

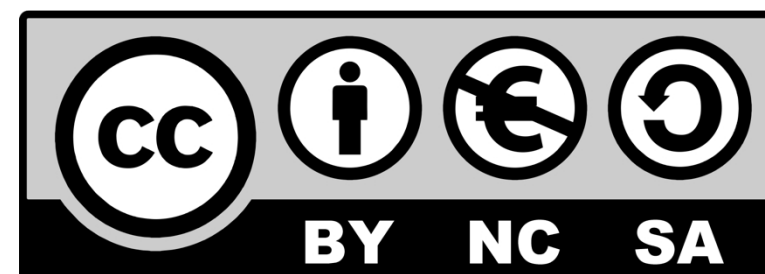
Futuri progettati.

Modulo 2

Progettazione di campagne pubblicitarie per lo schermo



Co-funded by
the European Union

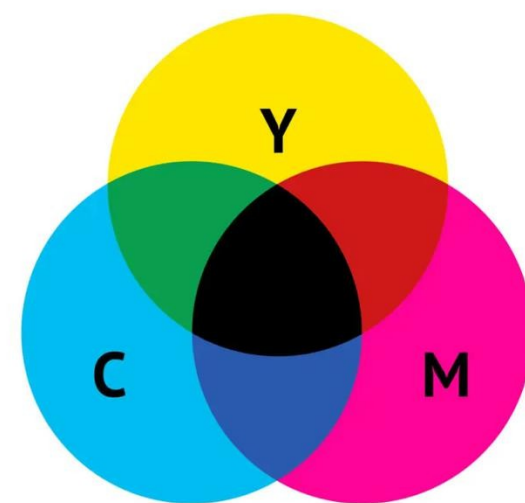
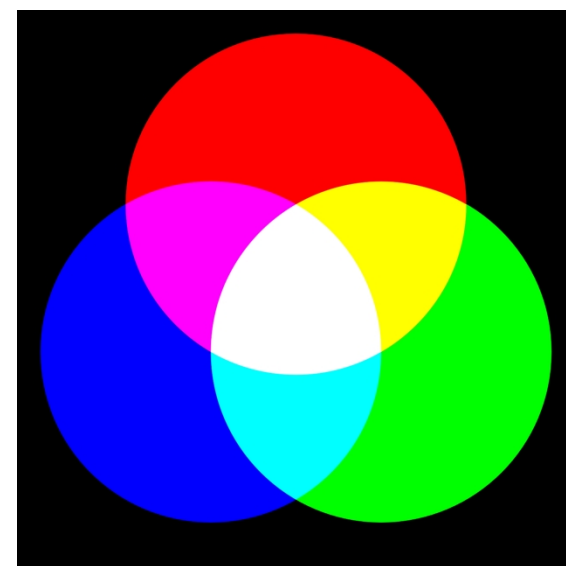


Panoramica

La progettazione per gli schermi richiede una combinazione di competenze tecniche e comprensione teorica. Ciò include la conoscenza della risoluzione dello schermo, la teoria del colore, i principi di dimensionamento efficace e la capacità di adattare i progetti alle diverse varianti di dispositivi come desktop, laptop, tablet e telefoni cellulari. Questo modulo mira a fornire le informazioni complete e le competenze necessarie per creare progetti visivamente accattivanti e funzionali per gli schermi digitali.

