

مطبخان صبر

هنا وهناك

مطبخان صبر

25

ZERO POSTERS

-18

INSPIRATIONS.FUNNELS.COM

مطبخان صبر

Zero Posters

№12

ZERO POSTER A DAY

FEBRUARY 09/2018

RAW ROM

TYPO

EFF

STUDIO

3D

Il portfolio online

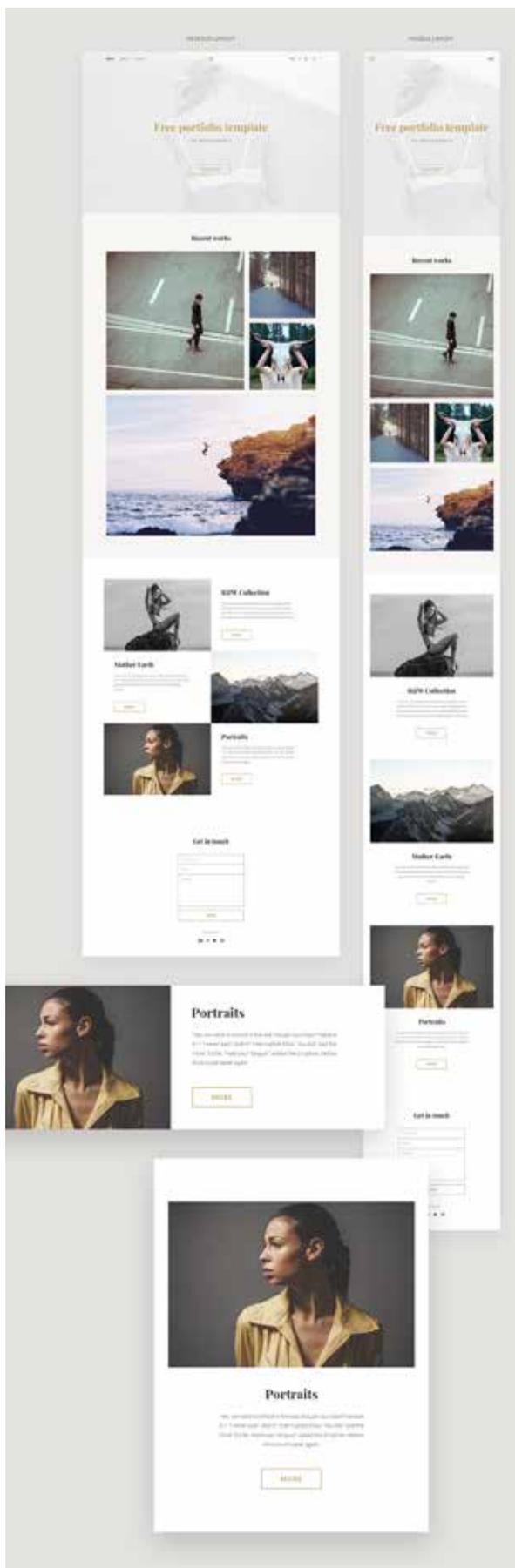
Una necessità ormai improrogabile

testo di/text by Alessandro Spennato

The online portfolio. An urgent necessity The last two years, marked by the events related to the Covid-19 pandemic, have changed and, more often than not, revolutionised many aspects of our lives, especially those related to work. The need to limit 'live' contacts has led to the exponential development of teleworking aspects, 'smart working', in all its phases, from obtaining an assignment or a task to carrying it out. This has entailed a substantial change in presenting one's work skills and aptitudes, such as creating a paperless personal portfolio. Therefore, one has, of necessity, organised oneself to create interactive portfolios and websites, where one can present one's professional and aptitude profile 'remotely' and propose it to a client or potential employer as an exemplification of one's style and technical skills. In the vast majority of cases, in the field of design and architecture, a website is the first place where the owner of a design studio or an art director, who is in charge of the visual and graphic part of an advertising campaign, views a candidate's work. Moreover, for communication, product, website and video designers, having a website is the best and sometimes the only desirable and appropriate way to know one's business and work. However, online portfolios are not the exclusive preserve of technological design; they are an excellent way to present any project that, if not already in digital form, only needs to be photographed or scanned. Since potential clients or employers can consult them at any time of day or night, websites can be a particularly effective way of publicising one's work. In the 'collective imagination', and for many potential clients, the fact that a designer has a website indicates that he or she is a reliable and well-known professional, at least that is what one wants to believe! Websites have also eliminated many times (each site can be consulted in real-time) and economic barriers (there is no longer a need to send printed portfolios from one country to another). Young architects or designers and many established professional studios have no qualms about disseminating and publicising their work, studies and research on the usual social channels, such as Instagram, Facebook or Behance, whose accessibility and visibility are always free, excellent and guaranteed. However, it is desirable to frequently update and renew our sites to present the most recent work to demonstrate one's industriousness, maintain a good reputation with images and proposals that are always up-to-date, and give visitors a reason to return. Now, programmes allow one to build, create and update websites. However, it is not out of the question to hire a web designer or programmer to create the site and who can support the interest-

