

## 4. Le caratteristiche

“L’arte è un’attività che produce un’entità – artefatto o performance – e secondariamente emerge nettamente la questione della sua finalità o assenza di finalità.

Il design si caratterizza come una pratica di configurazione.

La differenza starebbe nella autonomia dell’arte e nella eteronomia del design; se non che l’affermarsi universale del mercato dell’arte mette in discussione anche l’autonomia dell’arte stessa.”

**Giovanni Anceschi, 2008**

È frequente la confusione tra grafico e artista, o ancora tra grafico e pubblicitario: nonostante il grafico possa fare occasionalmente il pubblicitario, o essere considerato anche un artista, occorre tenere ben presenti gli elementi distintivi e quelli comuni, soprattutto quando non si conoscono l’ambito di lavoro specifico e i suoi limiti.

Il grafico, il pubblicitario, come lo specialista di packaging o di branding, hanno in comune il linguaggio e molte tecniche che si trovano anche nelle arti figurative. Usano elementi del linguaggio visivo per comunicare, il carattere per scrivere e dare una forma alla scrittura, l’immagine, il colore, la composizione e gli stessi mezzi, tradizionali o digitali. Il pubblicitario si occupa di una forma di comunicazione molto legata al marketing e ai risultati a breve termine, lo specialista di packaging progetta imballaggi, lo specialista di branding cura la creazione dell’immagine di marca, ma non è detto che un grafico faccia anche il pubblicitario o il packaging.

### La finalità del progetto

Quello che cambia è la **finalità del progetto**. All’interno di una struttura produttiva il grafico di elevato grado gerarchico è il direttore artistico, o **art director**, e quando assume la veste del pubblicitario ha come scopo primario e immediato la **persuasione del consumatore** all’acquisto di prodotti o servizi. Lavora in gruppo con altri specialisti e forma una coppia inscindibile con il **copywriter**, colui che scrive i testi, mentre l’art director si occupa dell’ideazione della parte visiva della pubblicità, contribuendo successivamente a realizzarla. Dirige quindi il fotografo, l’illustratore o il regista di spot, e li orienta verso un percorso prestabilito per dare vita in modo ottimale all’idea concepita con il copywriter.

L’artista, come lo si conosce nella civiltà occidentale, in genere lavora da solo, con l’obiettivo di esprimere se stesso, e produce opere che hanno una carica estetica o percettiva al fine di stimolare intellettualmente il pubblico. L’artista si auto-dirige e compie scelte in autonomia, abitual-

### Il toro

Disegno a inchiostro su pietra, tiratura litografica su carta. Il 5 dicembre 1945 Picasso inizia a lavorare sulla prima versione de “Il toro” e conclude, con l’undicesima versione, raschiando e togliendo materia e segni dalla pietra litografica il 17 gennaio 1946.

Fortunatamente per noi ogni stato della stampa è documentato da una prova. Il processo di astrazione che compie l’artista, dalla raffigurazione robusta e naturalistica fino al puro segno, dura solo un mese. Quasi sempre l’artista è libero e non costretto a fare i conti con una committenza che lo limita e frena.

**Pablo Picasso, 1881-1973**