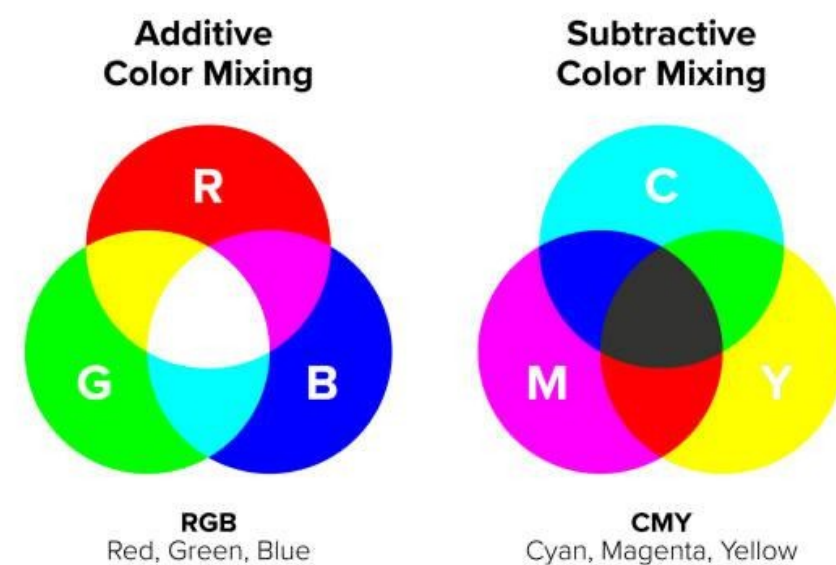
Colore dello schermo: spiegazione dei modelli di colore sullo schermo

I due modelli di colore principali utilizzati nel processo di progettazione sono RGB (Rosso, Verde, Blu) e CMYK (Ciano, Magenta, Giallo, Chiave/Nero).



Colore dello schermo: spiegazione dei modelli di colore sullo schermo

I colori RGB sono utilizzati per la visualizzazione su schermo, ad esempio nei televisori, nei monitor dei computer e nelle fotocamere digitali. L'RGB è un modello di colore additivo, il che significa che i colori vengono creati aggiungendo diverse intensità di luce rossa, verde e blu. Ogni pixel su uno schermo è composto da sottopixel rossi, verdi e blu che si illuminano a diverse intensità per creare un'ampia gamma di colori.



Colore dello schermo: spiegazione dei modelli di colore sullo schermo

I colori CMYK sono ~~invece~~ utilizzati per la stampa a colori. CMYK è un modello di colore sottrattivo, il che significa che i colori vengono creati sottraendo quantità variabili di inchiostro ciano, magenta, giallo e chiave (nero). Se combinati alla massima intensità, questi colori creano il nero. Quando si stampa su carta bianca, i punti sovrapposti di inchiostro ciano, magenta, giallo e nero creano diverse combinazioni di colori. È importante notare che i colori RGB appaiono in modo diverso sulla carta rispetto allo schermo. Pertanto, per riprodurre accuratamente immagini o disegni digitali in stampa, è necessario convertire i colori da RGB a CMYK.



Colore dello schermo: spiegazione dei modelli di colore sullo schermo

Ad esempio, se si progetta una grafica per l'uso digitale e per la stampa, è necessario convertire i colori da RGB a CMYK per garantire che la versione stampata corrisponda ai colori previsti. Questa conversione può essere effettuata regolando il profilo di colore nel software di progettazione o utilizzando uno strumento di conversione del colore online.

Si noti che un tipico file per la stampa avrà il seguente aspetto: formato A4 (297mmx210mm) 300dpi CMYK a colori, mentre un file per lo schermo sarà 1080pixelsX1920 pixels 72dpi RGB a colori.

Colore dello schermo: spiegazione dei modelli di colore sullo schermo

La gamma di colori RGB comprende lo spettro di colori che possono essere prodotti utilizzando il modello di colore rosso, verde e blu. Ogni componente del colore (rosso, verde e blu) ha un intervallo compreso tra 0 (che rappresenta il nero) e 1 (che rappresenta il bianco). Nel caso della profondità di colore a 8 bit, il valore di ogni componente varia da 0 a 255, offrendo 256 livelli per ogni colore. Il risultato è un totale di 16.777.216 colori possibili ($256 \times 256 \times 256$).

