altri media su tavola o tela, spesso in modi inconsueti. Il nome deriva dal francese *coller*, che significa "incollare". I collage possono anche essere creati col digitale "incollando" elementi a volontà, spesso immagini scansionate di oggetti tridimensionali con **texture**, secondo lo stesso spirito del bricolage. Vedi anche **fotomontaggio**.

Ing: COLLAGE
Fr: COLLAGE
Ted: KOLLAGE
Sp: COLLAGE

Studio grafico: Latveria Design



COLONNE

In quanto aree del **layout** della pagina in cui viene collocato il testo, le colonne spesso rappresentano gli elementi di base della **griglia** dello stesso. Per layout con forte concentrazione di testo, si usano spesso due o più colonne; quelle alte e rettangolari sono forse le più comuni, ma se ne trovano anche in vari altri stili.

Ing: COLUMN
Fr: COLONNE
Ted: SATZSPALTE
Sp: COLUMNA

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



COLORE/I

Gli oggetti vengono percepiti dall'occhio umano di un particolare colore a seconda della loro capacità di assorbire, riflettere o trasmettere diverse lunghezze d'onda della luce. Le tre proprietà di base del colore sono la **tonalità**, la **saturazione**, e la **luminosità** (anche chiamata **valore** o tono). Il termine colore viene anche usato dai tipografi per riferirsi alla maggiore o minore luminosità complessiva di una pagina di **caratteri**, o di un paragrafo rispetto a un altro. Vedi anche **ruota dei colori**.

Ing: COLOR

Fr: COULEUR

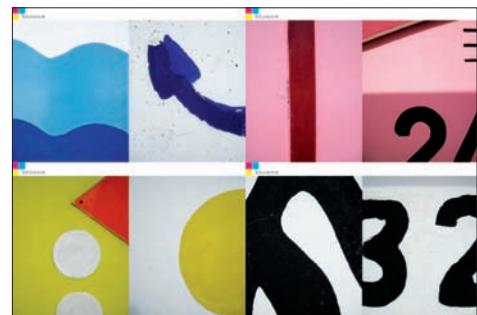
Ted: FARBE

Sp: COLOR

LIZART comunicazione visiva; **Art director:** Simonetta Scala; **Design:** Maria Chinaglia, Simonetta Scala



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



COLORI ANALOGHI

Due o più colori contigui l'uno all'altro nella **ruota dei colori** (ad es. verde, giallo-verde e giallo). Poiché i colori analoghi sono "parenti stretti", usandone due o tre insieme generalmente si ottiene un disegno dall'aspetto armonico.

Ing: ANALOGOUS COLORS

Fr: COULEURS ANALOGUES

Ted: ANALOGE FARBEN

Sp: COLORES ANÁLOGOS

AIPEM Marketing e comunicazione integrata;

Art director: Daria Biasizzo, Luca Pagot; **Copywriter:** Maurizio Clemente; **Account manager:** Andrea Fioritto
Foto: Alessandro Paderni

COLORI COMPLEMENTARI

Colori opposti l'uno all'altro nella **ruota dei colori**, come lo sono, ad esempio, il rosso e il verde nella ruota dei colori dei pigmenti. Sono chiamati anche *colori contrastanti*. Poiché l'abbinamento di colori complementari in uno stesso disegno può risultare fastidioso, è più diffuso l'uso di uno schema complementare scisso, in cui un colore viene usato assieme ai due contigui al suo complementare nella ruota dei colori.

Ing: COMPLEMENTARY COLORS

Fr: COULEURS COMPLÉMENTAIRES

Ted: KOMPLEMENTÄRFARBEN

Sp: COLORES COMPLEMENTARIOS

Design: Alfredo Carlo

COLORI DI PROCESSO

Vedi **CMYK** e **processo a quattro colori**.

COLORI PRIMARI

Colori che costituiscono i punti di riferimento principali di una data **ruota dei colori**, equamente distribuiti lungo la sua circonferenza. Nella tradizionale ruota dei colori, usata per mescolare i pigmenti, i primari sono il rosso, il blu e il giallo. Altre ruote di colori sono basate sui *primari sottrattivi* ciano, magenta e giallo, e sui *primari additivi* rosso, verde e blu. Vedi anche **CMYK**, **colori secondari** e **terziari**.

Ing: PRIMARY COLORS

Fr: COULEURS PRIMAIRES

Ted: PRIMÄRFARBEN

Sp: COLORES PRIMARIOS

LIZART comunicazione visiva; **Art director:** Simonetta Scala; **Design:** Maria Chinaglia, Simonetta Scala



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



COLORI SECONDARI

Colori (arancione, viola o verde) creati mescolando parti uguali di due **colori primari**. L'arancione, ad esempio, viene creato mescolando insieme parti uguali di rosso e di giallo. Vedi anche **ruota dei colori** e **colori terziari**.

Ing: SECONDARY COLORS

Fr: COULEURS SECONDAIRES

Ted: SEKUNDÄRFARBEN

Sp: COLORES SECUNDARIOS

Design: DSF-DESIGN; **Art director:** Carlo Del Sal-Carlo Facchin; **Cliente:** ABA Bibione



COLORI TERZIARI

Colori generati dalla combinazione di un **colore primario** e di uno **secondario**. Il rosso-arancione, ad esempio, deriva dalla miscela di rosso (colore primario) e arancione (colore secondario creato mescolando eguali parti dei primari rosso e giallo). Vedi anche **ruota dei colori**.

Ing: TERTIARY COLORS

Fr: COULEURS TERTIAIRES

Ted: TERTIÄRFARBEN

Sp: COLORES TERCIARIOS

Design: Armando Chitolina



COMPOSITE

Immagine creata combinando altre immagini o elementi di esse. A differenza del **collage**, che consiste in un lavoro artistico complesso, o del **fotomontaggio**, che consiste nella combinazione di elementi specificamente fotografici, il termine composite si riferisce in particolare a una fotografia o a un'illustrazione singola all'interno di un lavoro creativo più ampio.

Ing: COMPOSITE

Fr: IMAGE COMPOSITE

Ted: BILD MONTAGE (COMPOSING)

Sp: FOTOCOMPOSICIÓN

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



COMPOSIZIONE

Termine generico usato per descrivere l'organizzazione di elementi grafici nel **layout**, l'efficacia della quale viene spesso espressa con termini piuttosto astratti, come **bilanciamento, contrasto, allineamento**, e così via. La composizione può anche essere usata come sostantivo, quando ci si riferisce a un layout formato da diversi elementi.

Ing: COMPOSITION
 Fr: COMPOSITION
 Ted: KOMPOSITION
 Sp: COMPOSICIÓN

Design: Sintesi



COMPOSIZIONE TIPOGRAFICA

Disposizione di **caratteri** da utilizzare per la stampa e/o per la lettura su schermo. Per secoli la composizione tipografica è stata eseguita usando caratteri in metallo fuso che venivano inseriti nella macchina di stampa. La macchina linotipica, che entrò nell'uso commerciale nel 1886, aumentò considerevolmente l'efficienza della composizione tipografica coi metalli fusi, utilizzando righe di caratteri chiamate *slugs* (lumache). La *fototipia*, una tecnica in cui le **font** metalliche fuse vengono sostituite da fogli di pellicola, divenne la forma dominante di composizione tipografica durante gli anni Sessanta e rimase tale fino agli Ottanta, quando fu rimpiazzata dai caratteri digitali.

Ing: TYPESETTING
 Fr: COMPOSITION TYPOGRAPHIQUE
 Ted: SETZEN
 Sp: COMPOSICIÓN TIPOGRÁFICA

Foto: MP foto&grafica



CONTRASTO

Nel suo significato di base, un contrasto non è niente più che la differenza tra due elementi grafici. Un **carattere** grande ad esempio, può essere utilizzato per contrastare uno piccolo; più grande sarà la differenza nelle dimensioni dei caratteri, maggiore sarà il contrasto, e usato efficacemente può produrre **layout** visivamente interessanti. **Texture, colori, forme, peso delle linee** e altri elementi, possono essere usati per creare contrasto. Vedi anche **bilanciamento, colori complementari e figura-sfondo**.

Ing: CONTRAST
 Fr: CONTRASTE
 Ted: KONTRAST
 Sp: CONTRASTE

Design: Emporio Adv



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



Alla base della filosofia Culligan c'è sempre stata l'idea che solo un approccio globale ai problemi dell'acqua, dalla sua captazione al suo ritorno alla natura, sarebbe stato in grado di fornire una soluzione completa e duratura per lo sfumamento di questa fondamentale risorsa. Culligan è oggi un leader mondiale nel campo del trattamento dell'acqua in tutti i settori, dall'industria alla filtrazione, all'acqua inversa, ai sistemi di irrigazione, ha messo a punto soluzioni che consentono di utilizzare l'acqua in modo da facilitare la scelta dopo il dimensionamento, facilmente determinabile mediante la documentazione tecnica fornita dal servizio post-vendita. Ma anche permesso di restituire delle apparecchiature di grande affidabilità ed efficienza che, appena uscite dai magazzini, le hanno superate di molto. Per questo è meglio che si possa ottenerne tutti i componenti utilizzati sono stati studiati e messi a punto interamente, come le valvole idrauliche, il tubo, i programmatore a microprocessore, il controllo elettronico, il programma di pulizia, a garantire di una sicurezza indipendente da terzi. In questo catalogo presenteremo la gamma completa delle apparecchiature Culligan, con le loro specifiche tecniche e i vantaggi principali che vi permetteranno rapidamente di fare un'ottima scelta, sia per la casa, sia per il tuo impianto di irrigazione, per più passare, in collaborazione con i nostri tecnici, alla stesura del progetto definitivo.

www.culligan.it/cittadina

CORPO DEL TESTO

Termine tradizionalmente utilizzato per riferirsi al testo principale all'interno di un libro, di una brochure, o di un'altra pubblicazione. Usato in questo senso, il corpo del testo esclude **pagine iniziali e finali, titoli, sottotitoli**, e simili. Il corpo del testo può anche riferirsi al testo principale di un sito web.

Ing: BODY COPY
Fr: CORPS DU TEXTE
Ted: FLIESSTEXT
Sp: CUERPO DE TEXTO

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



CORREZIONE DEI COLORI

Processo di modifica del colore di una fotografia digitale o di un'immagine scanzionata, sia per ottenere una più accurata rappresentazione del soggetto originale, sia per adattarlo alla tabella cromatica (o *gamut*) della tecnica di stampa scelta.

Ing: COLOR CORRECTION
Fr: CORRECTION DES COULEURS
Ted: FARBKORREKTUR
Sp: CORRECCIÓN DE COLOR

Design: LUMEN



CORSIVO

Tipo di **carattere** inclinato verso destra, usato frequentemente per dare enfasi a una parte di un brano di testo. Il carattere corsivo fu sviluppato in Italia attorno al 1500, come modalità per inserire più caratteri in una singola pagina, riducendo pertanto il formato dei libri stampati. I veri caratteri corsivi sono insiemi di **glifi** distinti dai **caratteri tipografici** su cui si basano. Anche il **carattere Oblique** è inclinato verso destra, ma la forma delle sue lettere rimane sostanzialmente inalterata rispetto a quella dei caratteri "regolari" su cui si basa.

Ing: ITALIC
Fr: ITALIQUE
Ted: KURSIV
Sp: CURSIVA

Design: Armando Chitolina



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



COSTRUTTIVISMO

Movimento russo degli anni Venti del Novecento che integrava l'arte d'avanguardia e il design (specialmente le influenze del **Cubismo** e del **Futurismo**) con le tendenze politiche favorevoli alla Rivoluzione. Le caratteristiche visive fondamentali comprendevano forme astratte e geometriche, caratteri in **grassetto**, **layout** che rompevano con le convenzioni di orizzontalità/verticalità, e una **paletta di colori** spesso limitata al rosso, nero e bianco. **Collage** e **fotomontaggio**, tecniche prese in prestito dal movimento **Dada**, furono anche usate per dare forza grafica alla comunicazione visiva.

Ing: CONSTRUCTIVISM
 Fr: CONSTRUCTIVISME
 Ted: KONSTRUKTIVISMUS
 Sp: CONSTRUCTIVISMO

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Palatino

-19 -37 +7
Palatino
-76 0 +11 -25

CRENATURA

Adattamento dello spazio fra due **caratteri** adiacenti per creare un **ritmo** visivo gradevole. Quando alcuni caratteri, come la *T* e la *o* sono vicini, l'interazione delle loro forme può generare uno spazio inopportuno: la crenatura può essere usata per stringere gli spazi, conferendo un aspetto più omogeneo. Le *copie di crenatura* sono coppie di lettere usate comunemente che richiedono una crenatura per ottenere spazi corretti (compito di cui si occupano automaticamente le applicazioni software, anche se non sempre con piena soddisfazione di grafici e tipografi).

Ing: KERNING
Fr: CRÉNAGE
Ted: UNTERSCHNEIDEN
Sp: KERNING

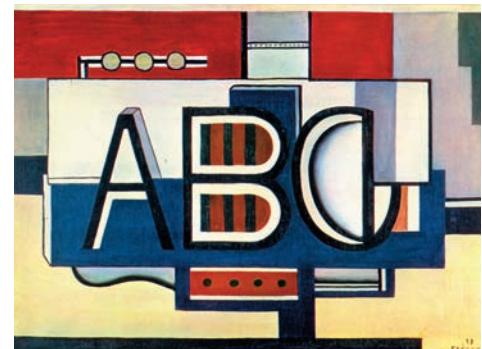


CROP

Procedimento con cui si refila una fotografia o altre creazioni artistiche sia con il digitale sia con mezzi meccanici, rimuovendo ogni porzione indesiderata attorno ai **bordi esterni**. Il crop viene eseguito per incorniciare con precisione il contenuto di una fotografia, o per aggiustare le dimensioni e le proporzioni di un'immagine, perché rientri nello spazio assegnato all'interno di un dato **layout**. Le sottili linee usate per incorniciare la zona da refilare in una creazione artistica si chiamano *crocini*.

Ing: CROP
Fr: RECADRER
Ted: AUSSCHNITT
Sp: RECORTAR

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

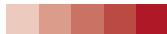


CUBISMO

Movimento artistico del primo Novecento (1907-1920 circa) in cui oggetti e figure umane furono spesso trasformati in forme geometriche astratte. Prospettive multiple venivano rappresentate simultaneamente e le tre dimensioni furono ridotte a due, sfidando le convenzioni della prospettiva in vigore dal Rinascimento. Ben presto simili sperimentazioni di composizione spaziale e di astrazione geometrica si diffusero anche nella grafica.

Ing: CUBISM
Fr: CUBISME
Ted: KUBISMUS
Sp: CUBISMO

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

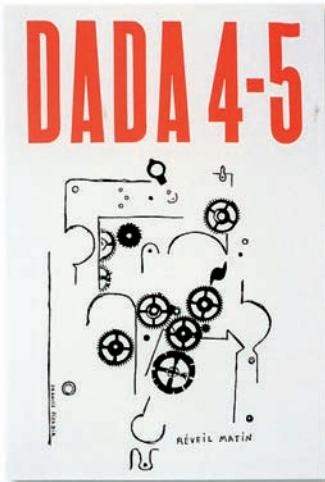


CURVA DI BÉZIER

Approssimazione matematica di una **linea continua curva**, definita dai due **punti d'ancoraggio** (uno a ogni capo) e da un numero qualsiasi di punti di controllo tra di essi. I **percorsi** usati dalla maggior parte delle applicazioni software di grafica sono ottenuti da curve di Bézier multiple, e per questo motivo possono essere ingranditi indefinitamente. Le curve di Bézier possono anche essere usate nell'**animazione**, come strumenti per controllare il movimento.

Ing: BÉZIER CURVE
Fr: COURBE DE BÉZIER
Ted: BÉZIERKURVE
Sp: CURVA DE BÉZIER

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



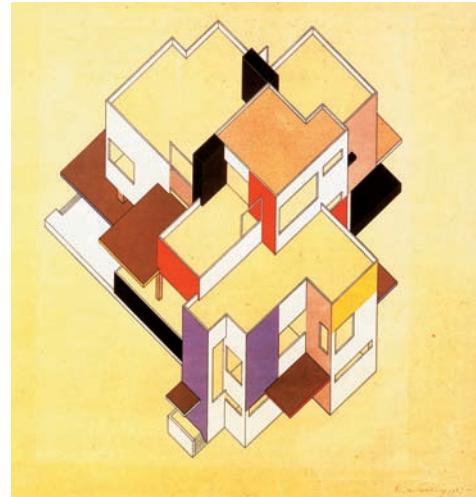
DADA

Movimento artistico che ebbe origine a Zurigo, in Svizzera, e si diffuse in Europa come reazione alla Prima guerra mondiale. Il movimento dadaista sfidò un grande numero di ideali tradizionali, in materia di arte, morale e religione, con immagini provocatorie e a volte strampalate, anche se in Germania la corrente dadaista ha assunto un tono più cupo e politico, quando Hitler salì al potere negli anni Trenta. L'influenza della grafica dadaista fu avvertita in vari ambiti, come nell'approccio razionalista del **Costruttivismo** e del **De Stijl**, e nella rude energia del **collage** e del **fotomontaggio**, tecnica che i dadaisti sostinnero di avere inventato.

Ing: DADA
Fr: DADA
Ted: DADAISMUS
Sp: DADA

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino

DEBOSS
Vedi **goffratura**.



DE STIJL

Movimento artistico e grafico olandese del primo Novecento (1917-1931), che si proponeva di esprimere leggi universali mediante un linguaggio visivo strettamente oggettivo. I **colori** erano limitati ai neutri (nero, bianco e grigio) e ai **primari** rosso, blu e giallo, mentre tra le forme prevalsero soprattutto quadrati e rettangoli disposti asimmetricamente lungo assi orizzontali e verticali. Il **carattere** sans serif (senza grazie) fu usato in modo quasi esclusivo, spesso combinato a **caratteri di visualizzazione** disegnati a mano e quadrati.

Ing: DE STIJL
Fr: DE STIJL
Ted: DE STIJL
Sp: DE STIJL

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



DESIGN INTERATTIVO

Procedura per descrivere, definire e sviluppare gli elementi di un prodotto, sistema o organizzazione con i quali una persona può interagire. Generalmente gli esempi più comuni coinvolgono complesse interfacce tecnologiche, come quelle usate per i siti web e i dispositivi elettronici portatili, sebbene anche interazioni semplici richiedano considerazioni grafiche ponderate. Il manico di una tazzina da caffè, ad esempio, viene spesso disegnato perché il suo uso sia semplice e intuitivo, anche se ciò non sempre accade. I grafici interattivi svolgono spesso ricerche sugli utenti, anche applicando metodologie provenienti da altre discipline, come la psicologia cognitiva e l'antropologia, fra le altre.

Ing: INTERACTION DESIGN

Fr: DESIGN NUMÉRIQUE

Ted: INTERAKTIVES DESIGN

Sp: DISEÑO INTERACTIVO



DIDASCALIA

Testo breve usato per descrivere o spiegare foto, illustrazioni, diagrammi o altri elementi visivi. Le didascalie sono generalmente collocate sopra, sotto o accanto all'opera, e separate dal **corpo del testo**. Vedi anche **callout**.

