



### Scheda delle Attività Didattiche a.a. 2022/2023

<b>Denominazione insegnamento:</b>	Comunicazione visiva 1
<b>SAD (settore artistico disciplinare):</b>	ISDC/05
<b>Nome del docente responsabile:</b>	Prof.ssa Marika Mastrandrea
<b>Numero di crediti formativi (CFA):</b>	5
<b>Anno di corso in cui l'insegnamento è previsto:</b>	Primo Triennio
<b>Semestre di svolgimento delle lezioni:</b>	Primo e Secondo
<b>Contenuti del corso</b>	<p>Il programma didattico prevede una serie di lezioni composte da una parte teorica e da una pratica. La prima parte del corso ha l'obiettivo di accrescere le conoscenze degli studenti attraverso delle lezioni ed esercitazioni riguardanti le leggi della Gestalt e la grammatica del vedere, l'uso della tipografia e delle immagini (illustrazioni e fotografie), la carta e i suoi formati, la rilegatura, la "microtipografia" e la "macrotipografia", la scelta del carattere tipografico, i layout e le griglie, la <i>brand identity</i>/sistemi d'identità visiva e lo studio di alcune <i>case history</i>. Durante il corso si utilizzeranno inoltre software come InDesign e Illustrator e si approfondiranno le principali funzioni degli stessi per permettere agli studenti di impiegarli per sviluppare le esercitazioni e un progetto personale. La seconda parte del corso consiste nello sviluppo di un progetto individuale. Ogni studente sceglierà e studierà un'artista, designer o architetto che sarà protagonista di un'ipotetica mostra. Per l'occasione gli studenti progetteranno e realizzeranno degli strumenti di comunicazione visiva. In questa fase saranno presentati allo studente alcuni casi studio della comunicazione visiva e verranno forniti una serie di suggerimenti utili nella fase di ricerca e sviluppo del progetto come l'impiego di una fotocamera in fase di indagine e di un blocco per gli schizzi e per gli appunti. L'impiego di tutti questi strumenti, senza trascurare l'importanza degli studi sulla percezione visiva e l'uso della tipografia, è finalizzato allo sviluppo di un progetto di comunicazione visiva e di un metodo progettuale mettendo in pratica i temi trattati durante la prima parte del corso.</p>

<b>Testi di riferimento</b>	<p>Massimo Hachen, <i>“Scienza della visione. Spazio e Gestalt, design e comunicazione”</i>, Apogeo, Milano, 2007.</p> <p>Bruno Munari, <i>“Design e comunicazione visiva”</i>, Editori Laterza, Roma-Bari, 1993. Bruno Munari, <i>“Artista e designer”</i>, Editori Laterza, Roma-Bari, 1972.</p> <p>Norman Potter, <i>“Cos’è un designer”</i>, Codice Edizioni, Torino, 2010.</p> <p>Jost Hochuli, <i>“Il particolare nella progettazione grafica”</i>, Compugraphic Corporation, Wilmington (Mass.) USA, 1988.</p> <p>Jost Hochuli, <i>“Come si fa un libro”</i>, Agfa Gavaert, Agfa Corporation, Wilmington (Mass.) USA, 1989.</p>
<b>Obiettivi formativi</b>	L’obiettivo del corso di <i>Comunicazione visiva 1</i> è presentare agli studenti il settore del design che si occupa della comunicazione visiva e sviluppare negli stessi un metodo progettuale e delle competenze comunicative, critiche e tecniche.
<b>Prerequisiti</b>	Disegno a mano libera e uso del computer.
<b>Metodi didattici</b>	Lezioni frontali di gruppo, esercitazioni individuali e di gruppo, revisioni individuali e di gruppo, ricerca e studio partecipato, workshop.
<b>Modalità di verifica dell’apprendimento</b>	Esame orale sui testi di riferimento obbligatori e sui contenuti illustrati a lezione. La valutazione comprenderà anche le esercitazioni intermedie e l’elaborato finale dove espressamente richiesti. L’esame consisterà nella consegna e presentazione del progetto individuale (spiegando la metodologia progettuale impiegata per lo sviluppo dello stesso), nella consegna di tutte le esercitazioni e da un dialogo sui temi e libri presi in esame durante le lezioni.
<b>Programma esteso</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Le leggi della Gestalt e la grammatica del vedere;</li> <li>2. L’uso della tipografia e delle immagini (illustrazioni e fotografie);</li> <li>3. La carta e i suoi formati, la rilegatura;</li> <li>4. La “microtipografia” e la “macrotipografia”;</li> <li>5. La scelta del carattere tipografico;</li> <li>6. La <i>brand identity</i>/sistemi d’identità visiva;</li> <li>7. Comunicazione visiva e ambiti di intervento.</li> </ol>