Colore dello schermo: spiegazione dei modelli di colore sullo schermo

Oltre a RGB, il design digitale impiega diversi altri modelli di colore, come HSL (tinta, saturazione, luminosità), HSLA (HSL con un canale Alpha per l'opacità) e RGBA (RGB con un canale Alpha). Tuttavia, i valori esadecimali (Hex) sono emersi come lo standard per specificare i colori nello sviluppo web, perché sono rappresentati da cifre e possono essere facilmente adottati nella codifica web. Un'altra ragione per cui i colori esadecimali sono preferiti è che i codici dietro questi colori aiutano i siti web a caricarsi più velocemente, assicurando che gli utenti non clicchino su un sito che si carica lentamente e che le aziende non perdano clienti a causa delle scarse prestazioni del web.

Ecco un link che spiega in modo più dettagliato l'uso dei colori esadecimali:

[https://www.istockphoto.com/blog/best-practices/design/hex-colors-guide how-to-use-hex-colors-work](https://www.istockphoto.com/blog/best-practices/design/hex-colors-guide-how-to-use-hex-colors-work)

Schemi di colore digitale/schermo: Importanza e applicazioni

Numerosi studi hanno dimostrato che i colori influenzano fortemente le risposte cognitive ed emotive dei consumatori. Questo effetto riguarda diversi gruppi demografici e settori, evidenziando il ruolo significativo della psicologia del colore nella progettazione pubblicitaria. La scelta di uno schema di colori è un aspetto cruciale del design, sia che si tratti di un sito web, di una campagna digitale o di qualsiasi altro progetto visivo. I colori scelti non solo devono essere visivamente accattivanti, ma devono anche riflettere in modo chiaro ed efficace l'identità del marchio. Una strategia di branding ben eseguita è essenziale per il successo di un'organizzazione per diversi motivi. Un'identità di marca unica è come una persona, con i suoi tratti e le sue caratteristiche distinte, che trasmette efficacemente ciò che l'organizzazione rappresenta.

Schemi di colore digitale/schermo: Importanza e applicazioni

È fondamentale sviluppare e integrare questa identità nei materiali di marketing e nel sito web, e la combinazione di colori svolge un ruolo chiave in questo processo. Una combinazione di colori accattivante ha il potere di catturare l'attenzione del cliente e di lasciare un'impressione duratura, mentre una scelta di colori sbagliata può generare confusione o disinteresse. Una palette di colori efficace non solo incoraggia la fedeltà al marchio, ma contribuisce anche a distinguerlo dalla concorrenza. La fedeltà al marchio è un fattore cruciale sia per le aziende che per i clienti, in quanto favorisce le relazioni a lungo termine e la fiducia.

Schemi di colore digitale/schermo: Importanza e applicazioni

La scelta di un colore per il sito web del vostro marchio o per qualsiasi altro contenuto digitale implica la considerazione di diverse variabili. Una variabile importante che non potete controllare è l'aspetto dei colori del vostro marchio sui vari schermi, date le loro diverse impostazioni. I nuovi computer portatili, i vecchi dispositivi, i desktop, le smart TV, i numerosi telefoni cellulari e i display digitali possono creare incongruenze. Un video che sembra vibrante sul vostro display potrebbe apparire opaco o eccessivamente luminoso sul dispositivo di un'altra persona. Questo porta a una diversa esperienza del marchio, quindi è importante riconoscere che le discrepanze sono inevitabili.

Anche con lo stesso materiale di partenza, il modo in cui appare su schermi diversi rimane imprevedibile.

Schemi di colore digitale/schermo: Importanza e applicazioni

Come già osservato in precedenza, applicare correttamente i colori e le risorse del marchio può essere più impegnativo del previsto. Un elemento chiave dell'identità del marchio è spesso un colore piatto, come il rosso Coca-Cola, utilizzato in modo preponderante nei progetti. Mentre per la stampa, la coerenza con questo colore ufficiale è resa possibile dal sistema di corrispondenza Pantone, per i file digitali questo viene gestito utilizzando il formato esadecimale. I codici esadecimali iniziano con un simbolo seguito da una sequenza di numeri che rappresentano le miscele di colori. I web designer e gli specialisti di internet marketing vi diranno che i colori esadecimali sono "sicuri per il web". Ciò significa che si riproducono in modo coerente su diversi browser e display, anche se questo non è esattamente esatto a causa delle differenze di schermo sopra menzionate.

