



UNIVERSITÀ DI PARMA

Dipartimento di Discipline Umanistiche, Sociali e delle Imprese Culturali

**Corso di laurea in
Comunicazione e media contemporanei per le industrie creative**

Grafica per l'editoria e la pubblicità

prof. Michela Rossi – Politecnico di Milano

Finalità

Il **corso** offre agli studenti un'**introduzione** agli strumenti e alle tecniche contemporanei della grafica editoriale e pubblicitaria. Senza essere un corso di progettazione grafica professionalizzante, esso intende dare gli **strumenti** per interloquire con gli operatori del settore e valutarne l'operato attraverso:

- acquisizione dei **principi** della **progettazione grafica** e applicazione pratica delle nozioni teoriche, con un uso elementare degli strumenti tecnici ad un progetto concreto proposto dal docente, simulando una reale situazione professionale (**esame pratico**);
- sviluppo della **sensibilità** alla **composizione grafica** di testi e immagini;
- sviluppo della **capacità di integrazione** nel lavoro di gruppo;
- approfondimento di **problematiche concrete** con l'incontro e il confronto con le esperienze reali di operatori culturali e tecnici della grafica commerciale.

Competenze finali

Alla fine del corso (**esame**) gli studenti devono

- essere in grado di **comprendere ed utilizzare il vocabolario tecnico** di base della grafica editoriale,
- **conoscere i processi progettuali elementari** necessari (composizione e gestione di immagini e testi),
- **controllare la gestione** collettiva di **un progetto esecutivo** con l'applicazione degli strumenti digitali per la sua realizzazione (lavoro di gruppo).

Quindi saranno in grado di utilizzare gli strumenti di base della grafica digitale raster e vettoriale nella gestione elementare di testi ed immagini per la composizione di prodotti grafici elementari (relazioni, tesine, locandine , portfolio...).

Contenuti teorici

- Le **arti grafiche**, definizione degli ambiti, delle applicazioni e degli strumenti relativi, le *geometrie* della pagina e dell'immagine (formati, griglie e moduli, tracciati regolatori e proporzioni);
- **Fondamenti di comunicazione visiva**, linguaggi grafici, psicologia della forma (Gestaltung), teoria del colore;
- **Applicazioni** storiche all'illustrazione e alla pubblicità;
- **Il libro**, struttura, immagine e contenuti, organizzazione grafica (gabbia e timone) e formattazione.

Applicazione pratica

- **Disegno a mano libera**
- **Grafica raster**, strumenti per la gestione delle immagini (Photoshop);
- **Grafica vettoriale**, strumenti per la costruzione delle immagini;
- Gestione di **testi e immagini** (Indesign).

Organizzazione

Il corso si organizza in:

- una serie di **lezioni teoriche e esercitazioni pratiche**, alternate a **relazioni ospiti** attivi nel mondo dell'editoria e della grafica con ruoli e specializzazioni diverse (I emisemestre);
- seguite da un **workshop** nel quale verrà sviluppata l'applicazione pratica delle competenze grafiche acquisite nell'ambito della progettazione e della realizzazione grafica (II emisemestre).

Sett.	lezione	titolo	organizzazione		esercitazione
I	1 – 15/2	01-grafica/02-Escher	Lezione frontale	Presentazione del corso le geometrie del piano	
	2 – 16/2	Segni e disegno	Laboratorio disegno	L'inquadratura	ordine grafico/pattern
	3 – 17/2	03 - la scrittura	Lezione frontale	Riproducibilità, il libro e la stampa	Segno e forma (controllo geometrico)
II	4 – 22/2	04 – comunicazione visiva	Lezione frontale	immagini come parole	
	5 – 23/2	05 – grafica pubblicitaria	Lezione frontale	insegne/manifesti/esposizioni	Analisi grafica
	6 – 24/2	06 – immagine aziendale	Lezione frontale	Brand, logo, packaging	messaggio visivo
III	7 – 1/3	07 - composizione dell'immagine	Lezione frontale	Griglie e tracciati regolatori (misura e proporzione)	messaggio visivo
	8 – 2/23	08 - collage	Lezione frontale		collage
	9 – 3/3	Sara Conte	Relazione ospite	Comunicazione visiva e immagine aziendale	
IV	10 – 8/3	09 – il carattere	Lezione frontale	Grafica per l'editoria, libri e collane. Anatomia del libro	
	11 – 9/3	10 - Grafica editoriale	Lezione frontale		
	12 – 10/3	Caterina Silva (Museo Bodoniano)	Relazione ospite	Bodoni oggi	
V	13– 15/3	11 – il libro	Lezione frontale	Anatomia del carattere	lettering
	14 – 16/3	12 – la gabbia	Lezione frontale	composizione della pagina	La gabbia, analisi grafica
	15 – 17/3	13 – il timone	Lezione frontale	Struttura del libro – testi e immagini	Studio di una collana
VI	16 – 22/3	Luca Monica	Relazione ospite	Arte grafica	
	17 – 23/3	14 – la copertina	Lezione frontale	Spiegazione/organizzazione	Analisi delle copertine
	18– 24/3	Lavoro d'esame	laboratorio		

Workshop - Calendario di massima

Photoshop	I	12/4	Grafica digitale – immagini raster - fotoritocco	
		14/4	Comandi principali	Donatella Bontempi
	II	19/4	Esercitazione guidata - locandina	Donatella Bontempi
		21/4	Revisione lavori	
Illustrator	III	26/4	Disegno vettoriale	
		28/4	Comandi principali	Sara Conte
	IV	3/5	Esercitazione guidata - logo	Sara Conte
		5/5	Revisione lavori	
InDesign	V	10/5	Impaginazione di testi e immagini	
		12/5	Comandi principali	Donatella Bontempi
	VI	17/5	Esercitazione guidata - copertina	Donatella Bontempi
		29/5	Revisione lavori	