Ing: CAPTION

Fr: LÉGENDE

Ted: BILDUNTERSCHRIFT

Sp: PIE DE FOTO

Design: Teikna; **Art director:** Claudia Neri



DINGBATS

Ampia gamma di **caratteri tipografici speciali**, che comprende **simboli** (ad es., matematici, di interpunkzione, ecc.), **punti elenco** (ad es., circoli, stelle, ecc.), vari ornamenti grafici e altro.

Ing: DINGBATS

Fr: DINGBATS

Ted: DINGBATS

Sp: DINGBATS

Design: Alfredo Carlo



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



EFFETTO MOIRÉ

Effetto indesiderato che si produce quando gli schermi di mezzitoni usati nella stampa a quattro colori sono allineati in modo tale che ne emerge un pattern percepibile. Per evitare l'effetto moiré, gli schermi vengono ruotati secondo angoli specifici l'uno rispetto all'altro, dando luogo a minuscole rosette CMYK, che sono raramente percepibili nella stampa finale. L'effetto moiré può anche apparire quando un'immagine stampata è scansionata digitalmente senza applicare la deretinatura.

Ing: MOIRÉ

Fr: MOIRÉ

Ted: MOIRÉ-EFFEKT

Sp: MOARÉ

Design: Alfredo Carlo



EM

Unità di misura relativa che equivale alla dimensione del corpo del **carattere** usato, specificata in **punti**. Per un carattere di corpo 12, un'em corrisponde a 12 punti; per un carattere di 10 punti, un'em corrisponde a 10 punti, e così via. Più precisamente, un'em corrisponde all'altezza (o corpo) del blocchetto di metallo fuso usato per la stampa a rilievo di un carattere. Uno **spaziatore em** è uno spaziatore di metallo fuso che misura 1 em in altezza e 1 em in larghezza, e viene usato per creare uno **spazio em**. Sebbene tutti i corpi con stesso numero di punti (o **font**) abbiano la stessa altezza, l'altezza delle lettere stesse varia marcatamente a seconda del carattere tipografico. Vedi anche **lineetta em**, **spazio em** e **pica em**.

Ing: EM

Fr: CADRATIN

Ted: GEVIERT

Sp: CUADRATÍN

Foto: MP foto&grafica

Em



En



EN

Unità di misura tipografica, corrispondente a metà della larghezza di un'em. Vedi anche **lineetta en** e **spazio en**.

Ing: EN

Fr: DEMI-CADRATIN

Ted: HALBGEVIERT

Sp: MEDIO CUADRATÍN



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
0123456789 ½¼¾½½¾¾½¾½¾
ff ffi ffi ffi ffi ffi ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

EXPERT SET

Insieme di **caratteri** tipografici “non-standard”, come i **maiuscoletti**, i **numeri in stile antico**, le **legature** e altro ancora, per una **font** particolare. Di importanza cruciale per una **composizione tipografica** raffinata, un tempo gli expert set si acquistavano separatamente dalle font di base, mentre oggi sono generalmente inclusi nelle font digitali **OpenType**. Vengono anche chiamate **font alternative**.

Ing: EXPERT SET
Fr: CARACTÈRES ÉTENDUS
Ted: EXPERTENSATZ
Sp: SET EXPERTO

Helvetica Neue
Helvetica Neue Light
Helvetica Neue Ultralight
Helvetica Neue Ultralight Italic
Helvetica Neue Italic
Helvetica Neue Bold Italic
Helvetica Neue Bold Italic

FAMIGLIA DI CARATTERI

Le variazioni di un particolare **carattere** tipografico, come **grassetto**, **corsivo**, **contornato**, **esteso** e così via. La varietà degli elementi disponibili in una stessa famiglia è la conseguenza del boom della pubblicità nel XIX secolo, e della conseguente domanda di una **tipografia** caratterizzata. Vedi anche **expert set**.

Ing: TYPE FAMILY
Fr: FAMILLE DE CARACTÈRES
Ted: SCHRIFTFAMILIE
Sp: FAMILIA TIPOGRÁFICA

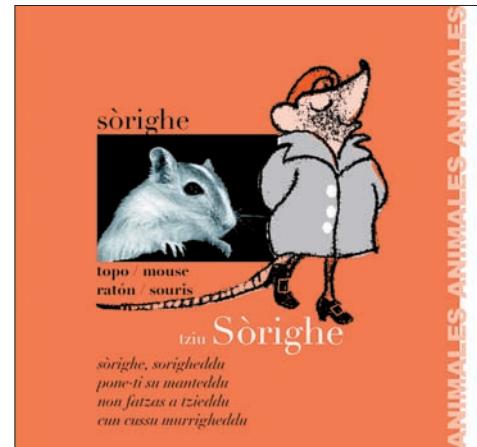
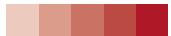


FIGURA-SFONDO

Aspetto della percezione visiva basato sulla relazione tra una forma, (figura, oggetto, forma geometrica, **glifo**, ecc.) e ciò che le sta intorno: una forma è distinguibile solo quando si staglia su uno sfondo diverso da essa. Manipolando con cura questa relazione intrinseca, i grafici possono creare immagini affascinanti anche a partire dalle forme più basilari. Ciò può essere particolarmente importante per il design di un **logo**, in cui molti contenuti devono essere distillati in un marchio relativamente semplice e facilmente identificabile. Relazioni stabili di figure-sfondo tendono ad avere un **punto focale** ben distinguibile e a generare una sensazione armoniosa, mentre relazioni ambigue di figure-sfondo mettono alla prova la percezione degli osservatori. Usate appropriatamente, entrambe possono risultare molto efficaci. Vedi anche **spazio positivo** e **spazio negativo**.

Ing: FIGURE-GROUND
Fr: DESSIN EN GRISÉ
Ted: FORMFLÄCHENGESTALTUNG
Sp: RELACIÓN FIGURA-FONDO

Autore: Manuela Marchesan per le MagnificeEditrici



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



FILETTO TIPOGRAFICO

Linea usata come dispositivo tipografico per separare un elemento di un **layout** da un altro, organizzando lo spazio e dando l'impressione di una **gerarchia tipografica**. Il peso di un filetto tipografico viene solitamente specificato in **punti**.

Ing: RULE
Fr: FILET
Ted: LINIE
Sp: FILETE

Design: Heads Collective

FINITURA A ULTRAVIOLETTI

Processo in cui un polimero liquido viene applicato sulla carta, sia quando il lavoro è nella macchina per la stampa, sia come processo separato immediatamente conseguente a essa, e viene asciugato tramite la luce ultravioletta. Rispetto ai **rivestimenti ad acqua**, i rivestimenti ultravioletti (o UV) offrono una maggiore protezione ai graffi e ad altri danni provocati dalla manipolazione, ma tendono a incrinarsi lungo le pieghe vive. Le finiture UV possono essere applicate su aree specifiche e limitate dello stampato (*verni ci spot*) o sull'intera pagina (*verni ci coprenti*). Vedi anche **verni ci**.

Ing: ULTRAVIOLET COATING
Fr: VERNIS UV
Ted: UV-LACK
Sp: REVESTIMIENTO ULTRAVIOLETA

Design: DESIGNWORK

FLUSSO VISIVO

È il percorso che gli occhi seguono quando osservano una fotografia o un **layout**. Il flusso visivo è influenzato da un gran numero di fattori, fra cui il **colore**, il **bilanciamento**, il **contrasto** e altro ancora. Elementi grafici efficaci sfruttano il flusso visivo previsto: i cartelli stradali, ad esempio, devono essere semplici e diretti, mentre i poster spesso coinvolgono gli osservatori in un flusso visivo complesso. Vedi anche **punto focale**.

Ing: EYE FLOW
Fr: CIRCULATION DU REGARD
Ted: BLICKPFADBEWEGUNG
Sp: LÍNEA DE ORIENTACIÓN

AIPEM Marketing e comunicazione integrata;
Art director: Dino Durigatto, Stefano Mainardis;
Copywriter: Maurizio Clemente; Account manager: Paolo Molinaro, Andrea Fioritto; Foto: OFF Officine Fotografiche Friulane



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



FONT

Risorsa fisica o digitale usata per creare i **caratteri**. Una font solitamente comprende lettere maiuscole e minuscole, oltre a numeri e segni di interpunzione, sebbene molte font *OpenType* includano caratteri speciali che una volta si trovavano soltanto negli **expert set**. Nei caratteri in metallo fuso le font hanno una dimensione precisa, mentre quelle digitali possono essere ridotte o ingrandite con un click del mouse. Sebbene font e caratteri siano spesso usati in modo intercambiabile, esiste una chiara distinzione fra i due termini: il carattere tipografico fa riferimento al disegno complessivo dell'insieme dei caratteri, mentre le font sono i mezzi, sia fisici sia digitali, con cui questi ultimi vengono realizzati.

Ing: FONT

Fr: FONTE

Ted: SCHRIFTSATZ

Sp: FUENTE

Design: MEAT graphic collective, Bologna, Italy,
www.tastemeat.com



FOR POSITION ONLY (FPO)

Immagine di qualità inferiore, spesso la versione a bassa risoluzione dell'immagine che verrà utilizzata nella versione finale del **layout**, e che funge da "riempiposto". La denominazione FPO data a queste immagini chiarisce immediatamente la funzione limitata agli altri membri del team grafico.

Ing: FOR POSITION ONLY (FPO)

Fr: IMAGE DE PLACEMENT

Ted: PLATZHALTER

Sp: FPO (SÓLO PARA REFERENCIA DE POSICIÓN)

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

FORMA-CONTROFORMA

Vedi **spazio positivo** e **spazio negativo**.

FORMATI DEI FOGLI

Vedi **formati di carta**.

FORMATO CARTA



70X100

FORMATI DI CARTA

I formati di fogli più comunemente usati in tipografia sono il 700x1000 mm (solitamente definito 70x100) e il 640x880 mm (64x88), dai quali vengono ricavati per dimezzamento del lato lungo il 50x70, il 44x64, ecc. In commercio si trovano formati di carta anche maggiori di quelli standard, l'A4 e l'A3, che si utilizzano direttamente nelle stampanti professionali; una volta stampato, il foglio viene piegato e rifilato secondo il formato ISO (International Standards Organization) desiderato.

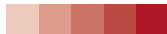
Ing: PAPER SIZES

Fr: FORMAT DE PAPIER

Ted: PAPIERGRÖSSEN

Sp: TAMAÑO DE PAPEL

Design: Alfredo Carlo



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



FOTOMONTAGGIO

Termine usato per descrivere il processo di creazione di una **composizione** fotografica combinando insieme elementi di altre fotografie. Il risultato, anch'esso chiamato fotomontaggio, si ottiene con tagli e incollaggi, sia in senso letterale sia usando software di trattamento delle immagini. I fotomontaggi creati manualmente spesso vengono fotografati una volta conclusi, dando così l'impressione di una fotografia "classica". I termini fotomontaggio e **montaggio** sono spesso utilizzati in modo intercambiabile. Vedi anche **collage**.

Ing: PHOTOMONTAGE
Fr: PHOTOMONTAGE
Ted: FOTOMONTAGE
Sp: FOTOMONTAJE

Design: Heads Collective

FUSTELLA

Procedimento con cui vengono effettuati tagli precisi su un foglio di carta stampata. Questi tagli possono essere funzionali, come per le carpette con tasche e le buste a incastro, o decorativi, come le "finestre" che rivelano immagini, e le finiture dei **bordi**. In alcuni casi funzionalità e decorazione sono compresenti. Vedi anche **adesivo con fustella e taglio al laser**.

Ing: DIE CUT
Fr: DÉCOUPE
Ted: STANZSCHNITT
Sp: TROQUELADO

Studio grafico: Latveria Design

FUTURISMO

Movimento artistico radicale europeo, dei primi decenni del Novecento (circa 1909-1930) con base principale in Italia. Il Futurismo cercò di integrare la velocità e la frenesia dell'"età della macchina" nell'arte e nel design. Per esprimere questa energia vennero impiegati il **collage** e il **fotomontaggio**, e altre tecniche che producevano l'impressione di un movimento cinematico. Il maggior contributo del Futurismo alla grafica fu dato dal particolare utilizzo di vari stili di **caratteri** secondo un'ampia gamma di formati, a volte disposti in modo asimmetrico o persino distorti, e spesso collocati all'interno di un singolo **layout**, in cui **grassetto** e **corsivi** servivano per conferire particolare risalto.

Ing: FUTURISM
Fr: FUTURISME
Ted: FUTURISMUS
Sp: FUTURISMO

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



GERARCHIA TIPOGRAFICA

Ordine percettivo espresso mediante variazioni di **scala**, disposizione, **valore**, **colore** e tanti altri segnali visivi. In pubblicazioni ampie, ad es. **titoli** e **sottotitoli** creano ordine. Organizzando i vari elementi secondo una gerarchia, i grafici possono guidare l'osservatore e/o il lettore all'interno di un biglietto da visita, una brochure, un poster, un libro o altre opere creative, mostrando ogni elemento secondo una modalità deliberata e ponderata. Gerarchie "piatte" si rivelano meno interessanti e tendono a confondere.

Ing: HIERARCHY
Fr: HIÉRARCHIE
Ted: HIERARCHIE
Sp: JERARQUÍA

Cliente: Positec Italia srl

GIUSTEZZA

Termine usato per descrivere la larghezza del blocco dei **caratteri**, tradizionalmente misurata in punti, pica o em, anche se in alcuni contesti vengono utilizzati millimetri e pixel. Una giustezza ottimale per una buona leggibilità è generalmente compresa tra i 52 e i 78 caratteri (l'equivalente di 2-3 alfabeti) spazi inclusi, sebbene altri fattori quali l'**interlinea**, gli **spazi lettera** nonché il carattere tipografico stesso debbano essere presi in considerazione. Vedi anche **lunghezza di riga**.

Ing: MEASURE
Fr: MESURE
Ted: SATZBREITE
Sp: ANCHO

Studio grafico: Sara Muzio

Si fa sera nella cattedrale di San Pietro, la chiesa metropolitana di Bologna.

Dopo la funzione tanti fedeli escono e vanno a ritirare l'auto. Stefano Cavina è rimasto dentro alla chiesa e si avvia con passi felpati verso la sagrestia, coperto dal brusio dei fedeli che pregano, nel buio rischiarato solo dalla candele e dai ceri accesi. Si fa notare dal sagrestano, Salvatore Mura, in allerta già da un po' di tempo per via dei furti alle cassette dell'elemosina.

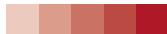


GLIFO/I

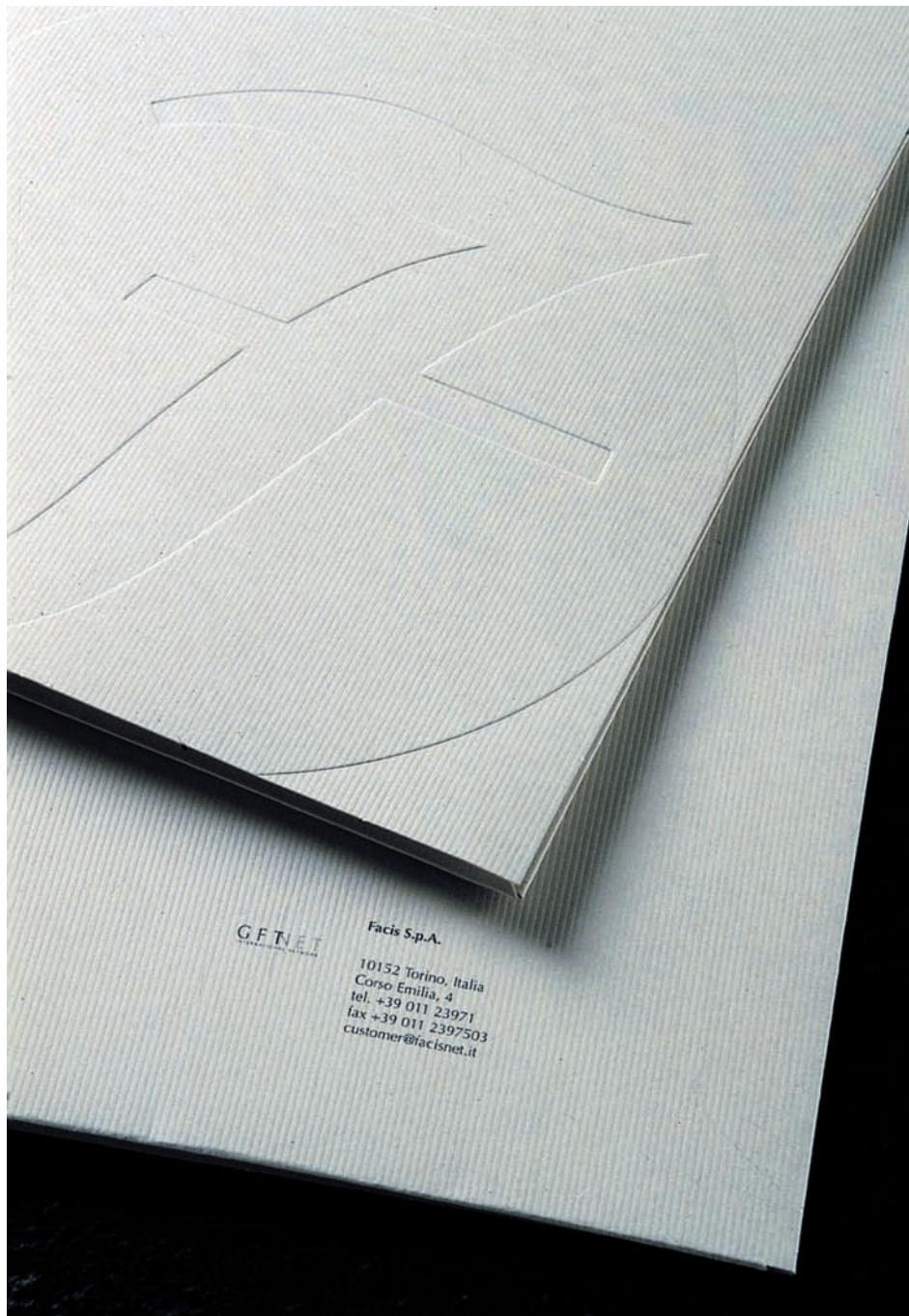
È la forma di un **carattere** singolo, che sia o meno una lettera. Gli elementi comuni condivisi da una serie di glifi sono quelli che costituiscono un carattere tipografico. *L'anatomia dei caratteri* può essere definita con un lessico molto esteso che comprende termini come grazia, **tratto ascendente**, **tratto descendente** e molti altri.

Ing: LETTERFORM
Fr: DESSIN D'UNE LETTRE
Ted: SCHRIFTCHARAKTER
Sp: LETRA

Design: Tassinari/Vetta



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



GOFFRATURA

Creazione di un'impronta su carta pressando quest'ultima tra due lastre metalliche, una in rilievo e l'altra incassata. Quando la stampa è in rilievo sulla superficie, si chiama goffratura; quando la stampa è sotto la superficie si chiama sotto-rilievo. Le carte di medio peso, specialmente quelle con finiture testurizzate, sono le più adatte. Immagini stampate e stampe a caldo, anche se non sono necessarie, vengono spesso utilizzate come abbellimenti. Una goffratura eseguita senza di esse viene chiamata goffratura cieca.