Ecco un link che spiega in modo approfondito queste variabili

<https://medium.com/digital-x-brand/nightmares-in-screen-color-2f57fe26e1ed>

Dimensioni e risoluzione dello schermo: Comprendere le variazioni dei dispositivi

La risoluzione dello schermo si riferisce al numero di pixel che compongono le immagini su un display. Di solito è rappresentata come una combinazione di pixel orizzontali e pixel verticali, come ad esempio 1920x1080, che è una risoluzione comune per i monitor desktop. Gli schermi ad alta risoluzione possono ospitare un numero maggiore di pixel, consentendo una visualizzazione più nitida e dettagliata dei contenuti rispetto agli schermi a bassa risoluzione.

Dimensioni e risoluzione dello schermo: Comprendere le variazioni dei dispositivi

La comprensione della risoluzione e delle dimensioni dello schermo è fondamentale per chi lavora con i media su schermo. Le dimensioni dello schermo si riferiscono alle dimensioni fisiche del display, solitamente misurate in pollici. La risoluzione dello schermo, invece, si riferisce al numero di pixel che formano il display, tipicamente espresso come larghezza per altezza in pixel (ad esempio, 1920 pixel x 1080 pixel). È importante notare che le dimensioni dello schermo e la risoluzione sono indipendenti l'una dall'altra, il che significa che uno schermo più grande non ha necessariamente una risoluzione più alta e viceversa.

Dimensioni e risoluzione dello schermo: Comprendere le variazioni dei dispositivi

Quando si tratta di scegliere la dimensione e la risoluzione ideale per i contenuti digitali, è fondamentale considerare le dimensioni dello schermo. Gli schermi più piccoli possono visualizzare efficacemente i contenuti con risoluzioni inferiori, mentre quelli più grandi richiedono risoluzioni più elevate per mantenere la nitidezza e la chiarezza dell'immagine. Per questo motivo, sia la dimensione che la risoluzione dello schermo sono fattori importanti da considerare quando si progetta per la visualizzazione su schermo.

Dimensioni e risoluzione dello schermo: Comprendere le variazioni dei dispositivi

Nel moderno web design, il responsive design consente ai siti web di adattarsi alle diverse dimensioni degli schermi, assicurando che lo stesso contenuto possa essere visualizzato su tutti i dispositivi con stili diversi in base allo spazio disponibile. Il design reattivo è diventato sempre più importante con la diffusione dei dispositivi mobili per l'accesso a Internet. Si è imposto come soluzione standard per la visualizzazione dei contenuti su dispositivi di varie dimensioni e risoluzioni. Il design reattivo offre numerosi vantaggi rispetto alla creazione di versioni separate di siti web per dispositivi mobili, tra cui l'economicità e la semplificazione della manutenzione.

Dimensioni e risoluzione dello schermo: Comprendere le variazioni dei dispositivi

Inoltre, il design reattivo è stato integrato nella progettazione delle applicazioni web, consentendo agli utenti di accedere alle informazioni senza problemi su diversi dispositivi. Strumenti come Bootstrap hanno semplificato in modo significativo il processo di costruzione di applicazioni web responsive, rendendo più facile per gli sviluppatori creare applicazioni che forniscono un'esperienza coerente e user-friendly su diversi dispositivi.