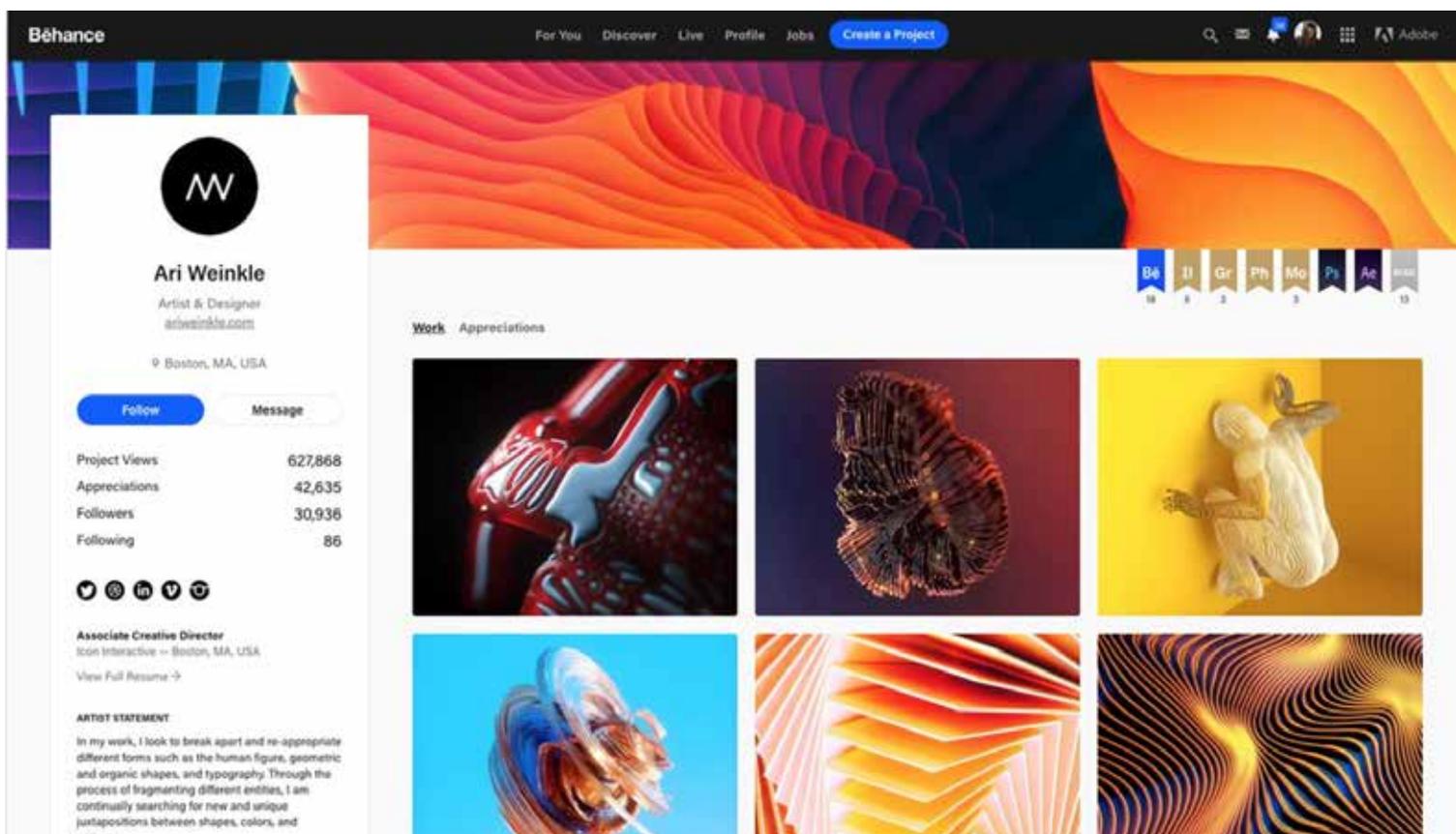
Gli ultimi due anni contrassegnati dagli accadimenti collegati alla pandemia da Covid-19, hanno modificato e, il più delle volte, rivoluzionato molti aspetti delle nostre vite, in special modo quelli legati agli ambiti lavorativi. La necessità di limitare i contatti "dal vivo" ha portato a sviluppare in modo esponenziale gli aspetti legati al lavoro telematico, allo "smart working", in tutte le sue fasi, dall'ottenere un incarico o una attività, allo svolgimento della stessa. Ciò ha comportato una sostanziale modifica degli aspetti di presentazione delle proprie capacità e attitudini lavorative, in altre parole la realizzazione di un portfolio personale non cartaceo. Per tanto ci si è, gioco forza, organizzati per poter realizzare portfolio interattivi e/o siti web, dove poter presentare "a distanza" e proporre, ad una committenza o ad un potenziale datore di lavoro, il proprio profilo professionale e attitudinale come esemplificazione del proprio stile e delle proprie capacità tecniche. Nella stragrande maggioranza dei casi, nel campo del design e dell'architettura, un sito web è il primo posto dove il titolare di uno studio di progettazione o un art director, che si occupa della parte visiva e grafica di una campagna pubblicitaria, visiona il lavoro di un candidato. E per i designer della comunicazione, del prodotto, di siti web ed i *videomaker*, avere un sito internet è il modo migliore e, a volte, l'unico auspicabile e adeguato, per far conoscere la propria attività e lavoro. Tuttavia, i portfolio online non sono appannaggio esclusivo del design tecnologico; costituiscono, infatti, un sistema eccellente per presentare qualsiasi progetto che, nel caso non sia già in forma digitale, va solo fotografato o scansionato. Essendo consultabili da potenziali committenti o datori di lavoro a qualsiasi ora del giorno e della notte, i siti web possono rappresentare una soluzione particolarmente efficace per pubblicizzare il proprio lavoro. Nell'"immaginario collettivo", e per molti potenziali clienti, il fatto che un designer abbia un sito indica che è un professionista affidabile e conosciuto, almeno così si vuol credere! I siti web hanno anche eliminato molte barriere di tempo (ogni sito è possibile consultarlo in tempo reale) ed economiche (non vi è più la necessità di spedire portfolio stampati da un paese all'altro). Giovani architetti o designer e molti studi professionali affermati non hanno remore per diffondere e pubblicizzare i propri lavori, studi e ricerche sui normali canali *social*, come Instagram, Facebook o Behance, la cui consultabilità e visibilità è sempre libera, ottima e garantita. È comunque auspicabile aggiornare e rinnovare frequentemente i nostri siti per presentare i lavori più recenti per dimostrare la propria operosità, conservando una buona reputazione con immagini e proposte sempre attuali e per dare ai visitatori un motivo per tornare a visitarli. Vi sono ormai programmi che permettono di costruire, realizzare e aggiornare siti web, ma non è da escludere ingaggiare un *web designer* o un programmatore che crei