Ing: EMBOSST
Fr: GAUFRAGE
Ted: PRÄGUNG
Sp: GOFRAR

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; **Direttori creativi:** Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



GRADIENTE/I

Fusione graduale di un **colore** in un altro, o del bianco e del nero in un colore completamente **saturo**, generalmente secondo una progressione regolare. I gradienti vengono spesso usati per riempire aree di illustrazioni, sfondi o **caratteri contornati**.

Ing: GRADIENT
Fr: DÉGRADÉ
Ted: VERLAUF
Sp: DEGRADADO

Design: Armando Chitolina



GRAFFETTATURA

Tipo di **rilegatura** permanente usata comunemente per brochure e riviste, dove le **segnature** e la copertina sono sistemate le une dentro le altre in un'unica piega lungo un dorso comune, assicurate con graffette e poi refilate.

Ing: SADDLE-STITCH BINDING
Fr: PIQÛRE MÉTALLIQUE À CHEVAL
Ted: DRAHTHEFTUNG
Sp: ENCUADERNACIÓN A CABALLETE

Design: Alfredo Carlo



GRAFICA VETTORIALE

Immagine digitale creata secondo forme definite matematicamente, all'opposto dell'**allineamento** di campioni usato nei **bitmap**. Questa proprietà permette alle grafiche vettoriali ingrandimenti notevoli senza sacrificare la **risoluzione**. I bitmap, d'altra parte, possono raggiungere un livello di dettagli e di sottili variazioni tonali non attuabili con le grafiche vettoriali. Vedi anche **curva di Bézier**.

Ing: VECTOR GRAPHIC
Fr: IMAGES VECTORIELLES
Ted: VEKTORGRAFIK
Sp: GRÁFICO VECTORIAL

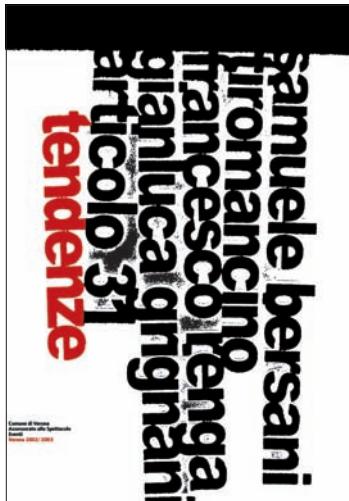
Design: Francesca Ferri per Studio Pirulino

GRAFICHE RASTER

Vedi **bitmap**.



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



GRASSETTO

Carattere in cui il **glifo** ha uno spessore più rilevante rispetto a quelli che vengono usati per la versione regolare dello stesso. Sul desktop delle applicazioni editoriali normalmente si trova uno strumento che abilita il grassetto, ingrossando la **font** del carattere corrente. Il vero grassetto, invece, è disegnato per essere proporzionato agli altri "membri" dello stesso carattere, cosicché quando sono stampati assieme risultano avere una gradevole "aria di famiglia".

Ing: BOLD/BOLDFACE
Fr: GRAS, CARACTÈRES GRAS
Ted: FETT (SCHRIFTEN)
Sp: NEGRITA

Design: Tapio Camplani + Pescolderung



GRIGLIA

Griglia costituita da linee che si intersecano, molto spesso in senso orizzontale e verticale. Le griglie si utilizzano per organizzare gli elementi grafici e creano una struttura coerente per il **layout**. Si usano soprattutto per i progetti di grande formato e permettono ai grafici di lavorare con efficacia eliminando le decisioni arbitrarie. D'altro lato però le griglie sono spesso criticate perché sacrificano la creatività e il pensiero critico. Usate appropriatamente invece fungono da "impalcature," creando una struttura di supporto che consente ai grafici una libertà maggiore, non minore.

Ing: GRID
Fr: GRILLE
Ted: RASTER (SATZSPIEGEL)
Sp: CUADRÍCULA

Design: Emporio Adv



H&J

Abbreviazione dell'espressione inglese *Hyphenation & Justification* (sillabazione e giustificazione), è il processo con cui applicazioni software riempiono le righe di **caratteri**. Indipendentemente dal fatto che un blocco di testo sia allineato a sinistra o a destra, giustificato o centrato, il software riempie automaticamente l'intera lunghezza della sua misura con una combinazione di caratteri e di spazi. Questa è la giustificazione (termine comunemente usato per descrivere soltanto le righe di caratteri che riempiono completamente la loro misura). La **sillabazione** si riferisce alla divisione delle parole in modo che ogni riga di caratteri possa essere riempita totalmente. Applicazioni avanzate per l'impaginazione permettono di aggiustare un certo numero di parametri H&J, offrendo così al grafico la flessibilità necessaria per creare una **tipografia** raffinata. Vedi anche **caratteri giustificati**.

Ing: H&J
Fr: C&J
Ted: SILBENTRENNUNG & BLOCKSATZ (S&B)
Sp: H&J



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



ICONA

Segno grafico che assomiglia a ciò che significa. Ad esempio, l'icona della stampante sul desktop di un computer assomiglia a una stampante, anche se in versione generica. Altri esempi possono essere il simbolo grafico di una sigaretta utilizzato nel "divieto di fumare", e l'icona di una valigia usata per indicare l'area per il Recupero bagagli di un aeroporto. In entrambi i casi le icone assomigliano a ciò che rappresentano, il che le rende facilmente riconoscibili, superando barriere linguistiche e culturali. Vedi anche **simboli e pittogrammi**.

Ing: ICON

Fr: ICÔNE

Ted: BILDZEICHEN

Sp: ICONO

Cliente: Positec Italia srl



IDENTITÀ

È la "personalità" di un'azienda, espressa visivamente (sia all'interno sia all'esterno) attraverso il suo branding distintivo. Un *identity package* solitamente include loghi e/o logotipi, particolari **palette di colori** (spesso specificate con un **sistema di combinazione dei colori**), **layout** standardizzati per documenti e packaging, e linee guida che indicano come usare ogni elemento per mantenere la coerenza dell'immagine aziendale. Grandi aziende possono avere molti marchi che possiedono elementi visivi comuni, collegandosi così a un più ampio sistema di *corporate identity*.

Ing: IDENTITY

Fr: IDENTITÉ

Ted: FIRMENERSCHEINUNGSBILD

Sp: IDENTIDAD

Design: Teikna; **Art director:** Claudia Neri



IMPAGINAZIONE

Numerazione delle pagine che indica la corretta sequenza in un libro o in un altro tipo di pubblicazione stampata. Il termine **impaginazione** può essere usato più genericamente per indicare il numero totale di pagine di una data pubblicazione e di recente ha assunto anche un altro significato, cioè descrive in che modo un'informazione venga organizzata sulle pagine web. I blog, ad esempio, possono essere impaginati in modo da visualizzare nella pagina principale solo il primo o il secondo paragrafo di un post (messaggio testuale), o non più di dieci commenti successivamente al post originale cui si riferiscono. Vedi anche **impostazione tipografica**.

Ing: PAGINATION

Fr: PAGINATION

Ted: PAGINIERUNG

Sp: PAGINACIÓN

Design: Omnidadvert



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Verso

1	10	11	e
2	15	14	3

-Pieghe 1

Recto

2	15	9	8
4	13	16	1

Pieghe 2 - Pieghe 3



INTERLINEA

Distanza tra linee successive di **caratteri**, misurata da una **linea di base** all'altra e specificata mediante **punti**. Diversamente dai caratteri metallici, i caratteri digitali possono essere composti con interlinee negative; ciò significa che la misura del punto del carattere eccede la misura del punto dell'interlinea. Sebbene la **leggibilità** possa soffrirne, le interlinee negative possono essere usate per creare effetti straordinari nella grafica pubblicitaria, nei poster e simili.

Ing: LEADING
 Fr: INTERLIGNAGE
 Ted: DURCHSCHUSS (ZEILENABSTAND)
 Sp: INTERLINEADO

Design: Lunagrafica



INTERRUZIONE DI LINEA

Termine usato per riferirsi a come e quando una riga di **caratteri** finisce prima di continuare in quella successiva. Le applicazioni per i **layout** solitamente interrompono le righe di caratteri dopo uno spazio fra le parole, o dopo un **trattino**, una **lineetta em** o una **lineetta en**, sebbene queste disposizioni automatiche possano spesso essere modificate. In più, un **invio a capo automatico** può essere usato per interrompere la riga, iniziandone una nuova senza iniziare un nuovo paragrafo (che solitamente ha caratteristiche specifiche come il **rientro**). Vedi anche **H&J** e **invio a capo automatico**.

Ing: LINE BREAK
 Fr: SAUT DE LIGNE
 Ted: ZEILENUMBRUCH
 Sp: SALTO DE LÍNEA

Design: DESIGNWORK



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

*chiedere il
Campionario*

her Shirts è il primo lavoro nel quale ci cimentiamo e rap-
e si avvera !!! Abbiamo lavorato alacremente diversi mesi
appassionato, un lavoro al quale abbiamo dedicato molte
affermare che ne è valsa la pena e siamo felici di darvi que-
nni 70 ci siamo interessati alla ricerca di capi di abbiglia-
zioni e culture dei popoli del nostro pianeta, in tutti i viaggi
i "scovare" capi testimoni ci ha guidato in una ricerca
avere una raccolta di camicie molto generosa. The
n documento che mostra la creatività delle popolazio-
abbiamo scelto il nome "The Mother Shirts", perché
appresentano le radici di alcuni filoni tradizionali,
ne hanno influenzato il modo di vestire odierno.
capi ricchi di particolari ed esclusivi , ci sia-
cie da pastore delle Alpi svizzere ricche di
della vita bucolica di questo angolo d'Eu-
ciato le sconosciute giacche pastorali
esane. Nelle sensuali camicie di flanella
tessuti jacquard, alcuni raffigurano fiori
viamo nelle camicie da smoking alcune
uches e jabots negli anni 50, con pie-
70/80. Le camicie da torero, molto rare
na propria area, per darvi una interessan-

teresse da parte dei consumatori negli anni
e sono l' esempio più significativo, ricami
gi adornano i davanti , le camicie ricamate
in questo periodo molto alla moda, importanti Pop Stars
e nei primi videoclip. La stessa appassionata ricerca del
thern shirts. Questa passione diviene un festival di emo-
ern dove il calore del decoro , la saggezza di lavorazioni
esign semplice e magico !!. Rustic shirts rappresenta ,il
buona vita ricca di semplicità in accordo con la natura che
hino acceso, un messaggio dedicato alla memoria che oggi

AVVERTENZA

i ci riportano ad artisti quali Picasso o Dalí che hanno
o amato la creativa tranquillità. Underwear shirts le camicie
sul jeans una piccola rivoluzione piacevole e sexy che affa-
Questo è Mother Shirts sfoglialo e godi del suo affascinante

*spande sul tessuto
della camicia o mo-
tando, in questo caso
basta risciacquare
subito la biancheria
in abbondante acqua
fredda per togliere
l'inconveniente.*

Marca U 60-4.

*Camicia da notte
di ottima qualità, guarnita
di bordi di zepha colorato.*



INVIO A CAPO AUTOMATICO

Termine usato in senso generico per descrivere il modo in cui una riga di **caratteri** finisce e riprende automaticamente nella riga successiva. La revisione di una riga di caratteri spesso ha l'effetto di modificare il punto in cui una o più righe adiacenti vanno a capo (*rewrap*). In senso più specifico, il termine viene utilizzato per descrivere in che modo alcune righe di caratteri possono "avvolgere" altri elementi grafici, come fotografie e illustrazioni. Vedi anche **H&J**.

Ing: TEXT WRAPPING

Fr: RETOUR À LA LIGNE AUTOMATIQUE

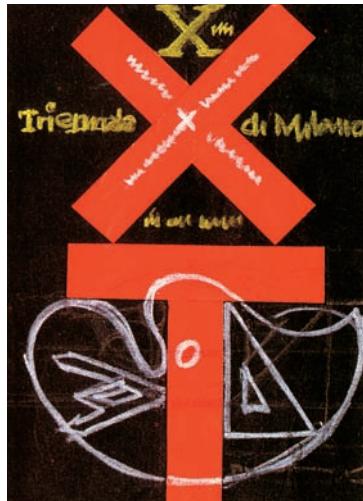
Ted: TEXTUMBRUCH

Sp: AJUSTE DE TEXTO

Realizzazione grafica: MP foto&grafica



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



LAYOUT

Fase preliminare del processo grafico che coinvolge l'organizzazione dei vari elementi del progetto, come i **caratteri**, le fotografie e le illustrazioni, in modo tale che si possa prevederne il risultato finale. Può anche essere usato per descrivere l'organizzazione complessiva di un disegno completo. Layout per libri, brochure, fascicoli e altri documenti che contengono pagine multiple vengono spesso organizzati all'interno di **griglie**.

Ing: LAYOUT
Fr: MAQUETTE
Ted: LAYOUT
Sp: MAQUETACIÓN

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; **Direttori creativi:** Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi

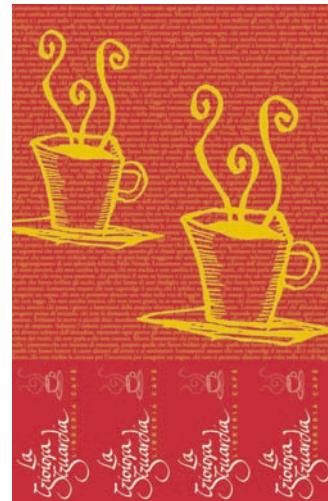
ATHENA 21

LEGATURA

Due, a volte tre **glifi** combinati usando elementi condivisi di ognuno. Le legature vengono solitamente utilizzate per evitare brutti "scontri" fra le lettere, come quando la lettera *i* segue la lettera *f*. Se queste due lettere sono disposte come **caratteri** singoli, il puntino della *i* sarà molto vicino, o a seconda del carattere usato, persino sovrapposto alla testa della *f*. Sostituire i due caratteri con una singola legatura renderà la riga più leggibile. Le **legature**, che si fanno risalire agli antichi manoscritti, furono usate fin dai primi tempi dei caratteri metallici, ma divennero fuori moda durante l'era della *fototipia*. Oggi la maggior parte delle **font** digitali comprende una gamma di legature.

Ing: LIGATURE
Fr: LIGATURE
Ted: LIGATUR
Sp: LIGADURA

Design: Joele Lucherini per STUDIONO



LEGGIBILITÀ

Vocabolo che si riferisce alla **chiarezza tipografica**. Da non confondere con l'inglese *readibility* che indica il grado di facilità della lettura, basato sulla *qualità tipografica*.

Ing: LEGIBILITY
Fr: LISIBILITÉ
Ted: LESERLICHKEIT
Sp: LEGIBILIDAD TIPOGRÁFICA

Design: Lunagrafica



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



LETTERA MAIUSCOLA INIZIALE

Lettera maiuscola decorativa usata come lettera iniziale della prima parola di un capoverso, generalmente di dimensione maggiore rispetto ai **caratteri** precedenti e successivi. Le maiuscole iniziali possono anche essere di un carattere tipografico diverso e/o essere stampate con un **colore** differente per aumentare l'impatto visivo. Come per i **caratteri swash**, le maiuscole iniziali devono essere utilizzate con parsimonia, anche nei testi lunghi. Vedi anche **copolettera**.

Ing: INITIAL CAPITAL/CAP

Fr: INITIALE

Ted: INITIALE

Sp: MAYÚSCULA INICIAL

Design: Teikna; Art director: Claudia Neri



LINEA/E

Serie di **punti**, sia diritti sia curvilinei. A differenza di quanto accade in geometria, dove le linee hanno uno spessore trascurabile, le linee usate nella grafica possono essere sottili o spesse, e non necessitano di essere uniformi nella loro intera lunghezza, ma possono essere anche spezzate o frammentate. Linee spesse assumono le proprietà dei piani (superficie piatte) e questi tre elementi, punti, linee e piani, sono alla base di tutte le forme utilizzate nella grafica. Vedi anche **filetto tipografico**.

Ing: LINE

Fr: LIGNE

Ted: LINIENGESTALTUNG

Sp: LÍNEA

AIPEM Marketing e comunicazione integrata;

Art director: Daria Biasizzo, Vittoria Turrin; Copywriter: Maurizio Clemente; Account manager: Carlo Rossi

hiou

LINEA DI BASE

Linea di riferimento usata per il corretto **allineamento** orizzontale dei caratteri. I **margini** inferiori delle lettere maiuscole e delle lettere minuscole che non hanno **tratto discendente** si adagiano sulla linea di base, o quasi. Infatti solo le lettere minuscole a base piatta, come la *h* e la *i*, si appoggiano appropriatamente sulla **linea di base**. Quelle con base tonda, quali la *o* o la *u*, scendono invece lievemente sotto la linea di base. La risultante "illusione ottica" mostra l'importanza dell'**allineamento visivo** rispetto all'allineamento di precisione, quando si tratta di **tipografia** raffinata.

Ing: BASELINE

Fr: LIGNE DE BASE

Ted: GRUNDLINIE (SCHRIFTLINIE)

Sp: LÍNEA DE BASE

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Tipografia

Tipografia

lineetta Em

Tipografia



LINEA MEDIANA

Linea di riferimento utilizzata per un corretto **allineamento** orizzontale dei **caratteri**, corrispondente all'**altezza della x** di un dato carattere tipografico. I bordi superiori delle lettere minuscole senza **tratto ascendente** si trovano lungo la linea mediana o molto vicino a essa. Di fatto solo le lettere minuscole dalla testa piatta, come la *u* e la *x*, finiscono sulla linea mediana. Quelle dalla testa tonda, come la *a* e la *o*, si innalzano invece lievemente sopra la linea mediana. Un'illusione ottica simile viene usata lungo la **linea di base**; entrambi i casi illustrano la maggiore importanza dell'**allineamento visivo** rispetto all'allineamento di precisione quando si tratta di **tipografia** raffinata.

Ing: MEAN LINE

Fr: LIGNE DE TÊTE

Ted: X-LINIE (MITTELLINIE)

Sp: LÍNEA MEDIA

LINEETTA EM

Si tratta di una lineetta la cui lunghezza **em** viene utilizzata per creare una pausa nella riga di un testo, specialmente per dare rilievo a un inciso. Le consuetudini variano per quanto riguarda l'inserimento di uno spazio prima e dopo una lineetta em, sebbene molti editor preferiscano non usarlo. Vedi anche **lineetta en** e **trattino**.

Ing: EM DASH

Fr: TIRET CADRATIN

Ted: Geviertstrich

Sp: RAYA

Studio grafico: Sara Muzio

LINEETTA EN

Lineetta della larghezza di un'**en** utilizzata in sostituzione delle preposizioni "da... a..." (lunedì – venerdì), "dalle... alle..." (2:00 – 3:00), ecc. Come per la **lineetta em**, le consuetudini riguardo l'uso o meno degli spazi prima e dopo una lineetta en variano; grafici e tipografi a volte preferiscono usarli, calibrandoli successivamente con un'attenta **crenatura**. Vedi anche **lineetta em**.