Ecco un link che spiega l'uso del responsive design:

<https://1902software.com/blog/screen-resolution/>

Dimensioni dei file su schermo, risoluzione, standard di formato e considerazioni

Le immagini digitali possono essere codificate con diversi tipi di file, ciascuno con caratteristiche uniche. Alcuni dei tipi di file più comuni per le immagini digitali sono JPG, GIF, TIFF, PNG, BMP e RAW. Questi tipi di file sono utilizzati per memorizzare e visualizzare le immagini in formato digitale e ciascuno di essi presenta vantaggi e svantaggi.

Dimensioni dei file su schermo, risoluzione, standard di formato e considerazioni

Comprendere le differenze tra i tipi di file e le rispettive tecniche di compressione è essenziale per scegliere il formato più adatto per archiviare e condividere le immagini digitali. Ogni tipo di file ha caratteristiche e casi d'uso unici, e saper scegliere il formato giusto può influire notevolmente sulla qualità e sull'efficienza del lavoro con le immagini digitali.

Quando si comprimono i dati, è importante capire la distinzione tra metodi lossy e lossless. Un algoritmo di compressione senza perdita conserva tutti i dati originali di un file, trovando il modo più efficiente per rappresentarli senza sacrificare la precisione. Ciò significa che quando il file viene decompresso, sarà identico all'originale. D'altra parte, la compressione con perdita consente un certo grado di perdita di dati per ottenere un file di dimensioni inferiori.

Dimensioni dei file su schermo, risoluzione, standard di formato e considerazioni

Un algoritmo di compressione senza perdita spesso prevede l'identificazione di schemi ripetitivi all'interno dei dati e la loro sostituzione con rappresentazioni abbreviate, riducendo la dimensione complessiva del file senza compromettere alcuna informazione. Al contrario, un algoritmo lossy può ottenere una riduzione delle dimensioni del file memorizzando le informazioni sul colore a una risoluzione inferiore rispetto all'immagine originale, poiché l'occhio umano è meno sensibile a piccole variazioni di colore su brevi distanze.

La comprensione delle differenze tra compressione lossy e lossless è fondamentale per la scelta del metodo di compressione più adatto ad applicazioni specifiche. Ognuno di essi ha i propri vantaggi e le proprie limitazioni.

Dimensioni dei file su schermo, risoluzione, standard di formato e considerazioni

Le immagini possono contenere un'ampia gamma di colori, mentre le più semplici hanno solo due colori, come il bianco e il nero, che richiedono solo 1 bit per rappresentare ogni pixel. Agli albori del personal computing, molte schede video potevano supportare solo 16 colori fissi. Con il progredire della tecnologia, le schede video successive erano in grado di visualizzare 256 colori simultaneamente, selezionati da una tavolozza di 16 milioni di colori. Le schede video di oggi assegnano 24 bit a ciascun pixel, consentendo di visualizzare 16 milioni di colori senza alcuna limitazione. Alcuni display di fascia alta possono addirittura visualizzare più di 16 milioni di colori. Il termine "TrueColor" viene spesso utilizzato per indicare immagini con 24 o 16 milioni di colori, poiché l'occhio umano ha difficoltà a distinguere tra colori simili all'interno di questa gamma. Inoltre, le moderne fotocamere avanzate sono in grado di catturare uno spettro di colori ancora più ampio.

Dimensioni dei file su schermo, risoluzione, standard di formato e considerazioni

Ai diversi tipi di formati di file immagine sono associate diverse caratteristiche e finalità. Di seguito viene fornita una panoramica di base dei formati più utilizzati:

TIFF: un formato flessibile utilizzato principalmente per l'archiviazione di immagini senza perdita di dati. Non comprime i file, quindi tendono ad essere grandi. A volte viene utilizzato un algoritmo di compressione chiamato LZW, ma non tutti i programmi lo supportano. TIFF è l'output di massima qualità di una fotocamera digitale. Offre una qualità migliore rispetto al formato JPG, ma comporta file di dimensioni maggiori. Il TIFF è l'opzione migliore per la modifica e la manipolazione delle immagini digitali, in quanto evita la degradazione a ogni salvataggio. Tuttavia, non è consigliato per le immagini web a causa delle grandi dimensioni dei file e dei problemi di compatibilità con i browser web.

