



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BERGAMO

CORSO DI LAUREA IN SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE

LABORATORIO DIDATTICO

Occhio!

Laboratorio di comunicazione visiva

a.a. 2017-18

Responsabile didattico: Mirko Rossi

Referente di ruolo: Prof. Fabio Cleto

Periodo di svolgimento: semestre I – sottoperiodo II

Il laboratorio si svolgerà in 4 incontri – a cadenza settimanale – da 4 ore tra novembre e dicembre, seguiti da un incontro (in data da concordare) per la presentazione dei progetti degli studenti.

Contenuti e obiettivi formativi:

Il laboratorio si propone di avvicinare gli studenti alla retorica e ai linguaggi della comunicazione visiva nella grafica pubblicitaria. Il percorso implica un supporto teorico-pratico che consentirà allo studente di acquisire le conoscenze di base afferenti l'identità di marca e di prodotto. Il laboratorio si propone di coinvolgere gli studenti nella progettazione di una campagna di comunicazione cartacea (manifesto pubblicitario, inserzioni etc..) dove le abilità operative, esito di un *iter* di ricerca e sperimentazione, siano espressione di una progettualità che si ponga primariamente come azione intellettuale e culturale. Al fine di acquisire familiarità con i concreti processi produttivi, il laboratorio introdurrà alcune tra le procedure tecnico-metodologiche per la realizzazione di uno stampato commerciale, arrivando ad esercizi di progetto dove gli studenti manipoleranno in prima persona gli elementi tecnico-formali (dal lettering alle griglie di impaginazione, equilibrio e composizione, gerarchia delle informazioni, abbinamenti cromatici, scelta di supporti e materiali, tecniche di stampa e nobilitazione, ecc.) che producono senso nel regime del visivo.

Articolazione del laboratorio:

Il laboratorio prevede:

6 ore di formazione teorica – tramite lezione dialogata – sugli aspetti chiave della comunicazione visiva e della grafica pubblicitaria:

- Introduzione alla grafica pubblicitaria; analisi e valutazione critica di un'immagine (poster/ADV)
- Aspetti fisiologici e psicologici della visione
- Il ruolo degli schemi percettivi della comprensione dell'immagine
- Utilizzo e espressività dello spazio
- il colore
- la composizione: visual, lettering e gerarchia delle informazioni
- Le figure retoriche nella pubblicità.

10 ore di progettazione e realizzazione – sotto la guida del docente – di un manifesto pubblicitario, attraverso l'utilizzo del software più comune nella grafica pubblicitaria:

- Concept, destinatario, funzione
- Applicazioni grafiche per la realizzazione di un prodotto editoriale non librario (poster)
- Regole base per la creazione e la gestione delle immagini digitali
- Strumenti di composizione digitale della comunicazione visiva
- Regole tipografiche
- Tecniche di stampa
- Strumenti di creazione di un esecutivo di stampa.

Gli studenti saranno divisi in piccoli gruppi (3 persone max). All'interno di ogni gruppo allo studente verrà affidato uno specifico ruolo produttivo. Alla fine del laboratorio ogni gruppo avrà realizzato la propria campagna, acquisendo familiarità con tutte le fasi operative, dal briefing, all'ideazione, sino alla realizzazione concreta di un artefatto grafico.

Il laboratorio prevede il lavoro autonomo dello studente, sulla scorta delle indicazioni del docente.

Il laboratorio richiede l'utilizzo di un **PC portatile** (sarà **cura dello studente** procurarselo) e software per il fotoritocco e l'impaginazione (verranno fornite indicazioni utili per acquisirlo).

Ulteriori informazioni:

Mirko Rossi – graphic designer, art director, consulente e pubblicitario – si occupa di creatività e comunicazione. Dal 2007 è responsabile comunicazione del M.A.C.S. (Museo d'Arte e Cultura Sacra - Romano di Lombardia) e dal 2010 del Sistema Museale M.O.eSe (Arte, cultura e storia fra Serio e Oglio – Soncino, CR). Ha al suo attivo più di 40 allestimenti museali. Dal 2011 è progettista dell'immagine coordinata del Gran Premio d'Italia di Formula1. Collabora con importanti istituzioni culturali e marchi conosciuti a livello nazionale ed internazionale. Da sempre appassionato d'arte, coniuga l'attività professionale con quella di artista concettuale, sperimentando nuove tecniche di stampa e realizzando installazioni performative in spazi pubblici e privati.

Per informazioni, contattare il Prof. Fabio Cleto (fabio.cleto@unibg.it)