Esame e modalità di valutazione

- **Durante il corso** verranno proposte alcune **esercitazioni preparatorie** da completare **prima** dell'inizio del workshop per l'ammissione allo stesso, consistenti ad esempio nell'analisi grafica di casi studio specifici relativi ai principali elementi che interessano la grafica in generale e quella editoriale in particolare editoriale (composizione dell'immagine, copertine, struttura del libro, gabbia e timone).
- **L'esercitazione finale consiste** nella preparazione del **prototipo** cartaceo (se si potrà fare l'esame in presenza, altrimenti il PDF) di un prodotto editoriale semplice, con un lavoro sviluppato in **piccoli gruppi** di lavoro durante il workshop (impaginazione di una piccola collana di volumetti e della locandina di invito ad un evento di presentazione, simulando l'attività all'interno di una casa editrice virtuale) corredato da una breve relazione che illustri l'ambito di inserimento culturale e commerciale motivando le scelte grafiche adottate.
- Ogni **studente** applicherà le **scelte progettuali condivise dal gruppo** in un elemento (capitolo /racconto) porzione del libro (capitolo) di una 'collana' collettiva di 10/12 volumetti, presentando la sua interpretazione personale nell'illustrazione dell'interno con una o più immagini rielaborate personalmente e nella reinterpretazione del format della copertina.
- L'esame consiste nella correzione del lavoro tenendo conto della valutazione delle esercitazioni preliminari, del progetto grafico collettivo (copertina, colophon, indice) e del lavoro individuale di composizione del volume.

Bibliografia di riferimento

- F. Achilli, ***Fare grafica editoriale. Progettare il libro: storia, teorie e processi***. Milano: Editrice Bibliografica. 2018. (testo di riferimento)
- D. Dabner, S. Stewart, E. Zempol, ***Graphic Design. Principi di progettazione e applicazione per la stampa, l'animazione e il web***. Milano: Hoepli. 2014 (manuale)

La **GRAFICA**



Cos'è la grafica?

gráfico agg. e s. m. [dal lat. **graphicus** agg. ‘che riguarda la scrittura o il disegno’, dal greco **γραφικός**, agg. ‘attinente alla trascrizione o descrizione mediante segni convenzionali, con riferimento sia alla sola scrittura, sia al solo disegno’ (Treccani).

1. *agg., attinente alla trascrizione o descrizione mediante segni convenzionali, con riferimento sia alla sola scrittura, sia al solo disegno.*

2. *s. m., tecnico specializzato in uno dei vari campi dell'arte grafica; colui al quale viene affidata l'impaginazione di un'opera a stampa, oppure la composizione e disposizione sulla pagina di disegni e testi pubblicitari.*

- Il termine **grafica** indica genericamente il prodotto della progettazione orientata alla **comunicazione visiva**. La conoscenza delle strutture portanti e delle strutture modulari delle figure geometriche fondamentali rende possibile la ricerca di forme geometriche nuove ed un campo specifico in cui questo tipo di ricerca è utilizzato con grande vantaggio è proprio quello della grafica.
- Oltre al concetto internazionale di **graphic design** (progettazione grafica) che riguarda l'attuazione di una precisa strategia di marketing prima e di una strategia creativa dopo, il termine può comprendere il concetto di **grafica d'arte**, settore orientato alla produzione in serie anche di opere artistiche, spesso slegate da una vera struttura commerciale.

La **Grafica** è un'arte del disegno, un linguaggio di comunicazione visiva basato su immagini piane che giocano sul contrasto tra il segno e il supporto.

Pittura / *colore*

Scultura / *materia*

Architettura / *spazio*

Grafica / *contrasto*

Il **Disegno** descrive le forme col segno (tratto monocromo che segue il contorno apparente dei volumi e le discontinuità di superficie)

= linguaggio di segni che non ha bisogno di altro (colore,...) per raccontare la realtà tridimensionalità.

“... il disegno, padre delle tre arti nostre, Architettura, Scultura e Pittura, procedendo dallo intelletto cava di molte cose un giudizio universale, simile a una forma ovvero idea di tutte le cose della natura, la quale è singolarissima nelle sue misure...”

... perchè da questa cognizione nasce un certo concetto e giudizio che si forma nella mente quella tal cosa, che poi espressa con le mani si chiama disegno, si può concludere che esso disegno altro non sia che una apparente espressione di dichiarazione del concetto che si ha nell'animo, e di quello che altri si è nella mente immaginato e fabbricato nell'idea...”

Giorgio Vasari, *Le vite...* (1550-1568)

Quindi potremmo definire la **GRAFICA** come *la tecnica del segno*.

Essa controlla la distribuzione dei segni sulla pagina per dare **risalto formale a un contenuto** (= **significante**) e sottolineare il **significato del messaggio** di una comunicazione nella sua manifestazione impressa su un supporto materiale **'leggibile' dalla vista**.

*Il **grafico** è un ‘tecnico specializzato in uno dei vari campi dell'arte grafica, al quale viene affidata l'impaginazione di un'opera a stampa o la composizione sulla pagina di disegni e testi’*

Cosa deve avere un buon grafico ?

talento – ambizione – desiderio

che sono doti innate, cui si aggiunge **il mestiere**... che si impara:

- avere **sensibilità grafica**, ovvero vedere e controllare i **rapporti spaziali della pagina** e gli effetti del **contrasto (a)cromatico**
- conoscere i **linguaggi e i meccanismi** della **comunicazione visiva**,
- dominare gli **strumenti** e le **tecniche** della realizzazione.