Dimensioni dei file su schermo, risoluzione, standard di formato e considerazioni

GIF: Crea una tabella con un massimo di 256 colori da un pool di 16 milioni. Può rendere esattamente le immagini con meno di 256 colori, ma per le immagini con molti colori utilizza algoritmi per approssimare i colori con una tavolozza limitata di 256 colori. La compressione si ottiene riducendo il numero di colori e sostituendo i motivi più comuni con una breve abbreviazione. Se l'immagine ha meno di 256 colori e contiene ampie aree di colore uniforme, il formato GIF (Graphics Interchange Format) è stato storicamente una scelta popolare per le immagini sul Web, grazie alle sue dimensioni ridotte e alla capacità di mantenere un'elevata qualità dell'immagine. Tuttavia, a causa della sua limitazione a 256 colori per immagine, non è adatto alle immagini fotografiche che richiedono uno spettro di colori più ampio e una maggiore profondità di colore. Di conseguenza, altri formati di immagine come JPEG e PNG sono diventati più popolari per le immagini fotografiche sul web. L'unico file GIF rimasto è destinato all'uso nella pagina delle animazioni.

Dimensioni dei file su schermo, risoluzione, standard di formato e considerazioni

Anche il PNG è un formato senza perdita di dati, ma comprime le dimensioni del file cercando modelli nell'immagine. La compressione è reversibile, quindi l'immagine viene recuperata esattamente. Se si dispone di un'immagine con ampie aree di colore uniforme ma con più di 256 colori, PNG è la scelta migliore. È simile a GIF, ma supporta 16 milioni di colori anziché solo 256. Se si desidera visualizzare una foto di alta qualità su Internet senza sacrificare la qualità, il PNG è l'opzione migliore. I moderni browser web supportano il PNG, che è l'unico formato lossless approvato dai browser web. Il PNG supera il GIF sotto quasi tutti gli aspetti. Genera file più piccoli, consente un maggior numero di colori e supporta la trasparenza parziale. La trasparenza parziale può essere utilizzata per numerosi scopi pratici, come le dissolvenze e l'antialiasing del testo (levigatura dei caratteri).

Dimensioni dei file su schermo, risoluzione, standard di formato e considerazioni

JPG: ottimizzato per fotografie e immagini a toni continui con molti colori. Può raggiungere rapporti di compressione elevati mantenendo la qualità dell'immagine. Il grado di compressione è regolabile e a livelli moderati è difficile distinguere una differenza rispetto all'originale. È il formato preferito per la maggior parte delle immagini che si trovano su Internet. È possibile mantenere una qualità elevata anche con una compressione significativa. In fase di editing, utilizzare il formato specifico del software fino al completamento del lavoro, quindi convertirlo in JPG. Il JPEG è il formato di file più comune per la memorizzazione delle immagini sulle fotocamere digitali. Anche se l'uso di TIFF o RAW può migliorare la qualità dell'immagine, spesso è difficile notare la differenza. Quando si acquisiscono immagini in TIFF, ci sono due svantaggi rispetto al JPEG: la riduzione della capacità della scheda di memoria e i tempi di elaborazione più lunghi per il trasferimento delle immagini. Il formato JPG non è adatto alle immagini lineari, perché ha difficoltà a catturare efficacemente i dettagli dei colori solidi e dei bordi netti. In questi casi, formati come GIF e PNG sono più adatti.