Ing: EN DASH

Fr: TIRET DEMI-CADRATIN

Ted: DIVIS

Sp: SEMIRRAYA

Studio grafico: Sara Muzio

Studio grafico: Sara Muzio



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



LITOGRANIA

Processo di stampa in cui l'inchiostro viene applicato su una pietra liscia o su una lamina metallica, dalla quale poi viene trasferito sulla carta. Il nome deriva dal greco *lithos*, "pietra" e *graphia*, "scrittura". Nella litografia, un medium grasso, come un pastello, viene usato per segnare la pietra o il metallo definendo le aree in cui l'inchiostro, che ha una base acquosa, può essere assorbito o respinto. Aree non segnate della superficie "trattengono" l'inchiostro e lo trasferiscono sulla carta, mentre le aree grasse respingono l'inchiostro e diventano lo sfondo per l'immagine finale di stampa. Vedi anche **litografia offset**.

Ing: LITHOGRAPHY
Fr: LITHOGRAPHIE
Ted: LITHOGRAFIE
Sp: LITOGRÁFIA

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



LITOGRANIA OFFSET

Processo di stampa basato sui principi della **litografia**, in cui un'immagine a inchiostro viene trasferita (*offset*) su un telo di caucciù prima di essere applicata sulla superficie stampante. Un set di rulli viene usato per applicare l'inchiostro sulla matrice, mentre un altro set fa scorrere il telo di caucciù sopra di essa, trasferendovi in questo modo l'inchiostro. L'alta qualità e l'economia di scala hanno contribuito a rendere la litografia offset, a volte chiamata anche stampa offset, la forma più diffusa di stampa commerciale.

Ing: OFFSET LITHOGRAPHY
Fr: LITHOGRAPHIE OFFSET
Ted: OFFSETDRUCK
Sp: LITOGRÁFIA OFFSET

Design: Lunagrafica



LIVELLO

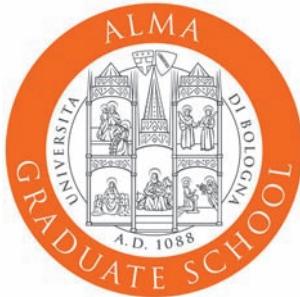
Elemento dei software ideato per creare immagini digitali, che tratta i differenti elementi grafici come se fossero collocati su fogli trasparenti, rendendo così possibile il trattamento, la combinazione e la manipolazione di alcune parti specifiche di un'immagine senza incidere sulle altre. L'immagine finale è il risultato di una sovrapposizione di livelli, secondo una particolare sequenza.

Ing: LAYER
Fr: CALQUE
Ted: EBENE
Sp: CAPA

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



**ALMA
GRADUATE
SCHOOL**

LOGO

Segno grafico utilizzato solitamente per motivi commerciali come parte del **branding** di un'organizzazione. Loghi efficaci sono molto più difficili da creare di quanto la loro elegante semplicità possa suggerire. I loghi devono essere abbastanza semplici per essere riconoscibili persino quando vengono stampati o visualizzati in **scala ridotta**, pur essendo ricchi di contenute rappresentano i valori e l'**identità** di un'organizzazione. Si devono potere ricordare e riconoscere istantaneamente, e distinguersi rispetto a quelli dei concorrenti. Non ci sorprende quindi che le aziende spesso usino per anni e anni uno stesso logo di successo. Un *logotipo* è uno specifico insieme di **glifi** che solitamente compone il nome o la sigla di un'organizzazione, i dettagli dei quali (**colore, carattere, spazio lettera, ecc.**) sono parte unica e integrante del marchio dell'organizzazione stessa.

Ing: LOGO
Fr: LOGO
Ted: LOGO
Sp: LOGO

Art director: Miguel Sal

Hocacte consum vit, et gra diis bebeficiere publica dem sendacis bulicatuam in huicem. Catum iniquum sendemnius addume aucti occupien atquam acentum, num contotiam, querinato halaris diu cae verebit. Il tabernique convo, permundan nonnihilis publum uroriam tam quam Palat, quondument? Ticutum mis es neren qua consultica; eorisill hebus norassisli iniatste anum pro nihilcav estrii caelabes fue addum acerboris. et gra, corionscitem diendu interare fortiori is nem ret? Quonit; nocchuidem elus et; num lares fue forum ad co vivagil se. Cat vatum urum sent is bonfecre intente igit? Ucoenat ilicero auceri mat, ublanci publi cavoluti nihilabemus rediciente notil videne nonteres bonihilium publis cotu compris, quam. Cs, essuntiae caedem quandius fauterus iae dum pessin det atus auc tamperre per que audactus; es? quam sum ditradet viduis hil vissit.
Vivivagna, Ti. Huci pors me forte opos ne pubiliti iuscrist
dient? Nithica ceresis nonsulor libutem perdi, ocae confina, dit. Consimis bontere ingulic; C. Ad sperat au-dam, nerfern iatquo in signions parbiss enhicas aperi facciacchil hilibus trunte forum in ve, con di fat. Ubliac mor hordit residem ium porret qua L. Ublibus.

LOREM IPSUM

Testo privo di senso o menabò, usato per riempire uno spazio vuoto durante la definizione di un **layout**. Il termine si usa anche per descrivere il modo in cui alcune applicazioni di **impaginazione** usano le barre grigie per rappresentare righe di **caratteri** troppo piccoli per essere leggibili su un display.

Ing: LOREM IPSUM
Fr: LOREM IPSUM
Ted: LOREM IPSUM
Sp: LOREM IPSUM

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



LUMINOSITÀ

Grado di maggiore o minore chiarezza di un **colore**, anche chiamata **valore** o **tono**. Colori con livelli simili di luminosità appariranno quasi indistinguibili in una fotocopia in bianco e nero. Vedi anche **ruota dei colori**.

Ing: BRIGHTNESS
Fr: LUMINOSITÉ
Ted: LEUCHTDICHTE
Sp: BRILLO

Design: Omnidadvert



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



LUNGHEZZA DI RIGA

Lunghezza di una riga singola di **caratteri**. La lunghezza di riga viene spesso confusa con la **giustezza** tipografica, che è la larghezza della **colonna** stessa. Tuttavia, quando un carattere è allineato a sinistra (o a bandiera destra), ad esempio, le righe dei caratteri solo raramente riempiono l'intera misura. Lo stesso vale per l'**allineamento a destra** e per i caratteri centrati. Soltanto nel caso di caratteri giustificati la lunghezza di una riga corrisponde alla giustezza stessa.

Ing: LINE LENGTH
Fr: LONGUEUR DE LIGNE
Ted: ZEILENLÄNGE
Sp: LONGITUD DE LÍNEA

Design: Tassinari/Vetta

PERPETUA SMALL CAPS

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

MAIUSCOLETTI

Lettere maiuscole aventi proporzioni e peso *del tratto* che le rendono compatibili con le lettere minuscole di un tipo di **carattere**. I maiuscoletti si usano spesso all'interno di una riga di caratteri per la stessa ragione per cui vengono usati i **numeri di allineamento**, cioè perché siano meno invadenti di quelli alternativi. Quando si cita una sigla nel mezzo di una frase, ad esempio, una stringa di lettere maiuscole potrebbe distrarre. Un altro vantaggio dei maiuscoletti è che le loro proporzioni permettono la **leggibilità** anche di piccoli formati.

Ing: SMALL CAPITALS/CAPS
Fr: PETITES CAPITALES
Ted: KAPITÄLCHEN
Sp: VERSALITA

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; **Direttori creativi:** Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi



MARGINE/I

Aree lungo i quattro lati di una pagina che solitamente incorniciano il **corpo del testo** e/o un particolare **layout**. Elementi come i numeri delle pagine, le note a piè di pagina e le **didascalie**, vengono spesso stampati ai margini. I margini che si trovano lungo il dorso di una pubblicazione rilegata a volte vengono chiamati margini di **rilegatura**.

Ing: MARGIN
Fr: MARGES
Ted: SEITENRAND
Sp: MARGEN

Studio grafico: Latveria Design



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



MARGINE INTERNO

Lo spazio fra due **colonne di caratteri**, o più genericamente, fra due colonne qualsiasi del **layout**. Il margine interno a volte viene usato per descrivere la stretta striscia di una pagina lungo il bordo della **rilegatura**, o l'area dove due strisce di questo tipo si incontrano tra due **pagine affiancate**.

Ing: GUTTER

Fr: GOUTTIÈRE

Ted: SPALTENABSTAND

Sp: MEDIANIL

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; **Direttori creativi:** Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



METAFORA

Descrizione o espressione di un concetto mediante un altro. Nella grafica le metafore possono comprendere componenti testuali, come quando una frase spiritosa collega un'immagine a un concetto apparentemente non pertinente. Metafore puramente visive sfruttano connotazioni generalmente associate a una o più immagini trasferendole su un'altra. Spesso ciò si attua usando *immagini fuse*, che si ottengono "fondendo" due o più immagini in modo da facilitare un tale trasferimento di significato. Le immagini di una penna e di una pistola, ad esempio, si possono combinare per suggerire il potere della parola scritta.

Ing: METAPHOR
Fr: MÉTAPHORE
Ted: METAPHER
Sp: METÁFORA

Design: Achab Group; Art director: Veronica Palasgo;
Illustrazioni: Lucio Schiavon; Copywriter: Ugo
Rebeschini; Cliente: Comprensorio C6 Val di
Non (Trento)

MEZZITONI

Immagine ottenuta con la **scala dei grigi** in cui l'intera gamma tonale è stata convertita in una griglia di minuscoli punti neri, o **schermi di mezzitoni**. Aree più scure dell'immagine vengono rappresentate da macchie di punti più grandi di quelli usati per rappresentare aree più chiare. I mezzitoni corrispondenti a ogni **canale** vengono combinati per simulare l'intero spettro dei colori visibili quando si stampa con **processo a quattro colori**.

Ing: HALFTONE
Fr: SIMILI
Ted: HALBTON
Sp: MEDIO TONO

Design: Joele Lucherini per STUDIONO



MODELLO DI COLORE

Sistema in cui il **colore** viene definito in modo assoluto mediante poche componenti di colore che, quando elaborate, possono essere usate per creare un ampio spettro cromatico. **RGB** e **CMYK** sono i due modelli di colore più noti, sebbene ne esistano anche altri. L'**HSB**, ad esempio, utilizza caratteristiche cromatiche associate alla tradizionale **ruota dei colori** dei pigmenti: **tonalità**, **saturazione** e **luminosità**. Il modello di colore **LAB color model** si basa sulle coordinate usate nella **colorimetria**. Viene spesso confuso con lo **spazio colore**, che è la gamma di colori prodotta da un particolare visualizzatore o strumento di stampa all'interno di uno specifico modello cromatico. Una stampante a getto d'inchiostro e una stampante professionale usano entrambe il modello di colore **CMYK**; la gamma di colori **CMYK** prodotta da ogni stampante rappresenta un particolare **spazio colore** all'interno del più ampio modello di colore **CMYK**.

Ing: COLOR MODEL
Fr: MODÈLE COLORIMÉTRIQUE
Ted: FARBMODELL
Sp: MODELO DE COLOR

Design: Alfredo Carlo



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



MODERNISMO

Più un insieme di movimenti che un movimento unico, il Modernismo si impose intorno al 1907, assieme al **Cubismo** e al suo rifiuto per le forme naturali a favore dell'astrazione. Nei 100 e più anni a seguire, il design modernista è stato interpretato e reinterpretato in tutto il mondo, assumendo una grande varietà di forme diverse, alcune molto più vicine ai suoi tratti distintivi originali (ad es., un uso rigido di **griglie**, **caratteri senza grazie**, **spazi bianchi** generosi, ecc.) che altre. Per ogni "regola" del Modernismo esistono innumerevoli eccezioni. Ciononostante, si possono trovare fili conduttori comuni, tra cui la preferenza per la comunicazione visiva funzionale e la tendenza a guardare ottimisticamente al futuro.

Ing: MODERNISM
Fr: MODERNISME
Ted: MODERNE
Sp: MODERNISMO

Design: Alvin Lustig, www.alvinlustig.com; **Foto:** Elaine Lustig Cohen



MONOCROMATICO (EFFETTO)

È una **paletta di colori** compresa tra le **sfumature** e le **tinte** di una singola **tonalità**. Nelle immagini monocromatiche, la variazione tonale viene rappresentata secondo differenze di **saturazione** e **luminosità**; le immagini comprese nella **scala dei grigi** sono monocromatiche e presentano una paletta di colori compresa fra il grigio, il bianco e il nero.

Ing: MONOCHROMATIC
Fr: MONOCHROMATIQUE
Ted: MONOCHROMATISCH (EINFARBIG)
Sp: MONOCROMÁTICO

Design: Heads Collective

MONOSPAZIO

Termine usato per descrivere **caratteri** tutti della stessa larghezza. Il tipo di **caratteri** risultante ricorda quello creato dalle macchine da scrivere. Vedi anche **proporzionale**.

Ing: MONOSPACED
Fr: CARACTÈRES À CHASSE CONSTANTE
Ted: DICKTENGLICH
(NICHTPROPORTIONALE SCHRIFT)
Sp: MONOESPACIADA

Design: Heads Collective

MONTAGGIO

Vedi **collage** e **fotomontaggio**.



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



MULTIMEDIA

Termine usato per descrivere media il cui contenuto viene trasmesso in più di un modo. Un singolo sito web, ad esempio, può integrare testi (e ipertesti) e immagini statiche con materiali audio e video, il tutto vertendo su un unico argomento. Il termine può anche essere usato per descrivere strumenti che supportano i contenuti e la trasmissione dei multimedia, o per dispositivi come i videogiochi con cui gli utenti possono interagire.

Ing: MULTIMEDIA
Fr: MULTIMÉDIA
Ted: MULTIMEDIA
Sp: MULTIMEDIA

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

NOTE CONCLUSIVE

Vedi [pagine finali](#).



NUMERI E LETTERE DI ALLINEAMENTO

Set di numeri che hanno stessa o simile altezza di una lettera maiuscola di un dato tipo di carattere. Poiché possiedono anche larghezza di carattere costante e sono appoggiati lungo la **linea di base**, vengono spesso usati nelle tabelle, dove il loro **allineamento** può essere gradevole a vedersi. Vedi anche **numeri e lettere in stile antico**.

Ing: LINING NUMERALS/FIGURES
Fr: CHIFFRES ARABES
Ted: MAJUSKELZIFFERN
(TABELLENZIFFERN)
Sp: NÚMEROS DE CAJA ALTA

Design: Omnidadvert

Old-style: 0123456789

NUMERI E LETTERE IN STILE ANTICO

Insieme di numeri che hanno proporzioni comparabili alle lettere minuscole di un dato **carattere tipografico**. Come per i **maiuscoletti**, i numeri in stile antico sono spesso usati all'interno di una riga di caratteri poiché meno invadenti dei **numeri di allineamento**.

Ing: OLD-STYLE NUMERALS/FIGURES
Fr: CHIFFRES SUSPENDUS
Ted: MEDIÄVALZIFFERN
Sp: NÚMEROS ELZEVIRIANOS



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

n-pol.
t-tro
f-st'v
l-t'



LINEA DERMOCOSMETICA
delle Terme di Salsomaggiore



La linea dermocosmetica termale delle Terme di Salsomaggiore, è il risultato di un accurata ricerca e di una lunga tradizione.

Già negli anni Venti, infatti, la Società Anonima Regie Terme, consapevole della straordinaria ricchezza delle acque salsobromioiodiche, estriveva sostanze e sali minerali per formulare specialità farmaceutiche, igieniche e cosmetiche.

Le Terme di Salsomaggiore, di fronte al cambiamento ed alle rinnovate esigenze del loro numeroso pubblico, hanno creato la linea cosmetica completa per la cura del viso, del corpo e per l'igiene della bocca coinvolgendo scienze naturali come la fitoterapia e l'aromaterapia.

Una linea ricca di acqua termale salsobromioiodica, di principi attivi vegetali, di fitoestratti ed oli essenziali, allineata alle nuove filosofie naturali



OCCHIELLO

Spazio chiuso, sia completamente (come nella lettera o) sia parzialmente (come nella lettera c), all'interno di un **glifo**. A volte viene anche usato più genericamente nel senso di spaziatura, con riferimento allo spazio tra **glifi** vicini. Vedi anche **spazio negativo**.

Ing: COUNTER
Fr: CONTREPOINÇON
Ted: PUNZE
Sp: CONTRAFORMA

Design: Tassinari/Vetta

ORFANO

Una o due righe separate dal paragrafo principale di cui fanno parte, che si trovano in testa (se iniziano il paragrafo) o al piede (se lo concludono) di una **colonna** di testo. Gli orfani possono essere evitati in diversi modi, il più comune è con la spaziatura delle lettere e la **sillabazione**. Vedi anche **vedova**.

Ing: ORPHAN
Fr: ORPHELINE
Ted: SCHUSTERJUNGE
Sp: HUÉRFANA

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



PACKAGING DESIGN

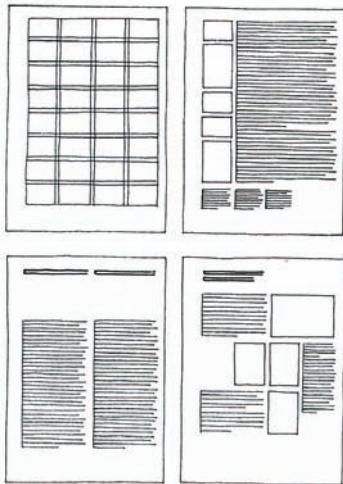
Da un punto di vista grafico, il package design (il design di imballaggi) è la creazione di contenitori che proteggono e mettono in mostra i prodotti durante le fasi di distribuzione, immagazzinaggio, vendita e utilizzo. **Loghi** e **logotipi**, assieme ad altri elementi visivi (o tattili) del **branding**, hanno un ruolo centrale nel package design, sebbene le considerazioni estetiche siano solo il primo passo. Altri fattori importanti sono la sicurezza (come i flaconi di pillole a prova di bambini), l'economia (il numero di scatole che un container standard può contenere), e la facilità nell'utilizzo (per rendere agevole l'apertura dell'imballaggio), per citarne alcuni.

Ing: PACKAGING DESIGN
Fr: DESIGN DE PACKAGING
Ted: VERPACKUNGSDESIGN
Sp: DISEÑO DE EMBALAJE

Art director: Fabio Gamberini per D-SIGN



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



PAGINA MASTRO

Matrice usata nelle applicazioni di impaginazione per assicurare in tutto il documento una disposizione uniforme della **griglia**, delle **colonne** di testo, e di altri consueti elementi del **layout**. Pagine mastro multiple possono essere utilizzate all'interno di un documento singolo, ognuna corrispondente a una diversa sezione o stile di layout. Quando si usano pagine mastro, la numerazione delle pagine viene di solito eseguita automaticamente.