il sito e che possa affiancare l'interessato nell'elaborazione del progetto complessivo, poiché è fondamentale che il sito rispecchi il tono e lo stile del designer o dello studio. I potenziali datori di lavoro hanno quindi due modi di valutare i portfolio online: prima considerano il materiale presente nel sito, quindi il sito in sé, ovvero se è esplorabile rapidamente e facilmente. Se un sito richiede tempi di caricamento troppo lunghi, se le schermate sono illeggibili e non ben accessibili, le "tendine" di navigazione poco evidenti e complesse da esplorare, se nel sito è difficile navigare, se è ingombrante e noioso, allora farà un'impressione negativa. Quindi la parola d'ordine è semplificare e razionalizzare. Un portfolio *online* e il suo sito web possono quindi rivelarsi un'impresa rischiosa; il grafico che li progetta deve tener conto delle capacità dei visitatori che normalmente li consultano: per quanto negli ultimi decenni, anche le fasce di età "over 50" hanno maturato (è proprio il caso di dirlo) buone capacità di navigare sul web, non tutti sono avvezzi all'uso del computer. Altre variabili sono la linea telefonica e la velocità di connessione, per quanto ormai la fibra ottica stia raggiungendo tutta la penisola. Quando si visita un sito di un designer o di un architetto, ci si aspetta in primo luogo di trovare una panoramica dei lavori e dei risultati raggiunti dall'autore. Si cerca di capire con quali strumenti il professionista lavora, la propria adattabilità lavorativa su grande e piccola scala, in termini di dimensioni fisiche e, possibilmente, il "pacchetto" di clienti e committenti nelle sue disponibilità. Un portfolio online, come d'altronde quello cartaceo, dovrebbe comprendere un'ampia varietà di lavori, meglio se contestualizzati. Ogni progetto dovrebbe perciò essere corredato da un breve testo per illustrare il problema di partenza e il modo in cui è stato risolto insieme a una serie di illustrazioni, non necessariamente elaborati tecnici, come *mockup* e *rendering*. Per i professionisti specializzati in ambiti quali design dell'informazione, impaginazione e stampa di libri, dove è importante constatare la qualità della grafica, un sito web potrebbe non essere il modo più efficace per presentare un portfolio, in quanto è praticamente impossibile valutare la qualità di grafica e stampa senza l'ausilio del senso del "tatto". Di conseguenza il portfolio *online* dovrebbe servire solo da anteprima o da veicolo pubblicitario e non da presentazione finale. Uno dei vantaggi offerti dai siti web o dai portfolio online è la possibilità di utilizzo come archivio dei lavori che documenti in modo chiaro e sistematico, i prodotti realizzati; ciò ha anche la funzione di sottolineare l'esperienza acquisita nei vari ambiti e settori di intervento. Poiché in alcuni periodi l'attività professionale potrebbe subire flessioni, particolare attenzione va posta nella sistemazione tipologica e cronologica dei lavori, magari colmando eventuali lacune con studi, ricerche e progetti non ancora realizzati. In tempi non lontani si è dimostrato che anche un video può essere