Dimensioni dei file su schermo, risoluzione, standard di formato e considerazioni

RAW: opzione di output delle immagini disponibile sulle migliori fotocamere digitali. È privo di perdite e più piccolo dei file TIFF della stessa immagine. Tuttavia, esiste un formato RAW diverso per ogni produttore e potrebbe essere necessario il software del produttore per visualizzare le immagini. Se la fotocamera supporta il formato RAW, è come avere una versione digitale del negativo di una pellicola contenente tutti i dati dell'immagine. Tuttavia, i file RAW non sono ideali per la condivisione o la stampa. È meglio convertirli in PNG o JPG. Conservate una copia in formato JPG ed evitate di affidarvi esclusivamente a formati proprietari per l'archiviazione a lungo termine.

Mentre il formato RAW è ottimo per memorizzare le immagini nella fotocamera e per l'archiviazione temporanea sul computer, è importante creare un TIFF, PNG o JPG per l'archiviazione a lungo termine. La maggior parte delle fotocamere che supportano il formato RAW consente di salvare le immagini sia in formato RAW che JPG, il che è consigliabile. Il formato RAW conserva tutte le informazioni acquisite dalla fotocamera e consente un maggior numero di opzioni di modifica, senza deterioramenti, rispetto al formato JPG o PNG.

Dimensioni dei file su schermo, risoluzione, standard di formato e considerazioni

BMP: un formato non compresso inventato da Microsoft. Non c'è una buona ragione per usare questo formato.

Quando si lavora con programmi di grafica come Photoshop o Paint Shop Pro, è importante salvare i file di lavoro nei formati proprietari del software, come PSD o PSP. Questi formati conservano tutte le funzionalità di editing dei programmi. Tuttavia, una volta terminato l'editing, assicuratevi di salvare il risultato finale in un formato standard come TIFF o JPG. Per le immagini web, i formati più utilizzati sono GIF, PNG e JPG. Pertanto, la cosa migliore è salvare le immagini finali in uno di questi formati ampiamente supportati.

Fondamenti di tipografia nel design per schermi, selezione dei caratteri e leggibilità

Quando si guarda una pagina web o un qualsiasi contenuto visivo su uno schermo, sia esso di un telefono o di un desktop, si assorbe costantemente il testo scritto. Per quanto il contenuto possa essere visivamente accattivante, perde di significato se il testo non è presentato con una tipografia gradevole. Questo aspetto viene spesso trascurato nel design digitale, e ciò fa sì che molti contenuti su schermo non riescano a entrare in contatto con il pubblico a cui sono destinati.

Quando si progettano contenuti su schermo, i fondamenti del tipo e del layout sono abbastanza simili a quelli utilizzati nella stampa. La differenza principale è la scelta delle famiglie di caratteri quando si progetta un sito web; quando si sceglie un carattere per un sito web si devono fare diverse considerazioni importanti.

Fondamenti di tipografia nel design per schermi, selezione dei caratteri e leggibilità

Una considerazione fondamentale riguarda il dispositivo dell'utente. È importante ricordare che non tutti i dispositivi supportano o contengono l'esatto carattere tipografico utilizzato in un sito web. In questo caso, il dispositivo sostituisce automaticamente il carattere non supportato con un altro, causando potenzialmente risultati visivi inaspettati.

Pertanto, è essenziale selezionare caratteri tipografici ampiamente supportati su diversi dispositivi per garantire un'esperienza coerente e visivamente accattivante per tutti gli utenti. Ad esempio, si consiglia di utilizzare Google Fonts. Inoltre, considerare i font di fallback (utilizzati quando il font corrente non è disponibile) e i servizi di font web può contribuire a ridurre il rischio di discrepanze visive inaspettate tra i diversi dispositivi.

Ecco un link che spiega perché utilizzare i font di Google:

<https://johnwolfecompton.com/10-reasons-to-use-google-fonts/>

Fondamenti di motion graphics e suono

Nel panorama pubblicitario odierno, la grafica in movimento è diventata indispensabile per una varietà di scopi, tra cui la promozione di servizi e prodotti o la creazione di avvincenti blockbuster e titoli in movimento. I professionisti della pubblicità e le aziende riconoscono l'importanza cruciale di incorporare la grafica in movimento nelle loro campagne per distinguersi dalla concorrenza.