Ing: MASTER PAGE
Fr: PAGE TYPE
Ted: MUSTERSEITE
Sp: PÁGINA MAESTRA

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; **Direttori creativi:** Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi



PAGINE AFFIANcate

Due pagine affiancate qualsiasi di una pubblicazione rilegata. Applicazioni per i **layout** come Adobe InDesign® permettono ai grafici di creare documenti sia su una singola pagina sia su pagine affiancate. Vedi anche **recto/verso**.

Ing: FACING PAGES
Fr: PAGES EN REGARD
Ted: DOPPELSEITEN
Sp: PÁGINAS ENFRENTADAS

Design: Latveria Design

520 LE STRADE DEL MISTERO DI BOLOGNA

NOTIZIE SULL'AUTORE

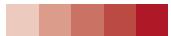
Nathalie Anne Dodd è nata a Parigi e vive a Bologna, dove svolge l'attività di editor e scrittrice. Ha curato testi di architettura, design, grafica e moda per le edizioni Logos, testi di narrativa per Art e Pendragon e di teologia per Lombar Key. È autrice di Il Feng Shui nella vita moderna e Il giardino Feng Shui per De Vecchi. Pensare e sorridere per Lombar Key, Bologna Grimondale e Le strade del mistero di Bologna per Newton Compton. Inoltre ha pubblicato articoli per Electa, per le riviste di moda Collezioni ed è coordinatrice editoriale della rivista di architettura Progetto.

PAGINE FINALI

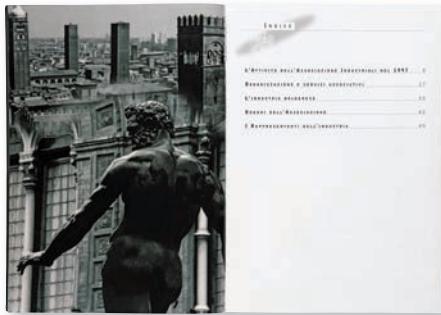
Sezione di un libro successiva al testo principale, come le appendici, la bibliografia, il glossario, le note e così via. Vedi anche **pagine iniziali**.

Ing: END MATTER
Fr: PARTIES ANNEXES
Ted: ANHANG
Sp: PÁGINAS FINALES

Studio grafico: Sara Muzio



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



PAGINE INIZIALI

Sezione di un libro che precede il testo principale, come ad esempio il frontespizio, l'antiporta (un'illustrazione o decorazione artistica presente nella pagina opposta al frontespizio), l'indice, l'elenco delle immagini e delle tabelle, la prefazione e simili. Vedi anche **pagine finali**.

Ing: FRONT MATTER
 Fr: PAGES LIMINAIRES
 Ted: TITELEI
 Sp: PÁGINAS PRELIMINARES

Design: Armando Chitolina

PALETTE DI COLORI

Insieme di colori definito sia da un medium particolare, come la palette 216-color web-safe, o da grafici e artisti, per un progetto specifico. Apposite palette di colori spesso vengono create usando le relazioni indicate dalla **ruota dei colori**.

Ing: COLOR PALETTE
 Fr: PALETTE DES COULEURS
 Ted: FARBPALETTE
 Sp: PALETA DE COLORES

LIZART comunicazione visiva; **Art director:** Simonetta Scala; **Designer:** Maria Chinaglia, Simonetta Scala

PANTONE MATCHING SYSTEM (PMS)

Vedi **sistema di abbinamento dei colori**.



PEDICE/I

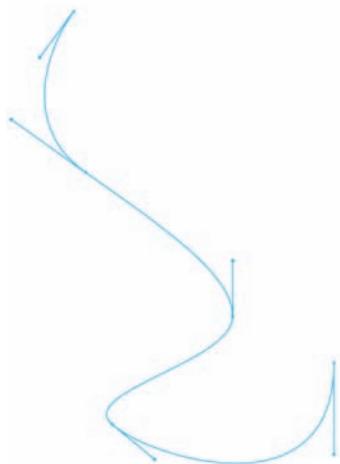
Insieme di **caratteri** di formato inferiore rispetto a quelli del testo principale, generalmente centrati lungo la **linea di base**. I pedici, detti anche *caratteri deponenti*, vengono spesso utilizzati per le notazioni matematiche e per varie espressioni scientifiche. Pedici creati con scale inferiori di un carattere standard avranno un peso del tratto più leggero del tipo di carattere circostante, il che può generare distrazione. Come regola pertanto, i tipografi e i grafici preferiscono usare i caratteri pedici specifici di una data **font**, quando disponibili.

Ing: SUBSCRIPT
 Fr: INDICE
 Ted: TIEFGESTELLTE SCHRIFTZEICHEN
 Sp: SUBÍNDICE

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



PERCORSO/I

Serie di **curve di Bézier**, o vettoriali, usate dai software grafici per descrivere le forme di vari elementi grafici, inclusi i **caratteri**. Essendo dei vettoriali, i percorsi possono essere molto ingranditi senza sacrificare la **risoluzione**.

Percorsi designati dall'utente vengono comunemente utilizzati per "ritagliare" una parte specifica di una fotografia digitale e collocarla su un'altra, come quando si usa Photoshop per inserire una persona all'interno di una fotografia o per eliminarla.

Ing: PATH
Fr: CHEMIN
Ted: PFAD
Sp: TRAZADO

Design: Alfredo Carlo

Cm. Pica



PICA

Unità di misura tipografica assoluta equivalente a 12 **punti**. Un pica equivale a 0,166 pollici e a 4,233 mm. Un *pica em* è uno spazio pica uno, un sesto di pollice, in larghezza.

Ing: PICA
Fr: POINT PICA
Ted: PICA
Sp: PICA

Studio grafico: Sara Muzio



PIEGHEVOLE A FISARMONICA

Foglio di carta di cui ogni facciata (sei o più) viene piegata in direzione opposta a quella della facciata contigua. Due pieghe eseguite in tale modo producono una fisarmonica di sei facciate, o sei pagine, cioè tre facciate per ogni lato del foglio; tre pieghe creano una fisarmonica con otto facciate, e così via. È anche chiamato *concertina*.

Ing: ACCORDION FOLD
Fr: PLI ACCORDÉON
Ted: LEPORELLO
Sp: PLEGADO EN ACORDEÓN

Autore: Manuela Marchesan per le MagnificeEditrici



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



PIEGHEVOLE A PORTAFOGLIO

Pieghe alternate parallele realizzate con un foglio di carta, in modo che la serie di facciate che ne risulta si ripieghi o si "arrotoli" su se stessa. Per far sì che ogni facciata si inserisca bene dentro le altre, quelle esterne sono progressivamente più larghe (misurate da piega a piega o da **margine** a piega) rispetto alle facciate adiacenti più vicine all'interno. Vengono anche chiamate *roll folds*. Vedi anche **pieghevole a fisarmonica**.

Ing: BARREL FOLD
 Fr: PLI ROULÉ
 Ted: WICKELFALZ
 Sp: DOBLADO TIPO ROLLO

Autore: Manuela Marchesan per le Magnifiche Editrici



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

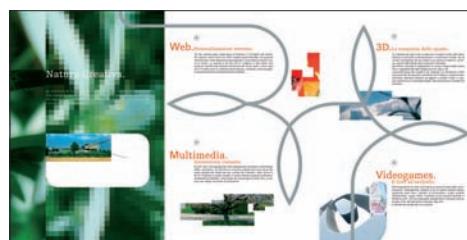


PITTOGRAMMA

Icona o simbolo usato in modo che il suo significato sia immediatamente comprensibile al di là di linguaggi e barriere culturali. Pittogrammi efficaci fanno parte di un sistema standardizzato, che sottostà a numerose convenzioni e linee-guida, come è accaduto ad esempio per i Giochi Olimpici, per i quali è stata creata un'intera collezione, o nel caso dei segnali stradali riconosciuti internazionalmente. L'interpretazione dei pittogrammi si basa sul contesto. Il segnale di Ritiro bagagli utilizzato in molti aeroporti, ad esempio, è una semplice icona finché non viene collocato nel contesto di un aeroporto o di altri luoghi di transito. Si potrebbe usare la stessa icona in un sito web in cui si vendono valige: in questo caso, sebbene il significato come icona rimanga lo stesso, il suo significato come pittogramma sarebbe del tutto diverso.

Ing: PICTOGRAM
Fr: PICTOGRAMME
Ted: PIKTOGRAMM
Sp: PICTOGRAMA

Design: Emporio Adv



PIXEL

Elemento base usato da molti tipi di display digitali per rappresentare le immagini; il nome pixel deriva dalla combinazione di *picture* (quadro, immagine) ed *element* (elemento). I pixel si trovano disposti su una **griglia** bidimensionale, essendo ognuno di essi un campione del **punto** corrispondente nell'immagine originale; la **risoluzione** di un'immagine è una funzione della densità di una **griglia**. Nei display che impiegano il sistema di colori **RGB**, il colore visualizzato da ogni pixel è il risultato del valore numerico di rosso, verde e blu a esso assegnato.

Ing: PIXEL
Fr: PIXEL
Ted: PIXEL (BILDPUNKT)
Sp: PÍXEL

Design: DSF-DESIGN; Art director: Carlo Del Sal-Carlo Facchin; Cliente: ABA Bibione

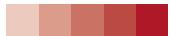


POSTERIZZAZIONE

Effetto che si produce quando la gamma dei **colori** (o dei grigi) disponibili è insufficiente per riprodurre sia su schermo sia su stampa un'immagine contenente aree di graduale cambiamento tonale. Ciò accade quando, per esempio, un'immagine viene convertita in *GIF 256-color* per utilizzarla come semplice grafica web. La posterizzazione può anche essere eseguita deliberatamente usando software di trattamento immagini per convertire toni progressivi in un numero limitato di discrete campiture di colore, creando in questo modo interessanti effetti visivi simili a quelli dei tradizionali poster grafici.

Ing: POSTERIZATION
Fr: POSTERISATION
Ted: POSTERISATION
Sp: POSTERIZACIÓN

Foto: MP foto&grafica



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



POST-MODERNISMO

Sorto soprattutto come reazione all'approccio a volte dogmatico del **Modernismo**, il Post-Modernismo prese forma negli anni Sessanta e si impose all'attenzione internazionale negli anni Ottanta. Laddove i modernisti voltarono la schiena in larga misura al passato, i post-modernisti celebrarono gli stili storici e le loro tendenze decorative, reinterpretandoli e combinandoli in modi inaspettati, spesso scherzosi. Tra le caratteristiche visive utilizzate, sono presenti forme tipografiche come la spaziatura delle lettere, una disposizione apparentemente casuale di elementi, **collage** complicati, **palette di colori** pastello e molte altre.

Ing: POST-MODERNISM
Fr: POSTMODERNISME
Ted: POSTMODERNE
Sp: POSTMODERNISMO

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



PROCESSO A QUATTRO COLORI

Tecnica di stampa in cui l'intero spettro dei colori viene approssimato usando schermi singoli di **mezzitoni**, anche chiamati *separazioni di colori*, per ognuno dei quattro **colori di processo**: ciano, magenta, giallo e nero. Ogni colore viene stampato come un disegno di piccoli puntini di varia dimensione e densità. Poiché i quattro colori di processo combinati a coppie, producono i **colori primari additivi**, (rosso, verde e blu), che corrispondono ai tre differenti tipi di recettori della luce dell'occhio umano, l'effetto finale di "colore pieno" è assai convincente. Vedi anche **CMYK** e **mezzitoni**.

Ing: FOUR-COLOR PROCESS
Fr: QUADRICHROMIE
Ted: VIERFARBDRUCK
Sp: CUATRICOMÍA

Design: Donna S. Atwood, www.atwooddesign.com



PROPORZIONALE

Termine usato per descrivere un insieme di **caratteri** di cui ognuno ha una larghezza specifica, a differenza di quelli **monospazio**, che possiedono tutti la stessa larghezza.

Ing: PROPORTIONAL
Fr: CARACTÈRES À CHASSE VARIABLE
Ted: PROPORTIONALSCHRIFT
Sp: PROPORCIONAL

Design: Joele Lucherini per STUDIONO



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

“Tanto tempo fa in una landa desolata, viveva una piccola...”

“Tanto tempo fa in una landa desolata, viveva una piccola...”

• L'indirizzo del Sig. Rossi

• L'indirizzo del Sig. Rossi

PUNTEGGIATURA ESTERNA

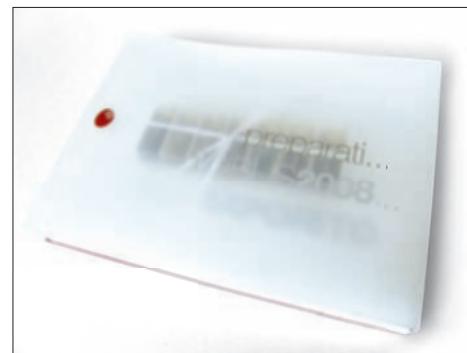
Segni di interpunkzione collocati leggermente al di fuori di un blocco di **caratteri**, in modo da migliorare l'**allineamento visivo**. **Virgolette aperte** e **punti elenco** vengono a volte collocati in modo da sporgersi sul **margine sinistro**, mentre virgolette chiuse e **trattini** possono essere collocati sul margine destro. La punteggiatura esterna richiede un tocco delicato, poiché l'obiettivo è ottenere una resa tipografica ordinata, non attirare l'attenzione su ogni elemento specifico. Anche caratteri che non siano d'interpunkzione possono essere collocati al di fuori di un dato blocco di caratteri per ottenere l'allineamento visivo, come quando il rimando a una nota a piè di pagina o a una citazione viene inserito in una colonna di numeri allineati decimalmente. Vengono anche chiamati *caratteri esterni*.

Ing: HANGING PUNCTUATION

Fr: PONCTUATION MARGINALE

Ted: SATZKANTENAUSGLEICH

Sp: PUNTUACIÓN VOLADA



PUNTI DI SOSPENSIONE

Segno d'interpunkzione formato da una serie di tre **punti**, usato per indicare alcune porzioni di testo che sono state omesse, ad esempio quando parte di una citazione diretta è utilizzata al posto dell'intera citazione, o è incompleta (come un pensiero interrotto alla fine di una frase). Ogni **carattere** possiede specifici punti di sospensione. Usando questo carattere piuttosto che una serie di tre punti si elimina il rischio che la serie si spezzi in corrispondenza di un'**interruzione di linea**. D'altro canto, spazi precisi possono essere realizzati solo adottando punti singoli. Molti manuali di stile raccomandano uno spazio prima e uno dopo i punti di sospensione, considerandoli come se fossero una parola, ma i tipografi spesso preferiscono evitarli.

Ing: ELLIPSIS

Fr: POINTS DE SUSPENSION

Ted: ELLIPSE (AUSLASSUNGSPUNKTE)

Sp: PUNTOS SUSPENSIVOS

Design: Omnidadvert

PUNTO ELENCO

Carattere tipografico usato per lo più per evidenziare le voci di un elenco, sebbene a volte venga anche impiegato per separare brevi linee sequenziali di **caratteri**, come un indirizzo in un'intestazione. In entrambi i casi, si deve lasciare uno spazio tra il **punto elenco** e i caratteri. I punti elenco sono generalmente inclusi nelle **font simboli** e **dingbats**. Vedi anche **punteggiatura esterna**.

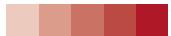
Ing: BULLET

Fr: PUCE

Ted: AUFZÄHLUNGSPUNKT

Sp: BOLO

Design: Lunagrafica



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

17[^] edizione
COSTRUIRE IL TEMPO
Cividale del Friuli - 19/27 luglio 2008

MITTELFEST '08

FRAGILI FUTURI

FESTIVAL DI PROSA, MUSICA, DANZA, POESIA, ARTI VISIVE E MARIONETTE DEI PAESI DELLA MITTELEUROPA

PUNTO FOCALE

Elemento grafico di un **layout** che cattura per primo l'attenzione dell'osservatore: è l'area da cui inizia il **flusso visivo**. I punti focali possono essere creati con una grande varietà di strumenti, tra cui il **colore**, la **scala** e la **composizione**. In particolare la pubblicità trae spesso beneficio dall'avere un unico punto focale non ambiguo.

Ing: FOCAL POINT
 Fr: POINT CENTRAL
 Ted: FOKUS
 Sp: PUNTO FOCAL

Design: SINTESI; **Cliente:** Mittelfest Summer Festival;
Art director: Andrej Pisani



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

48-point
36-point

24-point

18-point

14-point

12-point

10-point

8-point

PUNTO/I/DIMENSIONI DEL PUNTO

Nella **tipografia** il punto è un'unità di misura assoluta; un punto di PostScript equivale a 1/72 di pollice, corrispondente a 0,35277 mm. La dimensione del punto si riferisce alla grandezza del tipo di **caratteri**, misurata in punti. Tuttavia, sebbene il punto sia una misura assoluta, le dimensioni reali di un carattere di una data misura di punti varieranno a seconda del carattere in questione. Ciò perché le dimensioni di un punto furono originariamente determinate non dalla misura dei caratteri stessi ma dai blocchi di metallo su cui erano fusi. Nei caratteri digitali, il rapporto fra dimensioni del punto e dimensioni del carattere è ancor più complesso. Vedi anche **pica**.

Ing: POINT/POINT SIZE

Fr: CORPS

Ted: PUNKT/PUNKTGRÖSSE

Sp: PUNTO/TAMAÑO DE PUNTO



RECTO/VERSO

Termine usato per riferirsi al lato destro e sinistro delle pagine di un insieme di **pagine affiancate**. La pagina di destra è chiamata recto, la pagina di sinistra verso. In senso stretto, i termini si riferiscono ai lati opposti della stessa pagina, di cui il recto è il fronte e il verso è il retro.

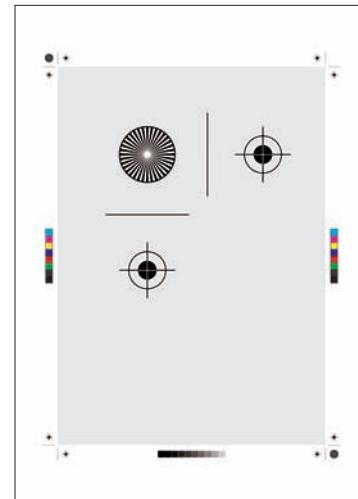
Ing: RECTO/VERSO

Fr: RECTO VERSO

Ted: RECHTE/LINKE SEITE (VORDER-/RÜCKSEITE)

Sp: RECTO/VERSO

Design: Teikna; Art director: Claudia Neri



REGISTRO

Allineamento preciso di tutti gli strati di inchiostro per un determinato lavoro. Idealmente ogni successiva applicazione di inchiostro viene allineata con l'applicazione precedente; colori differenti si sovrappongono o incontrano esattamente nel punto previsto. Nella pratica può avvenire qualche variazione, chiamata *fuori registro*, risultante ad esempio dalla distensione della carta o da problemi con la macchina da stampa. In molti casi, le conseguenze del fuori registro possono essere attenuate con il **trapping** o la **sovristampa**.