in queste pagine/in these pages: Alcuni esempi di rappresentazione grafica presenti tra le più diffuse piattaforme digitali in cui è possibile pubblicare il proprio portfolio online / Some examples of graphic representation present among the most popular digital platforms where you can publish your portfolio online



ed party in the development of the overall project, as the site must reflect the tone and style of the designer or studio. Potential employers, therefore, have two ways of evaluating online portfolios: first, they consider the material on the site, then the site itself, i.e. whether it can be explored quickly and easily. Suppose a site takes too long to load. In that case, if the screens are unreadable and not well accessible, the navigation 'drop-downs' are not obvious and complex to explore, if the site is difficult to navigate, if it is cluttered and boring, then it will make a negative impression. So the watchword is to simplify and rationalise. An online portfolio and its website can therefore prove to be a risky venture; the graphic designer who designs them must take into account the capabilities of the visitors who normally consult them: although in recent decades, even the 'over-50' age group has developed (it has to be said) good web surfing skills, not everyone is accustomed to using a computer. Other variables are the telephone line and connection speed, although fibre optics is now reaching the whole peninsula. When visiting a designer's or architect's website, one first expects to find an overview of the author's work and achievements. One tries to find out what tools the professional works with, his or her work adaptability on a large and small scale, in terms of physical size, and possibly the 'package' of clients and customers in his or her portfolio. An online portfolio, like a printed one, should include a wide variety of works, preferably contextualised. A short text should accompany each project to illustrate the starting problem and how it was solved, together with a series of illustrations, not necessarily technical works,

such as mock-ups and renderings. For professionals specialising in fields such as information design, page layouts and book printing, where it is important to see the quality of graphics, a website may not be the most effective way to present a portfolio, as it is practically impossible to assess the quality of graphics and printing without the aid of the sense of 'touch'. Consequently, the online portfolio should only serve as a preview or advertising vehicle and not as a final presentation. One of the advantages of websites or online portfolios is that they can be used as an archive of work that documents clearly and systematically the products realised; this also emphasises the experience gained in the various fields and sectors. Since professional activity may decline in certain periods, particular attention must be paid to the typological and chronological arrangement of works, perhaps filling in any gaps with studies, research and projects not yet realised. In the distant past, it was shown that even a video could sometimes be the perfect tool to show a complex work online. The video, however, must be varied and articulate, consisting of direct shots, renderings and animations. Compared to a printed portfolio, a video on the website makes it easier for the professional to give cohesion to work of different kinds. Moreover, thanks to the categorisation of products (e.g., graphic designers) such as logos, projects for companies and private individuals, visitors can see exactly what they are looking for and get a better idea of the designer's style in the various fields. For some professionals, such as web designers and video makers, a website may be the only useful and efficient portfolio they need to find clients. This is true for those who



deal with interactive materials but could also be extended to other fields, for example, photographers or wedding planners, where films and power points are the only means of displaying the numerous images presenting the activity. One last caveat: do we equip our online portfolio or website with a soundtrack, a 'spoken' commentary? As with any art form, music is very subjective. Nothing is worse than accessing an interesting site and not finding a way to turn off an annoying and unwelcome soundtrack. Music tastes are personal, so it is difficult to predict the reaction of users, which is why many web designers are against soundtracks on sites. Undeniably, background music can improve the site's overall presentation, giving it a certain 'atmosphere'. However, care must be taken that the button to deactivate it is obvious and easy to find. Particular care must be taken to synchronise the soundtrack to the scrolling of the images to ensure that the music's timing is related to the footage's scrolling. For this reason, some in the industry consider background music on sites to be one of the most problematic aspects. A narrator's voice, a spoken commentary, could facilitate the understanding of the works presented; on the other hand, long captions or subtitles, the reading of which can distract from the observation of the images, are not recommended. However, much the pandemic - hopefully - is leaving us, teleworking and 'smart working' persist and will probably continue for a long time to come; this makes the realisation of interactive portfolios and websites for the presentation of one's skills and works an indispensable and no longer extendable tool.