Esempi di pubblicità digitale di successo e casi di studio.

<https://vidico.com/news/video-marketing-case-study/>

<https://www.socialmotionfilms.com/case-studies>

Fondamenti di motion graphics e suono

Esiste un'ampia gamma di pacchetti software, ognuno dei quali offre caratteristiche e capacità uniche. Data la moltitudine di opzioni disponibili, prendere una decisione informata su quale sia il software più adatto alle singole esigenze può essere un compito complesso e travolgente.

Inoltre, è fondamentale capire che la grafica in movimento, pur essendo di grande impatto, costituisce solo un singolo aspetto dell'intera procedura di produzione video. Oltre alla grafica in movimento, i grafici e i creatori di contenuti digitali devono anche gestire vari aspetti tecnici, tra cui il montaggio video, la progettazione del suono, le regolazioni audio, la correzione del colore e altri miglioramenti, tutti elementi essenziali per realizzare un prodotto finale raffinato e professionale.

Strumenti e software per la progettazione del movimento

Software come Adobe After Effects, Adobe Premiere, Adobe Photoshop, Blender, Maya, 3D Studio Max, Cinema 4D, Houdini, Da Vinci Resolve e Motion sono alcuni degli strumenti più popolari per la creazione di motion graphics.

Ecco un link con maggiori dettagli sul software di cui sopra:

<https://bottlerocketmedia.net/motion-graphics-software-tools-for-design/~:text=Adobe%20After%20Effects%20è%20a,Illustrator%2C%20offerta%20di%20animazione%20precisa%20keyframe%20.>

Incorporare il suono nelle campagne digitali

I designer grafici e i creatori di contenuti digitali spesso si concentrano principalmente sugli elementi visivi, ma è importante non trascurare l'impatto del suono e del miglioramento dell'audio. Se utilizzato in modo efficace, il suono ha il potere di aumentare il coinvolgimento creando un'esperienza più interattiva e coinvolgente per il pubblico.

Incorporare il suono nelle campagne digitali

L'incorporazione dell'audio nei contenuti coinvolge gli individui sia visivamente che acusticamente, catturando la loro attenzione e prolungando il loro impegno. Per integrare efficacemente il suono nella grafica in movimento, è importante scegliere l'audio giusto, in linea con il tono, il tema e il genere del contenuto. La scelta dell'audio influisce profondamente sul modo in cui il pubblico interpreta e reagisce alle immagini.

Il suono può suscitare risposte emotive e armonizzarsi con le immagini per produrre un flusso continuo e coerente. È importante che il suono e le immagini lavorino insieme per migliorare la narrazione, la trasmissione del messaggio e l'evocazione delle emozioni. Per questo motivo, è fondamentale allinearli in termini di tempi, ritmo e intensità, rendendo imperativa un'attenta selezione dell'audio. Questo maggiore livello di coinvolgimento può portare a una maggiore consapevolezza del marchio e a una migliore ritenzione del messaggio.

Incorporare il suono nelle campagne digitali

Le ricerche hanno dimostrato che l'inclusione di elementi audio nella pubblicità può migliorare significativamente il ricordo dell'annuncio rispetto agli annunci che si basano esclusivamente su componenti visive. Pertanto, l'integrazione di suoni e miglioramenti audio nei contenuti digitali e nel design grafico può avere un impatto sostanziale sul coinvolgimento del pubblico e sulla conservazione del messaggio.

Esempi e casi di studio di sound design efficace in pubblicità e interfacce digitali.

<https://fastercapital.com/topics/successful-audio-branding-campaigns-from-top-brands.html>

<https://www.wearepowerhousestudios.com/the-power-of-sound-design-in-tv-ads/>

<https://educationalvoice.co.uk/sound-design-in-commercial-animation/>

<https://sonicminds.dk/the-role-of-sound-design-in-crafting-memorable-products/>