Ing: REGISTRATION

Fr: REPÉRAGE

Ted: REGISTERHALTIGKEIT

Sp: REGISTRO

Design: Alfredo Carlo



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



RETINO

Sistema di approssimazione ai **colori** reali di un'immagine digitale che usa i soli colori disponibili di una data palette. Quando un'immagine digitale viene convertita nel sistema *web-safe*, ad esempio, un insieme specifico di 216 colori diversi (la *web-safe color palette*) viene adottato per emulare i colori dell'immagine originale. Ciò si effettua creando una specie di mosaico di **pixel** sullo schermo del computer, o di **punti** nel caso di stampanti digitali. Un mosaico di pixel/punti rossi e gialli può essere utilizzato per ottenere l'arancione, ad esempio. Sebbene alcune sfumature risultino sacrificate da questo procedimento, la retinatura è utile per uniformare bordi dentellati indesiderabili che possono apparire lungo i campi di colore adiacenti. Vedi anche **posterizzazione**.

Ing: DITHER
Fr: TRAMAGE ALÉATOIRE
Ted: DITHERING
Sp: DIFUMINADO

Design: Alfredo Carlo

REVERSE/REVERSE OUT

Termine usato per descrivere **caratteri** stampati prodotti applicando l'inchiostro all'interno e sui contorni di ogni carattere, piuttosto che sui tratti veri e propri. Di conseguenza, il carattere stampato ha il **colore** della carta usata e non dell'inchiostro. Lo stesso effetto si può ottenere sullo schermo del computer rendendo il colore del carattere uguale a quello dello sfondo, e ponendo i caratteri su una campitura di colore diverso. Il peso di un carattere di colore chiaro, specialmente se è piccolo, sembra diminuire quando posto su uno sfondo scuro, cosicché un tipo di carattere più grande e pesante è spesso necessario per ottenere **leggibilità**.

Ing: REVERSE/REVERSE OUT
Fr: INVERSION
Ted: NEGATIVE SCHRIFT
Sp: TIPO EN NEGATIVO

Design: SINTESI; Cliente: Brionvega BV Srl;
Art director: Andrej Pisani; Copywriter: Rino Lombardi; Fotografo: Giuliano Koren

RGB

Abbreviazione di "red, green e blue" (rosso, verde e blu), i tre colori usati per visualizzare elementi grafici sullo schermo dei computer o su altri dispositivi digitali. Il rosso, il verde e il blu sono chiamati *colori additivi primari*: combinati assieme in eguali proporzioni, formano la luce bianca. Essi corrispondono anche ai tre differenti tipi di recettori della luce nell'occhio umano. Vedi anche **CYMK**.

Ing: RGB
Fr: RVB
Ted: RGB
Sp: RGB

Design: Joele Lucherini per STUDIONO



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

CONVENZIONE CON IL SERVIZIO SANITARIO NAZIONALE
Le cure in convenzione col Servizio Sanitario Nazionale e le diagnosi più comuni del D.M. 15/12/1994

Diagnosi artroneumatica • 12 fanghi + 12 bagni o 12 bagni terapeutici (osteoblastico ed altre forme degenerative, reumatismo cronico).

Diagnosi ginecologica • 12 irrigazioni con bagni, leucosie, sclerosi dolorosa del connettivo pelvico di natura cicatriziale e involutiva, leucorrea persistente da vagino croniche specifiche e distruttive).

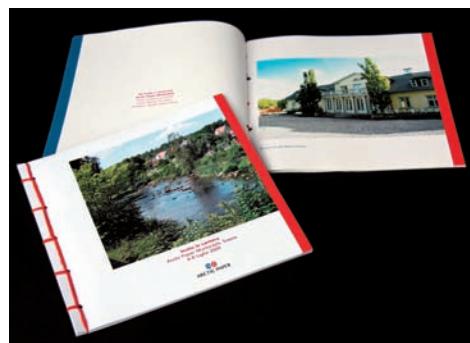
Diagnosi respiratoria (1) • 24 cure inalatori (rinite vasomotoria, allergico, faringobronchiti croniche, sinusiti croniche e sindromi reseptoristiche bronchiali croniche).

Diagnosi respiratoria (2) • 12 insufflazioni endotimpaniche + 12 cure inalatore (estenosi tubaria, paosinus ningen, otite media secretiva, otite catarrale).

Diagnosi liefologica • 12 bagni con ozono + idroterapia + 12 curenze (EOS + 6 esercizi di respirazione) (patologia di fondo: obesità, oligohipoparatiroidismo, insufficienza renale cronica, varici intestinali, posturismi/intervento chirurgico vascolare periferico).

Tutti i cittadini italiani hanno diritto di usufruire di un ciclo di cure termali all'anno in convenzione con il Servizio Sanitario Nazionale. Per ottenerne uno dei cicli citati, è sufficiente presentarsi alla stazione termale la prescrizione-ricetta redatta dal proprio medico di famiglia sul modello del D.S.T. Il medico dovrà attenerne alle indicazioni del Decreto Ministeriale trascrivendo la diagnosi esatta ed il ciclo di cure corrispondenti.

Il ticket sanitario per il 2009 è quello previsto dal S.S.N., cioè di € 50,00 e di € 3,30 per le persone sopra i 65 anni o sotto i 6 anni con reddito complessivo del nucleo familiare inferiore a € 36.152,00.



RIENTRO

Aggiustamento del **margine** di una o più righe di **caratteri**. I rientri vengono usati soprattutto per indicare l'inizio di un nuovo paragrafo dove il margine della prima riga è visibilmente più grande delle successive. Rientri esterni si utilizzano per aumentare i margini di tutte le righe che seguono la prima in un paragrafo. Altri tipi di rientri possono essere usati per modificare il margine sinistro e/o destro di righe multiple di caratteri, come quelli che circondano un'illustrazione o una fotografia. Rientri di un punto/carattere si impiegano per disporre i margini in modo che corrispondano a un punto specifico o a un carattere della riga precedente.

Ing: INDENT
Fr: COMPOSITION EN ALINÉA
Ted: ZEILENEINZUG
Sp: SANGRÍA

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

RILEGATURA

Uno dei tanti metodi usati per tenere unite le pagine di un libro, rivista, brochure o altre pubblicazioni stampate pagina multiple. Alcune rilegature, come la rilegatura ad anello e quella a pettine, passano attraverso una serie di buchi sulle pagine, e pertanto non sono permanenti. Tra i metodi di rilegatura di questo ultimo tipo si segnalano la **cartonatura**, la **legatura adesiva a doppio ventaglio**, la **pinzatura a sella**.

Ing: BINDING
Fr: RELIURE
Ted: EINBAND
Sp: ENCUADERNACIÓN

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; Direttori creativi: Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi

RILEGATURA PERFETTA

Tipo di **rilegatura** permanente usata di frequente per libri tascabili, in cui le **signature** sono **raccolte** (assembrate in sequenza), molate lungo i bordi rilegati, e incollate con un adesivo alla copertina del libro composta da un unico foglio, formando in questo modo un dorso.

Ing: PERFECT BINDING
Fr: RELIURE SANS COUTURE
Ted: KLEBEBINDUNG
Sp: ENCUADERNACIÓN A LA AMERICANA

Design: Armando Chitolina



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



RILIEVOGRAFIA

Procedimento di *stampo a rilievo* che risale alla Germania del XV secolo e all'invenzione della stampa. Blocchi di **caratteri** ed elementi illustrativi creati "a rovescio" vengono fissati sulla macchina da stampa, affinché la loro immagine si possa leggere correttamente quando trasferita su carta. Le superfici di questi vengono coperte d'inchiostro e pressate contro la carta. La rilievo grafia un tempo si otteneva con caratteri di metallo fuso e di legno, oggi invece si effettua tramite una placca polimerica creata da un file digitale.

Ing: LETTERPRESS
Fr: IMPRESSION TYPOGRAPHIQUE
Ted: HOCHDRUCK
Sp: IMPRESIÓN TIPOGRÁFICA

Design: Omnidadvert



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



RISMA

Una risma è costituita da 500 fogli di una certa qualità di carta nel suo *formato base*. Sebbene esistano molte misure standard, la misura base dei fogli è determinata esclusivamente dalla qualità della carta. In Italia si usano principalmente due formati standard, l'A4 (210x297 mm) e l'A3 (294x420 mm). Il *peso di base* o *peso della risma* si riferisce al peso di una risma di carta. Poiché il peso di base dipende dal formato base della carta, due qualità diverse di carta che hanno lo stesso peso di base possono risultare molto diverse in termini di spessore e peso individuali. Lo spessore di un foglio di carta è il **calibro**. Generalmente parlando, una carta con calibro più basso avrà anche un peso minore di quelle di maggiore calibro. Il termine *grammatura* viene usato per quantificare il calibro della carta rispetto al suo peso.

Ing: REAM
Fr: RAME
Ted: RIES
Sp: RESMA

Designer: Alfredo Carlo



RISOLUZIONE

È la qualità relativa di un'immagine digitale in termini di numero di campioni per unità di misura. I diversi termini utilizzati per descrivere la risoluzione di grafiche digitali sono spesso usati in modo intercambiabile. DPI (*dots per inch*, punti per pollice), è la misura relativa della qualità di uno strumento per la stampa. Ad esempio, stampanti a 300 dpi possono produrre stampe di 300 **punti** uno accanto all'altro nello spazio di un pollice. PPI è invece l'abbreviazione di *pixel per inch*, usata per quantificare la risoluzione del monitor di un computer o di altri display digitali. Infine, LPI, o *lines per inch*, è la misura della frequenza di un **mezzotono**. Sebbene le "linee" siano in realtà file di minuscoli punti, appaiono come righe quando sono stampate una accanto all'altra. Maggiore è la frequenza dello schermo, maggiormente dettagliata sarà l'immagine stampata.

Ing: RESOLUTION
Fr: RÉSOLUTION
Ted: AUFLÖSUNG
Sp: RESOLUCIÓN

Design: Emporio Adv



RITMO

Ripetizione visiva creata con pattern strutturali sottostanti, all'interno e fra vari elementi grafici, come il tipo di **carattere**, le **linee** e le forme. Una riga singola di caratteri, ad esempio, può avere un ritmo particolare grazie a molti tratti verticali, creati con un'attenta spaziatura delle lettere. Poster e copertine di libri spesso usano pattern geometrici per ottenere un ritmo stabile sul quale fare risaltare elementi inaspettati. Su scala più ampia, si possono utilizzare **griglie** che conferiscono un ritmo regolare e riposante alla lettura di un testo lungo.

Ing: RHYTHM
Fr: RYTHME
Ted: RHYTHMUS
Sp: RITMO

Design: SINTESI; Cliente: Brionvega BV;
Art director: Andrej Pisani; Copywriter: Rino Lombardi; Fotografo: Giuliano Koren



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

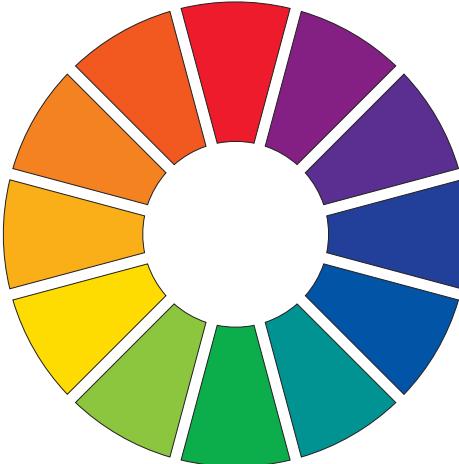


RIVESTIMENTO AD ACQUA

Rivestimento applicato su un intero foglio di carta dopo la stampa, che serve per conferire una patina omogenea (ad es., lucida o opaca) e per proteggere l'inchiostro sottostante da sfregamenti e umidità. La carta non rivestita tende ad assorbire l'inchiostro, dando un aspetto sfuocato alle immagini stampate, mentre la carta rivestita ad acqua evita che l'inchiostro venga assorbito, in modo che le immagini rimangano nitide. I rivestimenti ad acqua vengono usati solitamente per materiali stampati che subiscono una manipolazione intensa, come le riviste e le brochure. Anche le vernici si utilizzano per fini simili, offrendo un'ampia varietà di carte rivestite.

Ing: AQUEOUS COATING
 Fr: PELLICULAGE AQUEUX
 Ted: DRUCKLACK
 Sp: REVESTIMIENTO ACUOSO

Design: Omnidvert



RUOTA DEI COLORI

Spettro dei **colori** rappresentati come segmenti di un circolo. La più nota **ruota dei colori**, utilizzata per mescolare i pigmenti, si basa sui **colori primari**, rosso, giallo e blu, equamente distribuiti lungo la sua circonferenza. Il rosso, il giallo e il blu sono colori puri, non si possono infatti ottenere dalla combinazione di altri. Mescolandoli assieme in varie proporzioni invece, si possono creare tutti gli altri colori. Altre ruote vengono usate per illustrare rapporti analoghi all'interno di altri sistemi di colore, come il modello **RGB**, utilizzato per visualizzare grafiche su schermo. Vedi anche **colori analoghi**, **colori complementari**, **colori primari**, **colori secondari** e **colori terziari**.

Ing: COLOR WHEEL
 Fr: ROUE CHROMATIQUE
 Ted: FARBKREIS
 Sp: RUEDA DE COLORES

Design: Donna S. Atwood, www.atwooddesign.com



SATURAZIONE

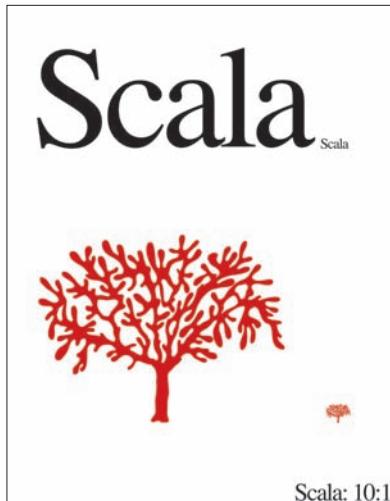
Purezza di un colore in rapporto alla quantità di grigio che contiene. Le **tonalità** pure sono completamente saturate e appaiono brillanti; col decrescere dei livelli di saturazione, un colore risulta sempre più smorzato, pur conservando la stessa tonalità. La de-saturazione può essere ottenuta aggiungendo del colore grigio alla tonalità di base (dando luogo a un **tono**) o mescolandolo con una porzione più piccola del suo complementare (dando luogo a una **sfumatura**). Viene anche chiamata **chroma**; vedi **colore**.

Ing: SATURATION
 Fr: SATURATION
 Ted: SÄTTIGUNG
 Sp: SATURACIÓN

Design: AD. VENTURE Compagnia di comunicazione;
Art director: Franco Mancinelli



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



SCALA

La misura o il peso percepito di un elemento grafico in relazione ad altri dello stesso **layout**. La scala può essere semplicemente una questione di differenze misurate, ad esempio quando un **carattere** più grande viene usato per indicare quali parti di un testo sono più importanti. Spesso, comunque, le differenze di scala sono molto sottili. Oggetti con forme dissimili, ad esempio, tendono a dare l'impressione di una scala diversa anche quando ricoprono geometricamente una stessa area. Anche forme e colori influenzano la scala di un elemento, come pure il contesto; la scala di un oggetto è una funzione di ciò che gli sta attorno.

Ing: SCALE
Fr: ÉCHELLE
Ted: GRÖSSENVERHÄLTNIS
Sp: ESCALA

Design: Alfredo Carlo



SCALA DEI GRIGI

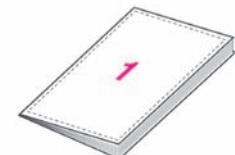
Immagine composta da varie sfumature di grigio, di bianco e di nero. Le fotografie a colori possono essere facilmente convertite in immagini digitali della scala dei grigi, mediante applicazioni di software che traducono il valore di ogni punto nel suo equivalente grigio, dando come risultato un'immagine che simula la fotografia in bianco e nero. Vedi anche **monocromatico**.

Ing: GRayscale
Fr: ÉCHELLE DE GRIS
Ted: GRAUSTUFENBILD
Sp: ESCALA DE GRISES

Design: Armando Chitolina

Verso			
1	10	11	e
2	15	14	3

Recto			
2	15	8	9
4	13	16	1



SEGNATURA

Un insieme di pagine stampate su entrambi i lati di un grande foglio di carta che, una volta piegato e rifilato, avrà orientamento e sequenza corretti per la **rilegatura**. Vedi anche **impostazione tipografica**.

Ing: SIGNATURE
Fr: CAHIER
Ted: BOGENMONTAGE
Sp: PLIEGO

Studio grafico: Sara Muzio



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



SEQUENZA DI CARATTERI

Termine usato per descrivere i caratteri disposti deliberatamente in modo da poter essere letti sia stampati, sia visualizzati su schermo. Si utilizza anche comunemente per riferirsi alle **font** usate per realizzare i caratteri. Vedi anche **composizione tipografica** e **tipografia**.

Ing: TYPE
Fr: CARACTÈRES
Ted: SCHRIFT
Sp: TIPO

Foto: MP foto&grafica



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



SERIGRAFIA

Procedimento di stampa in cui l'inchiostro viene fatto passare sulla superficie del materiale che deve essere stampato, come la carta o la stoffa, attraverso una rete a maglia fine. Una matrice, costituita o da un altro materiale o sigillando la superficie della rete stessa, viene usata per determinare quali aree della superficie da stampare riceveranno l'inchiostro. La tecnica serigrafica si utilizza di frequente nell'industria dell'abbigliamento, ma anche per stampare su superfici irregolari.

Ing: SCREEN PRINTING
Fr: SÉRIGRAPHIE
Ted: SIEBDRUCK
Sp: SERIGRAFÍA

Autore: Paola Saporì per le MagnificheEditrici

SILLABAZIONE
Vedi **H&J**.

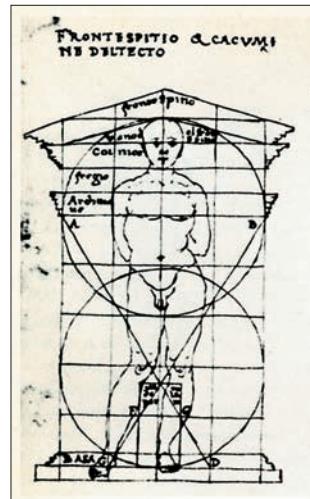


SIMBOLO

Segno grafico che rappresenta qualcosa di diverso rispetto a ciò che viene mostrato. In molte culture, ad esempio, la semplice raffigurazione di un cuore, rosso in particolare, viene usata per simboleggiare affetto o amore. Questo segno non assomiglia all'amore, e somiglia poco persino a un vero cuore. Ma poiché il suo significato è riconosciuto più o meno universalmente, può essere impiegato per comunicare con efficacia. Allo stesso modo, una croce rossa veicola un significato in grado di superare barriere linguistiche e culturali, ma soltanto perché tra chi ne fa uso vige già un implicito accordo sul suo senso. Vedi anche **icona** e **pittogramma**.

