

corso di grafica e design

obiettivi

premessa

L'approccio alla grafica in un periodo di volgare sovraesposizione alle immagini, deve dare la possibilità agli studenti di **costruire una coscienza critica** nei confronti di ciò che li assale, attraverso un consapevole disvelamento dei meccanismi alla base dei procedimenti che portano alla realizzazione dei segnali grafici attorno a noi.

obiettivi

La conoscenza della complessa rete di operazioni che portano alla realizzazione di un prodotto grafico, deve far sì che la **semplicità e la chiarezza** possano essere padroni del campo in cui l'allieva/o si impegnerà professionalmente, asciugando la tendenza inevitabile di utilizzare confusamente tutti i mezzi e i segni a disposizione, tendenza dovuta all'apparente semplicità operativa data dalle tecnologie digitali.

Attraverso perciò il **segnare a mano libera su carta** le prime fasi di un progetto, per poi utilizzare consapevolmente i mezzi tecnologici a disposizione, otterremo la consapevolezza dello studente della qualità e della responsabilità del proprio **operare nel campo della grafica**, intesa come "segno nel mondo" tout court.

Con la completa conoscenza della metodologia del procedimento creativo, dall'idea alla produzione di un progetto grafico, sia esso cartaceo o digitale, verrà data la possibilità di intravedere **cosa significhi in maniera completa essere un designer**, ed essere così in grado di effettuare una scelta consapevole verso il mondo della produzione culturale.

Si effettuerà un'immersione totale all'interno di quelle che sono **le meccaniche interne alla creazione grafica**, approfondendo specifiche tematiche produttive e creative, ad esempio rendendo ben chiari i meccanismi che regolano il rapporto tra la mente del progettista e il desiderio del cliente.

Art director, graphic designer, web designer. Capiremo quali sono le specifiche prerogative di ognuna di queste figure, andando ad analizzare i metodi di lavoro utilizzati nelle agenzie e le interazioni con gli altri partecipanti alla realizzazione di un prodotto creativo: fotografi, illustratori, copy, account, planner.

Le specifiche caratteristiche di ogni allieva/o daranno poi vita a percorsi personali negli ambiti che nelle "nuove" tecnologie trovano i mezzi per esprimersi.

corso di grafica e design: argomenti

organizzazione dello spazio grafico

rapporti gerarchici tra testo, immagini e colore analizzando differenti supporti comunicativi:

il manifesto

la pagina

 del giornale

 del periodico

il depliant

la pagina web

il logo

il marchio: distinzione, unicità, piacevolezza

il processo creativo, verso il segno

il colore, quando e come

le proporzioni del logo nelle sue applicazioni

le immagini nel design

il rapporto tra testo e immagini

come immaginare un visual

l'illustrazione e la fotografia: specificità e funzioni

il lettering

i caratteri: armonia e funzionalità

la scelta di un carattere

leggibilità, distinzione e coerenza

i titoli

i blocchi di testo

la spaziatura e l'interlinea

l'utilizzo del colore

corso di grafica e design: argomenti

l'immagine coordinata

gli elementi

biglietti da visita

carta da lettere

busta

comunicazioni

house horgan

sito web

la scelta delle carte

conformità e distinzione

web design

la tricromia video e la quadricromia di stampa

usability

le interfacce

la pagina web

il vocabolario della grafica

corso di grafica e design: argomenti

i libri

la copertina

- la metodologia creativa
 - rapporto con il testo scritto
 - la scelta dell'immagine
 - il lettering
- analisi degli elementi costitutivi
 - la IV e le alette
- la sovracoperta

l'impaginazione interna

- i libri illustrati
 - suddivisione in generi
 - la scelta dei caratteri
 - l'impaginazione delle immagini
- i volumi senza illustrazioni
 - teoria e pratica dell'impaginazione

le riviste

la copertina

- visibilità
- comunicare: cosa, perché e come

i formati

l'impaginazione

- le forme del layout
- le immagini
- le didascalie
- le sezioni interne

corso di grafica e design: argomenti

la pubblicità

- i meccanismi comunicativi
- l'art direction
- le figure interne all'agenzia

la nascita delle idee

- il brief
- il brainstorming
 - solitario
 - condiviso
- copiare, sì copiare
- come vomitare le idee

visite nei luoghi di produzione creativa

- le agenzie
- le redazioni di periodici ed editoriali
- web agency

visite nei luoghi di produzione

- le tipografie
- le fotocomposizioni

corso di grafica e design: argomenti *paralleli tecnologici*

computer

l'uso dei principali programmi :
illustrazione
impaginazione
fotoritocco

stampa

le prove di stampa
le stampate
prove chimiche
prove digitali
la quadricromia
i colori speciali
le pellicole
le lastre
le varie tipologie di stampa

l'immagine

l'acquisizione allo scanner
il monitor e la realtà di stampa