

Maurizio Di Lella

Programma 2020-2021

Progettazione Grafica (per gli allestimenti museali)

28 agosto 2020

Maurizio Di Lella

Progettazione Grafica (per gli allestimenti museali)

Obiettivi

Il percorso didattico è finalizzato all'apprendimento di teorie, metodologie e tecniche di progettazione grafica per gli allestimenti museali e per la comunicazione di attività espositive.

È importante saper organizzare in un progetto di comunicazione visiva tutto ciò che siamo abituati a scrivere, disegnare e immaginare. Per fare questo è necessario avere conoscenza e controllo del linguaggio grafico ed acquisire la capacità di coordinare gli aspetti estetici e funzionali per renderli fruibili ad un pubblico di riferimento.

Il percorso ha inizio con la fase più importante di tutto il processo progettuale, la fase di ideazione (analisi del problema e individuazione dei concept) e, attraverso il processo progettuale (valutazione delle soluzioni grafiche, dei materiali/supporti e dei mezzi/strumenti di comunicazione), si conclude con la realizzazione vera e propria dell'idea (presentazione dei progetti tramite prove stampate, mockup e slide).

Lo scopo del corso è quello di mettere in contatto gli studenti con i propri confini creativi per poi superarli tramite un'attività di analisi, indagine e ricerca di soluzioni idonee, adottando metodi e sistemi codificati oppure sviluppandone altri attraverso processi di sperimentazione adeguati.

Programma

Quando si parla di Graphic Design per gli allestimenti (nello specifico quelli museali) si fa riferimento ad un ambito che ha necessità comunicative articolate, dove sono "vitali" un buon impatto espressivo (per attirare l'attenzione dei visitatori) e la capacità di veicolare, in modo chiaro e diretto, contenuti fondamentali per la comprensione dei valori culturali legati all'evento (contenuti che possono variare da uno strumento di comunicazione all'altro).

Pertanto il percorso formativo sarà orientato alla progettazione grafica degli strumenti necessari per la comunicazione di eventi culturali.

Nello specifico verranno trattati:

1. Identità visiva e sistema identificativo (dal lettering all'infografica)

Ogni entità visiva per essere riconosciuta e ricordata ha bisogno di essere coordinata. I principi di coordinamento del sistema identificativo variano da evento ad evento (generalmente sono i contenuti a determinare il sistema da adottare). In questo processo rientrano anche quei sistemi identificativi basati su strutture grafiche dinamiche, con una forte diversificazione degli elementi grafici.

Il percorso progettuale inizierà con l'analisi dei contenuti da comunicare per poi proseguire con un'indagine sui segni che dovranno comunicare ed identificare l'evento, quindi si parlerà di:

- **Valore espressivo del carattere o del lettering.**

Verranno indagate le classificazioni, le regole di costruzione, l'importanza del contesto di applicazione nella scelta del giusto carattere e il suo valore estetico/emozionale.

Questo approccio propedeutico alla conoscenza del carattere è importante per poter sviluppare successivamente progetti di lettering per personalizzare un'evento. Individuati i concetti chiave caratterizzanti (ricavati dall'analisi iniziale dei contenuti) si procederà con la loro rappresentazione visiva e sintetica di un segno/lettering.

- **Elaborazione di segni iconici o simbolici** per veicolare informazioni sotto forma di infografica. Nata intorno agli anni '30 del Novecento con il gruppo ISOTYPE di Otto Neurath e Gerd Amtz, l'infografica è ormai indispensabile in tutti quei processi comunicativi che hanno bisogno di un linguaggio visivo universale (o ausiliario) per veicolare messaggi.

La maggior parte dei musei, sistemi museali e perfino i singoli eventi culturali, adottano sistemi di segni visivi per veicolare informazioni.

L'infografica, in epoca digitale, si è evoluta al punto da proporsi anche in versione animata. A tal proposito verranno trattate anche tecniche di animazione digitali per l'infografica dinamica e interattiva.

2. Lo spazio di impaginazione bidimensionale e tridimensionale

Un progetto grafico prevede la disposizione nello spazio di elementi visivi secondo un preciso ordine percettivo. Il percepito è determinato dall'insieme delle relazioni spaziali e semantiche che intercorrono tra gli elementi grafici.