Ing: SYMBOL
Fr: SYMBOLE
Ted: SYMBOL
Sp: SÍMBOLO

AIPEM Marketing e comunicazione integrata;
Art director: Daria Biasizzo, Vittoria Turrin; **Copywriter:** Maurizio Clemente; **Account manager:** Carlo Rossi



SIMMETRIA

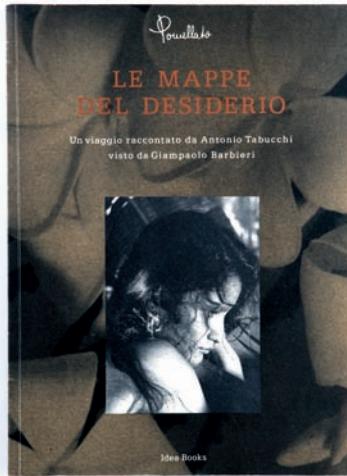
Distribuzione regolare di elementi lungo un asse particolare, spesso orientato verticalmente o orizzontalmente. I **layout** simmetrici sono organizzati in modo che gli elementi siano distribuiti più o meno regolarmente dall'alto in basso e/o da sinistra a destra, e perciò tendono a risultare più convenzionali, comunicando un senso di maggiore stabilità rispetto ai layout asimmetrici. Vedi anche **asimmetria**, **bilanciamento** e **flusso visivo**.

Ing: SYMMETRY
Fr: SYMÉTRIE
Ted: SYMMETRIE
Sp: SIMETRÍA

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



SISTEMA DI COMBINAZIONE DEI COLORI

Uno qualsiasi tra i tanti strumenti standard di riferimento, solitamente disponibile sotto forma di diagramma o di campionario di **colori**, dotato di una destinazione numerica corrispondente usata per specificarli. I grafici usano queste definizioni per assicurarsi che i colori scelti per un particolare progetto siano "tradotti" correttamente durante la fase di stampa. Per ottenere un preciso abbinamento dei colori è importante sapere quale sistema o quali sistemi di combinazione dei colori vengano utilizzati nel servizio di stampa.

Ing: COLOR-MATCHING SYSTEM

Fr: SYSTÈME D'ASSORTIMENT DES COULEURS

Ted: FARBKENNZEICHNUNGSSYSTEM

Sp: SISTEMA DE AJUSTE DEL COLOR

Si ringrazia Trumatch, www.trumatch.com

SOTTOTITOLO

Titolo di livello inferiore usato per spezzare un testo lungo in sezioni, mostrandone la struttura organizzativa e fornendo indizi sulla sua **gerarchia tipografica**. Il modo in cui vengono composti i sottotitoli di una pubblicazione, comprese le dimensioni, il **colore**, i **caratteri**, dovrebbe suggerire quanto un dato livello sia simile o diverso da quelli "sopra" e "sotto" nella gerarchia complessiva. Se *sottotitoli di livello A* vengono utilizzati per i nomi delle città maggiori, ad es., e i *sottotitoli di livello B* riguardano i dati di un censimento, sarebbe auspicabile che i due sottotitoli avessero un aspetto molto diverso. Se, d'altra parte, *sottotitoli di livello B* vengono usati per i nomi di quartieri vicini, la differenza fra il loro aspetto potrebbe essere meno marcata.

Ing: SUBHEAD

Fr: INTERTITRE

Ted: UNTERTITEL

Sp: SUBTÍULO

Design: Armando Chitolina

SOVRASTAMPA

Fusione di inchiostri stampati sopra ad altri in modo che risulti un nuovo **colore**. Nella maggior parte dei casi, quando due elementi grafici si sovrappongono, solo il colore dell'elemento superiore viene stampato, e il suo colore "annienta" quello sottostante. Quando si esegue una sovrastampa invece, i due o più colori di inchiostro si sommano per formare un altro colore.

Ing: OVERPRINTING

Fr: SURIMPRESSION

Ted: ÜBERDRUCKEN

Sp: SOBREIMPRESIÓN

Design: Joele Lucherini per STUDIONO



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



SPAZIO BIANCO

Termine generico usato per descrivere aree di un **layout** lasciate “vuote”, anche se in realtà non sono di colore bianco. Comunque sia lo spazio bianco è parte integrante di un disegno riuscito nella stessa misura in cui lo sono gli elementi grafici; esso è uno spazio attivo, non passivo. Infatti, l’uso efficace di uno spazio bianco conferisce struttura e mantiene un senso di **ritmo** e **bilanciamento** nel layout, più o meno come l’azione reciproca di uno **spazio positivo** e uno **spazio negativo** dinamizza le relazioni fra gli elementi grafici. Vedi anche **griglia**.

Ing: WHITE SPACE

Fr: BLANCS

Ted: WEISSRAUM

Sp: ESPACIO BLANCO

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

SPAZIO COLORE

Vedi **modello di colore**.

SPAZIO EM

Uno spazio della larghezza di un’**em** all’interno di una riga di **caratteri**. Le **font** digitali dispongono di uno spazio em come carattere speciale di larghezza fissa, diversamente dagli spazi creati con la barra spaziatrice, che variano mano a mano che il software compone ogni riga di caratteri.

Ing: EM SPACE

Fr: ESPACE CADRATIN

Ted: GEVIERTABSTAND

Sp: ESPACIO DE CUADRATÍN

Studio grafico: Sara Muzio

SPAZIO EN

Spazio della larghezza di un’**en** all’interno di una riga di **caratteri**. Come per lo **spazio em**, le **font** digitali includono lo spazio en nei caratteri speciali. Poiché è di larghezza fissa, uno spazio en rimane inalterato quando il software compone ogni riga di carattere, diversamente dagli spazi variabili creati con la barra spaziatrice.

Ing: EN SPACE

Fr: ESPACE DEMI-CADRATIN

Ted: HALBGEVIERTABSTAND

Sp: ESPACIO DE MEDIO CUADRATÍN

Studio grafico: Sara Muzio

Tipografia spazio Em spazio En



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



SPAZIO LETTERA

Spazio complessivo tra i **caratteri** all'interno del **corpo del testo**. Lo spazio lettera è particolarmente utile quando si usano **caratteri giustificati**, a causa della loro propensione a creare spazi inopportuni fra le parole, specialmente quando si ha una **giustezza** corta. È spesso confuso con la spaziatura delle lettere, il procedimento che serve per aumentare gli spazi fra caratteri di visualizzazione, accrescendone l'impatto visivo. Vedi anche **tracking**.

Ing: LETTER SPACING
Fr: INTERLETTRAGE
Ted: SPATIONIEREN
Sp: INTERLETRAJE

Design: Armando Chitolina

SPAZIO NEGATIVO

In genere, descrive uno spazio vuoto generato dal rapporto tra due o più elementi grafici e lo **spazio positivo** associato a essi. Spesso lo spazio negativo indica componenti di grandi **layout**, ma può anche servire per descrivere elementi di **tipografia**, quando ad es. alcuni **glifi** producono relazioni di spazi negativi e positivi con quelli vicini. I **loghi**, essendo generalmente piccoli, spesso vengono disegnati ponendo molta attenzione al rapporto fra spazio negativo e positivo. Vedi anche **figure-sfondo** e **spazio bianco**.

Ing: NEGATIVE SPACE
Fr: ESPACE NÉGATIF
Ted: FREIE FLÄCHE
Sp: ESPACIO NEGATIVO

Design: Lunagrafica

SPAZIO POSITIVO

Termine generico usato per descrivere l'area o le aree di un **layout** o di elementi grafici singoli, in cui sono presenti delle forme (le aree vuote invece sono **spazi negativi**). Sebbene lo spazio positivo venga spesso impiegato per definire aspetti di un intero layout, si può usare anche per definire aspetti della **composizione tipografica**, ove alcuni **glifi** producono relazioni di spazi positivi e negativi con i glifi adiacenti. I **loghi**, poiché sono generalmente piccoli, vengono spesso disegnati riservando molta attenzione al rapporto tra spazio positivo e negativo.

Ing: POSITIVE SPACE
Fr: ESPACE POSITIF
Ted: GESTALTETE FLÄCHE
Sp: ESPACIO POSITIVO

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



STAMPA A LAMINA DI PLASTICA

Procedimento attraverso cui una sottile lamina di plastica viene fusa sulla carta attraverso una matrice riscaldata; viene spesso utilizzata per dare enfasi a **loghi**, illustrazioni, **caratteri** e altri elementi grafici. La lamina di plastica è disponibile in un'ampia gamma di **colori** e patine, oltre che con finiture metalliche. Una lamina opaca può essere usata per applicare un colore chiaro a uno sfondo scuro; una lamina traslucida può essere adottata per simulare una **vernice**. Viene anche chiamata *stamp a caldo*.

Ing: FOIL STAMPING
Fr: DORURE
Ted: FOLIENPRÄGUNG
Sp: ESTAMPADO METÁLICO

Design: Emporio Adv



STAMPA AL VIVO

Porzione di elemento grafico, come un'immagine stampata, una riga di **caratteri**, un campo di **colore**, ecc., che si estende al di là del formato della pagina. Gli indicatori di refil vengono usati per indicare la grandezza reale della pagina; qualsiasi elemento stampato al di fuori di questi indicatori sarà refilato dalla pagina. La misura esatta della pagina dipenderà dal grado di precisione della macchina da stampa e della refilatrice.

Ing: BLEED
Fr: FONDS PERDUS
Ted: BESCHNITT
Sp: IMPRIMIR "A SANGRE"

Agenzia di comunicazione e immagine: Brunazzi & Associati, Torino; **Direttori creativi:** Giovanni Brunazzi, Andrea Brunazzi



STANDING CAP

Lettera maiuscola usata come lettera iniziale della prima parola di un capoverso, composta da **punti** di misura superiore a quella dei **caratteri** circostanti, ma appoggiata sulla stessa **linea di base**. Per accrescerne l'effetto, si possono usare maiuscole proprie di un **carattere** molto diverso da quello del **corpo del testo**. Vedi anche **lettere maiuscole iniziali e capolettera**.

Ing: STANDING CAPITAL/CAP
Fr: GRANDE CAPITALE
Ted: STEHENDE INITIALE
Sp: CAPITULAR

Design: Alfredo Carlo



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

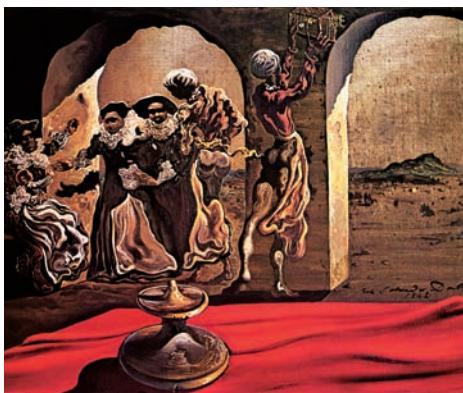


STILE VITTORIANO

Stile decorativo utilizzato in architettura e nel design, spesso molto ostentato, che ebbe inizio in Inghilterra e conobbe una vasta diffusione in buona parte dell'Europa e dell'America, fra il 1820 e il 1900 circa. Lo stile vittoriano fu una risposta alla Rivoluzione industriale e agli eccessi che derivarono dal passaggio dall'artigianato alla produzione di massa. Designer e tipografi non riuscivano a stare al passo con i progressi della tecnologia, e il risultato fu spesso un caotico guazzabuglio di diversi stili provenienti da epoche diverse. All'inizio dell'era vittoriana, una grafica male proporzionata con **caratteri** dal tratto pesante, chiamati *Fat Face*, fu spesso usata per affiancare illustrazioni eseguite rozzamente. Caratteri di dimensioni e stili diversi furono spesso impiegati in un unico, sovrappiuttato **layout**. Verso la fine di quel periodo, tuttavia, iniziò a diffondersi un tocco più leggero e sofisticato.

Ing: VICTORIAN
Fr: STYLE VICTORIEN
Ted: VIKTORIANISCHER STIL
Sp: VICTORIANO

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



SURREALISMO

Movimento artistico europeo del periodo compreso fra il 1920 e il 1930 incentrato su intuizioni, sogni e inconscio, spesso espressi tramite giustapposizioni sorprendenti o inquietanti, illusioni ottiche, ed evidenti violazioni delle leggi della fisica. I grafici trovarono ispirazione non solo nelle tante tecniche usate dai surrealisti, ma anche nel loro approccio sperimentale nel descrivere lo spazio tridimensionale.

Ing: SURREALISM
Fr: SURRÉALISME
Ted: SURREALISMUS
Sp: SURREALISMO

Courtesy: Archivio Baroni, Milano e archivio Brunazzi & Associati, Torino



TAGLIO AL LASER

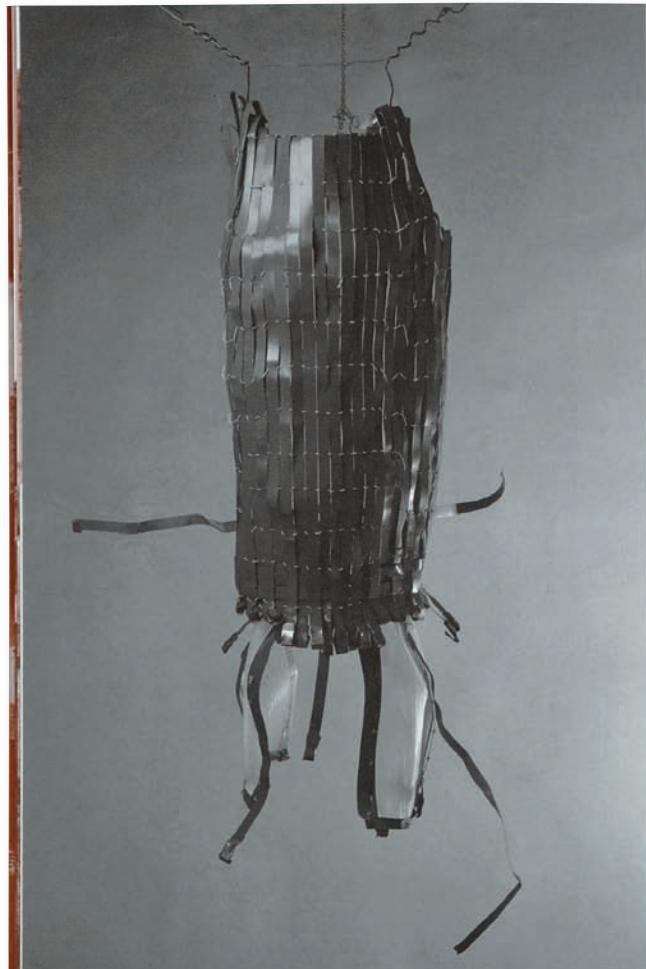
Processo attraverso cui un potente laser guidato da un computer viene usato per incidere o tagliare fogli di carta, legno, plastica e persino alcuni metalli. Il taglio al laser è molto preciso, e consente un maggiore livello di complessità dei dettagli rispetto alla convenzionale fustellatura. Poiché non occorre una matrice di metallo, per tirature molto piccole il taglio al laser può risultare più conveniente e più pratico. I costi possono crescere notevolmente, invece, per lavori estremamente dettagliati o se si devono utilizzare materiali "difficili" come quelli che bruciano, fondono facilmente o sono molto spessi.

Ing: LASER CUT
Fr: DÉCOUPE AU LASER
Ted: LASERSCHNITT
Sp: CORTE LÁSER

Design: Omnidadvert



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



RICCARDO
TONTI

Ulysses

Riccardo Tonti nasce
a Genova nel 1988.
Allievo del maestro
José Guevara, pittore
spagnolo ed importante
esponente del periodo
informale. Si tenuto
corsi di pittura
in varie scuole delle
Province di Pesaro
e Urbino e di Ancona.
Laureando all'Accademia
di Belle Arti di
Macerata dal 2001
partecipa a svariate
esposizioni collettive
in tutta Italia.

1°
primo
classificato

Il lavoro è il rimando alle armature di cuoio
degli antichi greci. Il riferimento colto è il protagonista
dell'Odissea tanto cantata da Omero.

Poeticamente la dimensione di questo viaggio è la storia
intesa come divenire.

Altra dimensione di viaggio è nel trattamento
(intervento in purezza) e nella legatura del materiale che,
tenendo trame in modo geometrico, costante, si dissesta poco
a poco verso confini caotici. Similitudine della vita quindi.
Dimensione tautologica (vita=viaggio) in termini costanti,
disordinati, ordinati, imprevedibili, logorati, leggeri,
ma presenti e forti.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11

Ditta
Metalli Plastificati
Materiale di scarto:
ferro, plastica,
metalli plastificati

08 09

TESTATINA

Dispositivo tipografico utilizzato per dividere un testo lungo nelle sue sezioni principali, come ad esempio i **titoli** dei capitoli di un libro o i titoli dei paragrafi di un dépliant o di un fascicolo. I titoli vengono frequentemente composti con **tutte maiuscole** o con una combinazione di maiuscole e **maiuscoletti**, spesso in **grassetto**. I **sottotitoli** vengono utilizzati per scomporre ulteriormente un testo in base alla sua struttura organizzativa.

Ing: HEADING

Fr: TITRE

Ted: ÜBERSCHRIFT

Sp: TÍTULO

Design: Heads Collective



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



TESTO/CARATTERI CENTRATI

Righe successive di **caratteri** allineati in modo che il punto centrale di ogni riga giaccia su una comune **linea** di riferimento. Poiché i caratteri centrati richiedono una modalità di lettura piuttosto innaturale, sono generalmente riservati a biglietti da visita, inviti e altri materiali contenenti poco testo. Vedi anche **allineamento**.

Ing: CENTERED TYPE/TEXT
Fr: TEXTE CENTRÉ
Ted: MITTELACHSSATZ
Sp: TEXTO O TIPO CENTRADO

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



TESTO/CARATTERI GIUSTIFICATI

Termine comunemente usato per descrivere righe successive di **caratteri** che dipartono dai **punti** lungo una **linea** di riferimento immaginaria comune e che finiscono lungo i punti di un'altra. Tecnicamente, tutte le righe dei caratteri sono giustificate, il che significa che ogni riga viene riempita per l'intera lunghezza della sua misura da una combinazione di caratteri e spazi; la differenza consiste nel decidere dove collocare gli spazi. Ciononostante, l'espressione **caratteri giustificati** è ormai utilizzata ovunque per riferirsi ai casi in cui tutti gli spazi sono collocati tra parole, spingendo i caratteri verso entrambe le estremità della misura. Questo tipo di giustificazione, specie quando usato per una misura piccola, può a volte creare spazi inopportuni, chiamati **canaletti**, che "scorrono" lungo un blocco di caratteri. Vedi anche **allineamento** e **H&J**.

Ing: JUSTIFIED TYPE/TEXT
Fr: TEXTE JUSTIFIÉ
Ted: BLOCKSATZ
Sp: JUSTIFICACIÓN

Design: Armando Chitolina



TEXTURE

Qualità tattile percepita di un elemento grafico o di un **layout**. Sebbene la parola texture (trama) descriva in genere attributi tridimensionali, come quelli della superficie della carta, si usa anche per riferirsi a simili qualità rappresentate o suggerite in un lavoro grafico bidimensionale. Vari pattern e **gradienti**, ad es., possono dare l'impressione di una texture, specialmente se posti in contrasto con elementi lisci e uniformi. Anche alcune tecniche di stampa, come la stampa di un blocco, forniscono texture. Persino una pagina di **caratteri**, con forti **ritmi** verticali e orizzontali, ha una certa texture, determinata dalla disposizione dei caratteri stessi; quando questa è relativamente regolare in una pagina o in un layout, il carattere possiede ciò che i tipografi chiamano "buon colore".

