

Grafico/a AFC

cercare, discutere, progettare, creare, disegnare, giungere, pianificare

I grafici e le grafiche progettano in maniera creativa e innovativa nel campo della comunicazione visuale diversi media, come ad esempio DVD o CD, opuscoli, manifesti, prospetti pubblicitari, riviste, cataloghi, pubblicazioni aziendali, imballaggi, siti web e molto altro. Ogni media deve provocare un determinato effetto – soprattutto riuscire a vendere o a far conoscere prodotti o servizi.

Lavorano alla creazione grafica di un prodotto dalla sua concezione fino alla sua realizzazione. Essi concretizzano visualmente le rappresentazioni e gli obiettivi del committente, ovvero provano a prefigurare l'effetto voluto utilizzando mezzi ottici (visuali). In questo senso realizzano diversi progetti: preparano la necessaria docu-

mentazione, producono i documenti occorrenti, determinano i tagli di immagine ed eseguono l'impostazione grafica.

I grafici e le grafiche lavorano perciò a stretto contatto con altri professionisti. Utilizzano il computer con i vari programmi di grafica illustrativa e le relative apparecchiature tecniche quali scanner, fotocamere o apparecchi video. Osservano e analizzano costantemente il mercato e le tendenze. Si specializzano soprattutto in pochi tra i molteplici ambiti del settore. Alcuni campi possono essere ad esempio il design di imballaggi, la pubblicità, il Corporate Design, l'editorial design, l'illustrazione grafica, la progettazione di spazi espositivi, il web design, l'infografica.



Cosa e per cosa?

- ▶ Affinché il grafico sappia quali informazioni deve implementare visivamente, discute l'ordine con il consulente pubblicitario, che mantiene il contatto con la clientela.
- ▶ Affinché la grafica sia alla moda con i suoi disegni, osserva il mercato e le tendenze e sceglie gli elementi per i suoi disegni.
- ▶ Affinché un'azienda possa lanciare delle cuffie colorate, il grafico usa il testo del copywriter per progettare una pubblicità che catturi l'attenzione soprattutto dei giovani e li attragga.
- ▶ Affinché il lettore di una brochure possa farsi un'idea dei prodotti, la grafica seleziona le foto insieme al fotografo. Poi determina la sezione particolare dell'immagine che deve essere stampata.
- ▶ Affinché la rivista incoraggi i clienti a leggerla, il grafico aggiunge illustrazioni umoristiche ai singoli articoli e crea un layout attraente.
- ▶ Affinché un'azienda sia riconosciuta dal suo nome, la grafica sviluppa una scritta distintiva, il cosiddetto logo aziendale.

Fatti

Accesso Assolvimento della scolarità obbligatoria, livello superiore.

Consigliata la frequenza del corso preparativo presso una scuola di arte applicata (in Ticino, corso di base presso il Centro scolastico per le industrie artistiche CSIA di Lugano).

Per la scuola a tempo pieno: Supera un esame tecnico-artistico.

Formazione Formazione professionale di base di 4 anni presso uno studio grafico, un'agenzia pubblicitaria, una casa editrice o un'altra azienda specializzata nel ramo della grafica. Frequenza della scuola professionale d'arte applicata e dei corsi interaziendali organizzati dall'associazione professionale.

In Ticino è possibile seguire la formazione a tempo pieno presso il Centro scolastico per le industrie artistiche (CSIA) di Lugano: durata di 4 anni. Superato il primo anno si può accedere alla sezione di grafica (posti limitati).

Gli aspetti positivi Ogni ordine è una nuova sfida. I grafici e le grafiche lavorano spesso in team; ciò consente lo scambio di idee. Guardano i prodotti finiti con gioia e giustificato orgoglio.

Gli aspetti negativi I mezzi di comunicazione a volte devono essere completati con un preavviso molto breve. Quindi, i grafici e le grafiche lavorano ogni tanto fino a tarda notte.

Buono a sapersi I professionisti hanno bisogno di immaginazione e di una ricchezza di idee per creare mezzi di comunicazione originali. Tuttavia, non possono semplicemente dare sfogo al loro gusto artistico. Devono adattarsi agli obiettivi di marketing e alle specifiche del cliente e al budget. Il loro successo professionale è il successo di pubblico dei loro prodotti.

Profilo dei requisiti

	favorevole	importante	molto importante
capacità di combinazione	[Bar chart showing moderate importance]		
capacità di imporsi	[Bar chart showing low importance]		
capacità di lavorare in gruppo	[Bar chart showing moderate importance]		
creatività, immaginazione	[Bar chart showing high importance]		
desiderio di sperimentare, fantasia	[Bar chart showing moderate importance]		
pensiero analitico, pensiero logico	[Bar chart showing moderate importance]		
precisione nel lavoro, metodo di lavoro speditivo	[Bar chart showing moderate importance]		
resilienza, flessibilità	[Bar chart showing moderate importance]		
senso del colore, senso della forma, senso estetico	[Bar chart showing high importance]		
talento organizzativo	[Bar chart showing moderate importance]		

Percorsi di carriera