L'impaginazione tiene conto inevitabilmente degli aspetti legati alla leggibilità e

alla visibilità e in genere utilizza schemi e strutture (dette gabbie) che facilitano l'organizzazione dei contenuti. Sarà utile, in questa fase, partire dall'analisi di manufatti prodotti da designer noti per comprendere meglio le potenzialità del metodo. Nello specifico verranno analizzate e prodotte: le **gabbie classiche**, le **gabbie multicolonna**, la **struttura modulare**, la **gabbia libera**, le **strutture generative** e quelle **dinamiche** (strutture fortemente consolidate dalle ricerche fatte nel corso del XX secolo da designer di grande valore a cui verranno dedicate delle sezioni all'interno delle singole unità didattiche).

Visto il settore disciplinare in cui si inserisce il corso, particolare attenzione verrà posta alla traslazione delle strutture di impaginazione dallo spazio bidimensionale a quello tridimensionale.

3. Aspetti estetici e funzionali del progetto grafico.

Qualsiasi progetto grafico ha la funzione di comunicare.

È importante individuare i valori espressivi che il progetto dovrà adottare per comunicare correttamente le informazioni ed assolvere alla sua funzione. In questo processo, **oltre al concept, anche materiali e mezzi utilizzati sono determinanti**. Verranno analizzate le qualità estetiche, formali e funzionali dei materiali (carte, plastiche, metalli, legni, ecc.), degli elementi grafici (forme, colori, immagini, testi) dei media (tradizionali e digitali) e le loro possibilità di utilizzo in un progetto di comunicazione.

4. Il graphic designer e la multimedialità

Con lo sviluppo delle tecnologie informatiche le abitudini degli utenti sono cambiate, di conseguenza la comunicazione, nel suo perenne inseguire i trend, si è adeguata ai nuovi strumenti. Dal web alla multimedialità (banner, cataloghi e brochure multimediali ed interattivi), il graphic designer si evolve sul piano degli strumenti, ma anche delle tecniche e delle teorie. Le regole tipografiche o di impaginazione, seppur identiche all'epoca pre-digitale nel garantire la leggibilità ed il corretto ordine percettivo degli elementi, differiscono dal "cartaceo" per la gestione di una quantità notevole di linguaggi che possono interagire tra loro nello stesso prodotto (audio, video, interazione, animazione). **È importante conoscere le nuove frontiere del graphic design e rapportarsi a questa nuova visione.** Verranno trattati i seguenti argomenti (da coordinare con eventuali altri corsi che già se ne occupano):

Grafica Interattiva, Grafica Multimediale (Qrcode, Realtà Aumentata, Immersive Design), **Grafica Animata** (GIF, Mp4, Motion Graphic)

Strumenti	Se non trattati in altri corsi sono previste lezioni su InDesign, Illustrator, Photoshop
Materiali didattici di supporto	Slide e audiovisivi di progetti di supporto alle singole lezioni per aiutare la comprensione dei processi progettuali. Verranno utilizzati e analizzati progetti grafici di rilievo, allo scopo di suggerire e stimolare soluzioni progettuali personali. Se previsto dall'istituzione potranno essere organizzati incontri con professionisti esterni.
Tipologia delle lezioni	Le lezioni teoriche saranno di tipo frontale, mentre per le attività di laboratorio si prediligerà l'interazione diretta con gli studenti; verranno favoriti il confronto e il dialogo per approfondire e risolvere questioni legate ai singoli progetti.
Accreditamento finale	Sono previste un massimo di due verifiche durante il corso per controllare il livello di apprendimento. Durante le lezioni ci saranno momenti di confronto per verificare l'andamento dei singoli progetti. L'esame verterà sugli elaborati finali e su un breve colloquio per verificare le conoscenze acquisite durante il corso.
Bibliografia di riferimento	Dario Russo, <i>Free graphics. La grafica fuori dalle regole nell'era digitale</i> , Lupetti, Milano. Daniele Baroni, <i>Storia del design grafico</i> , Longanesi & C., Milano. Pier Giorgio Cozzi, <i>Comunicare con gli eventi. Una guida operativa</i> , Franco Angeli Fabio Severino, <i>Comunicare la cultura</i> , Franco Angeli Gianfranco Bettetini, <i>Semiotica della comunicazione pubblicitaria</i> , Bompiani, Milano. Gianluca Torrini, Luca Toschi, <i>La realtà aumentata. Esperienze, strategie, contenuti per l'augmented reality</i> , Apogeo, Milano