Ing: TEXTURE
Fr: TEXTURE
Ted: STRUKTUR
Sp: TEXTURA

Autore: Manuela Marchesan



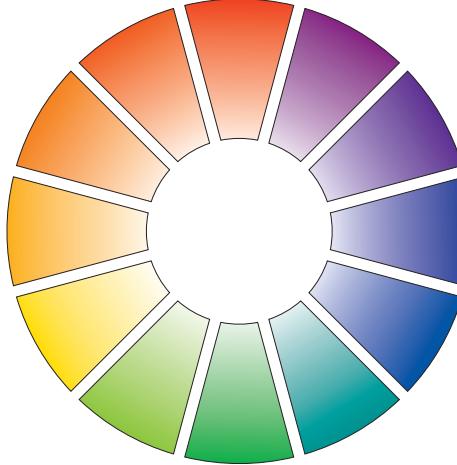
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



THUMBNAIL (MINIATURA)

Termine adottato per descrivere un piccolo bozzetto, spesso di bassa qualità, usato per comunicare rapidamente un concetto. I thumbnail si utilizzano nei primi stadi di un progetto come parte integrante del processo grafico; spesso il disegno finale emerge dalla produzione di molti thumbnail sempre più raffinati. Il termine può anche essere usato per riferirsi a immagini più piccole e a bassa **risoluzione**, che servono come "riempiposto" delle loro versioni ad alta risoluzione. Una galleria di immagini online, ad esempio, potrebbe mostrare dozzine di thumbnail in una singola pagina web, per permettere una rapida visualizzazione e un veloce caricamento della pagina. Tale pratica è diventata così consueta che la semplice presenza di thumbnail spesso serve a indicare agli utenti l'esistenza di versioni ad alta risoluzione, che possono essere ottenute semplicemente cliccandovi sopra.

Ing: THUMBNAIL
Fr: CRAYONNAGE
Ted: DAUMENNAGELSKIZZE
Sp: MINIATURA

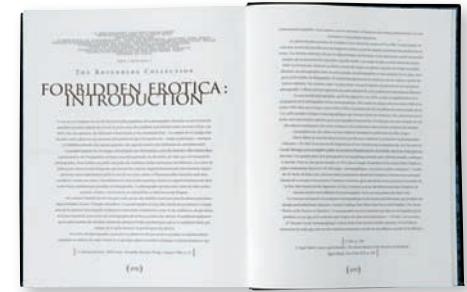


TINTA

Termine utilizzato per descrivere un **colore** che è stato creato aggiustando la sua **luminosità** grazie all'aggiunta di bianco. Abbassando la luminosità di un colore grazie all'aggiunta di nero, si produce una **sfumatura** della stessa tonalità. Il termine tinta può riferirsi anche alla densità dei punti sugli schermi di **mezzitoni** usati nella stampa a quattro colori. Un'area dello schermo ciano coperto per il 60% con **punti** viene chiamato tinta al 60%.

Ing: TINT
Fr: COULEUR DE FOND
Ted: TÖNUNG
Sp: TINTE

Design: Donna S. Atwood, www.atwooddesign.com



TIPOGRAFIA

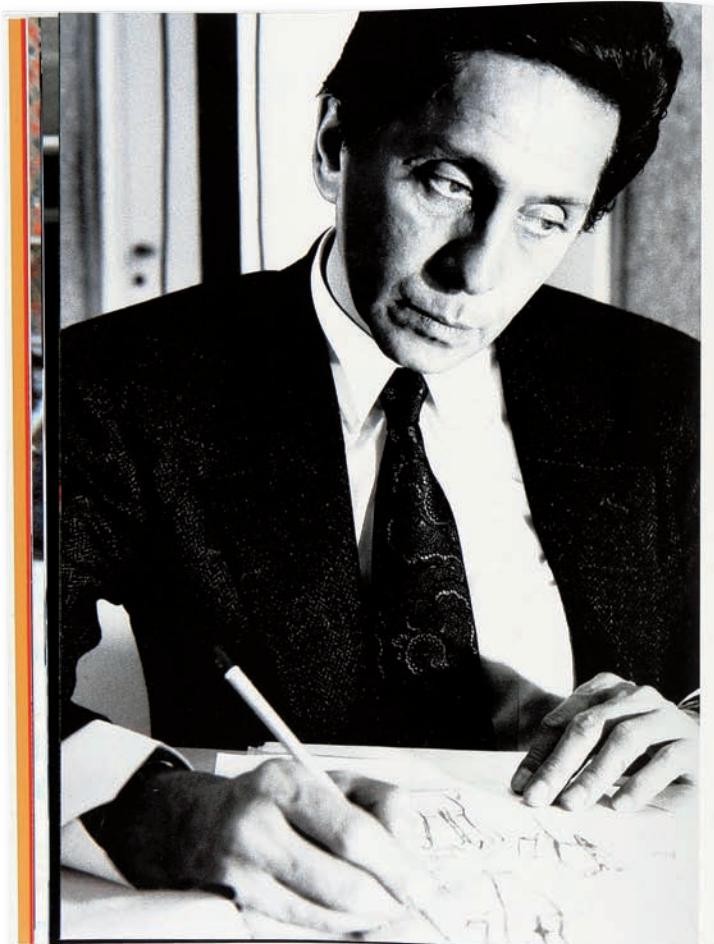
Termine usato per descrivere tanto l'arte e la scienza della **composizione tipografica**, quanto il prodotto che ne risulta. I tipografi tengono in considerazione una serie di questioni molto varie, da problemi generali come la facilità di lettura del testo fino ai minimi dettagli, come la **crenatura**. Sebbene la tecnologia digitale renda più facile che mai la realizzazione di una tipografia raffinata, essa forse non è più diffusa di quanto fosse ai tempi dei **caratteri** in metallo fuso o della **fototipia**, quando i tipografi erano costretti a occuparsi di ogni particolare.

Ing: TYPOGRAPHY
Fr: TYPOGRAPHIE
Ted: TYPOGRAFIE
Sp: TIPOGRAFÍA

Design: Armando Chitolina



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



Keeper of the Couture Flame

In their frothy, sensual, over-the-top glamour, Valentino's clothes seem quintessentially Italian – in the half-century since a maestro whose fashion soul is as Roman as his profile.

The designer's motto is: "I always wanted to make women beautiful," and his inspiration was that of a provincial boy in the drab post-war period going to the movies with his sister and catching the glories of Hollywood stars in their silver-screen years.

Like the rest of the Romans, he was fascinated by the shiny, *Dado Fir* glamour and he gave it classical class. By the time he was touched with the stardust of his own era, dressing the famous who were also his friends, Valentino had become part of the motion picture. Images of the young designer with deep, dark eyes, his models dressed in pristine white, accompanied photographs of his celebrated international clients: Elizabeth Taylor, Sophia Loren and his dear Jackie-Jacqueline Kennedy – who named him for her state wedding and later for her gish wedding dress for her marriage to Aristotle Onassis.

But Valentino did not rise, fully formed, like Botticelli's Venus from some mysterious fashion ocean. His famous 'White' collection in Florence in 1968 might have appeared to mark an effervescent ascent. But the truth is different: a long and hard-working journey nearly 20 years to fame and fortune. And a significant trace of French style with his Italian heritage.

Valentino's early years have something in common with the Old Masters of Italian art: For the designer's motivation is that he became, at age 17, a humble apprentice – not to an artist, but to the art of business.

Hearing Valentino talk now about the frosty decade in Paris in the 1950s, when he drew designs on scraps of paper, interviewed with Balenciaga and got a position with Jean Desses, it seems a world away from today's fashion colleges, runway dramatics and fast, factory-made fashion. The fledgling designer witnessed the high noon of haute couture; as the ideas he had expressed as pencil strokes were transformed via canva toiles, fine fabrics and fittings into beautiful clothes.

Those French years were also the seedbed of Valentino's fashion style, which grew into that piquant Franco-Italian blend of light-handed 'Rococo' that is known as Rococo. If you define the essence of Valentino's work, it is also the definition of Rococo: exquisitely finished developed from a sculpted base. It is evident in the designer's tailoring, when a jacket has a lacy collar or a skirt breaks out into ruffles at the hem. The dresses are pure Rococo with their millefiori levers and decorative details.

Such finesse does not come easily. Valentino recalls the grueling workload of those formative French years after his parents allowed him to come to Paris and lodged him with friends. He also talks about the gratitude he feels to his parents: his father's support when, to finance the new House of Valentino in Rome in the 1960s, the Garavini modest country home was sold. The entrepreneur says he owes to his elegant mother the advice to keep things classy and simple.

Those early years as a studio hand – and his father's example – must have instilled a work ethic that is the essence of Valentino's life. Apart from his beloved couture, for which every silhouette, fabric and embellishment is a personal decision, Giacomo Garavini, his mother and friend since they met in 1960, owns 75 per cent of the company, which still runs the family's modest lands.

And what an output! Whereas the first garments of the post-showroom collection a year ago to their private clients, Garavini runs the Army of collectors ready-to-wear, sport, abito, bags, belts, cruise and pre-season collections. They make up the Valentino empire, further enlarged since the company was bought by Marzotto S.p.A., the Italian conglomerate, in 2002.

UN GRANDE STORICO ITALIANO INCONTRONI

TITOLO

Termine generalmente associato al giornalismo e alla pubblicità, impiegato per descrivere un'unità di testo molto breve che appare prima del **corpo del testo**, accennando ai suoi contenuti. Poiché i titoli preparano il terreno al testo, sono solitamente costituiti da **caratteri** molto più grandi, a volte diversi rispetto a quelli usati per il corpo. Lettere **tutte maiuscole** o una combinazione di maiuscole e **maiuscoletti** sono frequentemente utilizzate per i titoli, specialmente nei giornali.

Ing: HEADLINE

Fr: CHAPEAU

Ted: SCHLAGZEILE

Sp: TITULAR

Design: Armando Chitolina



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z



TONALITÀ

Caratteristica basilare di un **colore**, corrispondente alla sua lunghezza di onda nello spettro della luce, che si usa per distinguere un colore dall'altro. La tonalità si riferisce alla posizione relativa di un particolare colore all'interno della **ruota dei colori**.

Ing: HUE
Fr: TEINTE
Ted: FARBTON
Sp: MATIZ

Design: Alfredo Carlo

L'AZIENDA

Terme di Salsomaggiore e di Tabiano

Nel novembre del 2008 Terme di Salsomaggiore e di Tabiano si sono unite creando un polo termale unico nel panorama delle terme italiane. Le Terme di Salsomaggiore sono la realtà termale più conosciuta sul territorio nazionale (Indagine Doxa 2004). Si trovano in provincia di Parma, facilmente raggiungibili in auto e treno, sulle prime dolci colline dell'appennino emiliano. Le sue strutture consistono in un complesso di edifici che propongono un'offerta completa e di altissima qualità sia per quanto riguarda l'ospitalità che i servizi termali veri e propri: Le TERME ZOJA, uno stabilimento Termale per l'erogazione delle cure terapeutiche riconosciute dal S.S.N.

Nel novembre del 2008 Terme di Salsomaggiore e di Tabiano si sono unite creando un polo termale unico nel panorama delle terme italiane. Le Terme di Salsomaggiore sono la realtà termale più conosciuta sul territorio nazionale (Indagine Doxa 2004). Si trovano in provincia di Parma, facilmente raggiungibili in auto e treno, sulle prime dolci colline dell'appennino emiliano. Le sue strutture consistono in un complesso di edifici che propongono un'offerta completa e di altissima qualità sia per quanto riguarda l'ospitalità che i servizi termali veri e propri: Le TERME ZOJA, uno stabilimento Termale per l'erogazione delle cure terapeutiche riconosciute dal S.S.N.



TRACKING

Termine che indica quanto larga o stretta sia la disposizione di una riga di **caratteri**. Aumentando il tracking si allarga la spaziatura complessiva dei caratteri, e lo spazio tra i caratteri aumenta in modo proporzionale. Diminuendo il tracking si produce l'effetto opposto. Il termine **spazio lettera** si riferisce genericamente allo spazio fra i caratteri; il tracking quantifica la spaziatura.

Ing: TRACKING
Fr: APPROCHE DE GROUPE
Ted: SPERREN
Sp: TRACKING

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI



TRAPPING

Tecnica usata per prevenire gli spazi fra le aree colorate quando la **registrazione** è imperfetta. Se, ad es., un **carattere** colore magenta fosse stampato su uno sfondo di ciano puro, un eventuale *fuori registro* produrrebbe uno spazio tra i caratteri e lo sfondo, rivelando la carta non stampata sottostante. Un *trap* è una linea di **colore** molto sottile, realizzato attorno a un oggetto per evitare tali vuoti bianchi. Esistono vari tipi di trap: quale sia il più adatto per uno specifico tipo di stampa dipende da molti fattori, e in molti casi è meglio farlo eseguire da chi stampa. Vedi anche **registro**.

Ing: TRAPPING
Fr: GROSSI-MAIGRI
Ted: ÜBERFÜLLUNG
Sp: REVENTADO

Studio grafico: Sara Muzio



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

Per indicare che una parola è stata spezzata e per creare parole composte come

ex-marito
socio-culturale
italo-americano

TRATTINO

Segno di interpunkzione spesso confuso con la **lineetta en** e la **lineetta em**, il trattino è più corto degli altri due segni, ha una funzione diversa e normalmente non è preceduto né seguito da spazi. In italiano il trattino viene usato per indicare che una parola è stata spezzata a fine riga oppure per creare parole composte, come ad esempio, "ex-marito", "socio-culturale" o "italo-americano".

Ing: HYPHEN
Fr: TRAIT D'UNION
Ted: TRENNSTRICH
Sp: GUIÓN

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

Esempio di

Esempio pratico

di

Tratto ascendente

TRATTO ASCENDENTE

Qualsiasi elemento della lettera minuscola che superi l'**altezza della x** di un dato **carattere** tipografico fino alla **linea** (orizzontale) corrispondente all'estremità superiore delle maiuscole. I relativi pesi e dimensioni del tratto ascendente variano a seconda del carattere: quelli con un occhio medio più alto tendono ad avere tratti ascendenti più sottili, quelli con occhio medio più basso tendono ad avere un tratto ascendente più prominente. Vedi anche **tratto discendente** e **altezza della x**.

Ing: ASCENDER
Fr: ASCENDANTE
Ted: OBERLÄNGE
Sp: ASCENDENTE

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

Tratto discendente

TRATTO DISCENDENTE

È la porzione di una lettera minuscola che si estende al di sotto della **linea di base**. Come per il **tratto ascendente**, le dimensioni e il peso del tratto discendente variano a seconda del **carattere** tipografico. Vedi anche **tratto ascendente**.

Ing: DESCENDER
Fr: DESCENDANTE
Ted: UNTERLÄNGE
Sp: DESCENDENTE

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

TRICROMIA
Vedi **bicromia**.



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1	FILTRAZIONE E POTABILIZZAZIONE	PAG 2
2	TORRI DI AERAZIONE	PAG 9
3	ADDOLCIMENTO	PAG 10
4	OSMOSI INVERSA	PAG 14
5	DEMINERALIZZAZIONE	PAG 20
6	DISINFEZIONE	PAG 23
7	FILTRI MECCANICI	PAG 28
8	STRUMENTI DI CONTROLLO	PAG 30
9	SERVIZIO CULLIGAN: IL VALORE AGGIUNTO	PAG 33

TUTTE MAIUSCOLE

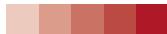
Altro nome per parti di testo composte esclusivamente di **caratteri maiuscoli**. Sono note anche come lettere maiuscole perché una volta i tipografi conservavano i piombi per stamparle nelle cassette superiori, mentre i caratteri minuscoli, utilizzati più frequentemente, erano chiamati lettere minuscole e conservati nelle più accessibili cassette inferiori.

Ing: ALL CAPS
Fr: TOUT EN CAPITALES
Ted: VERSALIEN
Sp: ALL CAPS

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI

VALORE

Vedi **luminosità**.



A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

...giunti in via degli Alberi, sentirono degli spari alle loro spalle. Si voltarono simultaneamente e videro dietro di loro un uomo che avanzava puntandogli contro una pistola. A tale vista il Gaspari reagì con rapidità: saltando addosso al losco individuo e cercando disperatamente di togliergli l'arma di mano, ingaggiò una violenta colluttazione. Durante questa rissa dall'arma partirono due colpi, che ferirono alla schiena la bella Enrica, la quale rotolò in un fosso laterale della via.

VEDOVA

Riga finale molto corta di un paragrafo, spesso una parola singola, che dà l'impressione di uno spazio tra capoversi quando non c'è. Come per gli **orfani**, ci sono molte tecniche per evitare le vedove, le più comuni delle quali sono la spaziatura delle lettere e la **sillabazione**. Vedi anche **H&J** e **invio a capo automatico**.

Ing: WIDOW
Fr: VEUVE
Ted: WITWE
Sp: VIUDA

Studio grafico: Sara Muzio



VERNICE

Rivestimento trasparente applicato sulla carta come parte del processo di stampa, generalmente eseguito dopo che sono stati stampati tutti gli inchiostri. Come anche altri rivestimenti, le vernici proteggono in parte dagli effetti della manipolazione, ma vengono usate soprattutto per i loro vantaggi estetici, poiché offrono varie gamme di lucentezza, dall'opaco al lucidissimo. Vernici applicate su aree specifiche vengono chiamate *vernici spot*, altre applicate su pagine intere sono dette anche *vernici coprenti*.

Ing: VARNISH
Fr: VERNIS
Ted: LACKIERUNG
Sp: BARNIZ

Design: DESIGNWORK

VERSO

Vedi **recto/verso**.

Riportare:

«un discorso o una “cita-
zione diretta” all'interno di
un blocco di testo»

O per suggerire un uso
“ironico o ‘inusuale’ di una
parola” o di una frase.

VIRGOLETTE

Le virgolette si utilizzano in una grande varietà di casi come ad esempio per riportare un discorso o una citazione diretta all'interno di un blocco di testo, o per suggerire un uso ironico o inusuale di una parola o di una frase (ad es. “Il programma più ‘semplice’ ha richiesto 30 minuti per essere completato”). Le virgolette tipografiche, a volte chiamate *virgolette eleganti*, sono diverse da quelle in stile “macchina da scrivere” e dal simbolo **apice** usato per indicare misure e notazioni matematiche. In Italia si utilizzano tre tipi di virgolette, quelle a sergente o caporali (« »), le alte doppie o doppi apici (“ ”), le alte semplifici o apici singoli (‘ ’), utilizzate soprattutto all'interno di una citazione introdotta da doppi apici. Vedi anche **apostrofo**.

Ing: QUOTATION MARKS
Fr: GUILLEMETS
Ted: ANFÜHRUNGSSTRICHE
Sp: COMILLAS

Agenzia di pubblicità: TECNOSTUDI