a volte è lo strumento perfetto per mostrare online un lavoro complesso. Il video però deve essere vario ed articolato, composto da riprese dirette, rendering e animazioni. Rispetto a un portfolio stampato, un video sul sito web facilita al professionista il compito di dare coesione a lavori di diverso genere. Inoltre, grazie alla suddivisione per categorie dei prodotti (esempio per i *graphic designer*) quali loghi, progetti per aziende e per privati, chi visita il sito può visionare esattamente ciò che cerca e farsi un'idea più precisa dello stile del progettista nei vari ambiti. Per alcuni professionisti, quali *web designer* e *videomaker*, un sito web può essere l'unico portfolio utile ed efficiente di cui hanno bisogno per trovare committenti. Questo vale anche per chi si occupa di materiali interattivi, ma si potrebbe estendere anche ad altri settori, ad esempio fotografi o *wedding planner*, dove filmati e power point sono gli unici mezzi per visualizzare le numerose immagini di presentazione dell'attività. Un'ultima avvertenza: dotare il nostro portfolio online o il nostro sito web di una colonna sonora, di un commento "parlato"? Come per ogni forma d'arte, la musica è molto soggettiva. Non c'è niente di peggio che accedere ad un sito interessante e non trovare il modo di disattivare una fastidiosa e non gradita colonna sonora. I gusti musicali sono personali, di conseguenza è difficile prevedere la reazione degli utenti; per questo molti *web designer* sono contrari alle sonorità nei siti. È innegabile che un sottofondo musicale possa migliorare la presentazione complessiva del sito, dotandolo di una certa "atmosfera", ma va fatto in modo che il tasto per disattivarla sia evidente e facile da trovare. Particolare attenzione va riposta nel sincronizzare la colonna sonora allo scorrimento delle immagini, per assicurarsi che i tempi dettati musica siano in relazione allo scorrimento delle riprese. Per tale ragione il sottofondo musicale nei siti è considerato, da alcuni operatori del settore, uno degli aspetti più problematici. Una voce narrante, un commento parlato, potrebbe facilitare la comprensione dei lavori presentati; sono invece da sconsigliare lunghe didascalie o sottotitoli, la cui lettura può distrarre dall'osservazione delle immagini. Per quanto la pandemia - si spera - ci stia lasciando, il lavoro telematico e lo "smart working" ancora persistono e, probabilmente, dureranno ancora a lungo; ciò rende la realizzazione di portfolio interattivi e di siti web per la presentazione delle proprie capacità e del proprio operato, uno strumento assolutamente indispensabile e non più prorogabile.

References

- Colston, V. (2019). *Graphic Design: A Practical Guide for Librarians*. Stati Uniti: Rowman & Littlefield Publishers.
- Dondina, F. (2021). *Bob Noorda. Una vita nel segno della grafica*. Italia: Lazy Dog.
- Falcidieno, M. L. (2010). *Comunicazione-rappresentazione. Testo, immagine, segno grafico*. Italia: Alinea.
- Hui, V. (2019). *The Architecture Portfolio Guidebook: The Essentials You Need to Succeed*. Stati Uniti: Taylor & Francis.
- Leifer, L., Link, P., Lewrick, M. (2021). *Manuale di design thinking: Progettare la trasformazione digitale di team, prodotti, servizi ed ecosistemi*. Italia: Edizioni LSWR.
- Presenti, S., Pappalardo, N. (2013). *PROFESSIONE WEB DESIGNER FREELANCE: Formazione, creatività, clienti: tutto quello che di pratico c'è da sapere per mettersi in proprio e diventare un web designer freelance senza correre inutili rischi*. Italia: Your Inspiration.
- Timmons, A. (2017). *How to Create Digital Portfolios to Show What You Know*. Stati Uniti: Rosen Publishing.
- Volk, L., Currier, D. (2014). *No Plastic Sleeves: Portfolio and Self-Promotion Guide for Photographers and Designers*. Stati Uniti: Taylor & Francis.
- Yee, R. (2014). *Disegno architettonico: Metodi e strumenti di rappresentazione*. Italia: Hoepli.