

CDL DESIGN

LABORATORIO DI DESIGN PER LA COMUNICAZIONE VISIVA I

modulo di LABORATORIO DI DESIGN PER LA COMUNICAZIONE VISIVA

canale 2

2° anno 1° semestre

Programma del corso

Il laboratorio del secondo anno supporta il tema del modulo principale pur mantenendo un'autonomia sia nella didattica, con lezioni frontali, sia nell'attività di laboratorio con esercitazioni e/o ex-tempore. Il corso è finalizzato a sviluppare negli studenti la sensibilità culturale e la consapevolezza tecnica. Questi due aspetti imprescindibili, saranno investigati con un'intensa attività di ricerca volta ad infondere l'importanza di un processo di analisi come strumento alla base della progettazione di un qualsivoglia artefatto.

Il corso sarà organizzato con attività di laboratorio attraverso le esercitazioni e lezioni frontali.

Esercitazioni:

Per la prima esercitazione lo studente dovrà eseguire un lavoro di ricerca sulla pagina editoriale di un libro a sua scelta appartenente ad una tra le principali *collane editoriali* nazionali, del quali ciascuno studente dovrà **esplorare** la pagina tipografica ricercando gli allineamenti, visibili o invisibili, e tracciare dei campi da questi sottesi. Sulla base di questi disegnare le griglie o celle risultanti dalla tracciatura degli allineamenti.

Misurare i campi ottenuti e verificare l'eventuale sistema di principi logici nella composizione ed i riferimenti ai sistemi di proporzionamento adottati.

Tali proporzionamenti vanno ricercati in geometrie, intersezioni, nella sezione aurea, nella serie di Fibonacci e altre relazioni.

Analizzare quindi la struttura del libro ed i relativi apparati, iniziali e finali, e la copertina.

L'esercitazione va eseguita prima a mano e poi riportata in formato digitale.

Se le scelte di comunicazione sono una modalità del linguaggio del brand editoriale sarà propedeutico comprendere cosa e come il brand vuole comunicare. Questo è il tema della seconda esercitazione.

Per la seconda esercitazione lo studente dovrà eseguire un'analisi dell'editore o del gruppo di appartenenza e studiare la storia del brand attraverso:

Benchmarking (analysis and audit)

Brand Positioning (Brand positioning statement, Brand mission statement, Brand vision statement)

Brand Language (naming - verbal expression - look and feel, Brand identity)

Marchio

Lezioni:

Il corso si pone inoltre l'obiettivo di sviluppare una capacità di pensiero attraverso una serie di lezioni frontali propedeutiche alle esercitazioni in aula.

Se le esercitazioni si baseranno sullo studio di artefatti per ampliare la capacità di OSSERVAZIONE, stimolando la CURIOSITÀ dello studente che dovrà poi tradurre graficamente un PENSIERO. le lezioni frontali riguarderanno cenni sulla storia della tipografia, la gestione dello spazio carta, cenni sui programmi di impaginazione, sull'organizzazione di un libro.

Tema di progetto:

Il laboratorio farà proprio il tema di progetto del modulo principale integrando i seguenti contenuti all'esame finale:

domanda su uno dei libri presenti in bibliografia a scelta dello studente

book con le esercitazioni eseguite in formato A3 stampato e digitale

ricostruzione con i software dedicati della copertina del libro scelto

progetto del marchio della collana

mockup della collana

Bibliografia:

Testi adottati:

ACHILLI F., *Fare Grafica editoriale*. Editrice Bibliografica, Milano, 2018

ALESSI C., *Tante Care Cose*, Longanesi, Milano, 2021

FALCINELLI R., *Cromorama*, Einaudi stile libero extra, Torino, 2017

FALCINELLI R., *Figure: come funzionano le immagini dal Rinascimento a Instagram*, Einaudi stile libero extra, Torino, 2020

MUNARI B., *Da Cosa nasce Cosa: appunti per una metodologia progettuale*, Gius. Laterza & Figli, Roma, 1998

Bibliografia di riferimento:

ACHILLI F., *Fare Grafica editoriale*. Editrice Bibliografica, Milano, 2018

ALESSI C., *Tante Care Cose*, Longanesi, Milano, 2021

ARNHEIM R., *La dinamica della forma architettonica*, Feltrinelli, Milano, 1981

CALVINO I., *Lezioni Americane*, Arnoldo Mondadori Editore, Milano, 1993

CHING F. D. K., *Architettura: Forma, Spazio e Ordine*, Hoepli, Milano, 2015

DE BOTTON A., *Architettura e Felicità*, U. Guanda, Parma, 2007

FALCINELLI R., *Critica portatile al visual design*, Einaudi stile libero extra, Torino, 2014

FALCINELLI R., *Cromorama*, Einaudi stile libero extra, Torino, 2017

FALCINELLI R., *Figure: come funzionano le immagini dal Rinascimento a Instagram*, Einaudi stile libero extra, Torino, 2020

LYNCH K., *L'immagine della città*, Ed. Marsilio, Venezia, 2010

MUNARI B., *Da Cosa nasce Cosa: appunti per una metodologia progettuale*, Gius. Laterza & Figli, Roma, 1998