

CORSO DI GRAFICA EDITORIALE

Gennaio – Maggio 2019

Orario giovedì 19/22

(Insegnante Isabella Ahmadzadeh)

UF0001 Introduzione alla grafica editoriale

Panoramica della grafica editoriale e di case histories significative: Attraverso la presentazione di una serie di case histories, verrà estrinsecato il significato di grafica editoriale, quali sono gli obiettivi, elementi e funzioni che definiscono un prodotto editoriale e quali le diverse figure professionali coinvolte in questo settore. **Basic design, gestalt e teoria della composizione:** Una serie di esercizi pratici, cuore del basic design, porterà attivamente a capire i meccanismi alla base della configurazione e composizione visuale, del significato di percezione visiva e dei paradigmi che la caratterizzano. **Conoscere lo spazio di lavoro (Indesign):** Gli studenti verranno introdotti al software di impaginazione InDesign attraverso un'esercitazione pratica che mostrerà come impostare un documento, come utilizzare i comandi e muoversi nello spazio di lavoro, quali sono gli strumenti e i pannelli a disposizione e come importare ed editare immagini e testi. **Il carattere tipografico e l'immagine come strumenti di comunicazione:** Introduzione alle origini e caratteristiche dei caratteri tipografici attraverso la visione di estratti dal docufilm *Helvetica*, relativo a tipografia e graphic design, e di videopills del famoso type-designer Erik Spiekermann. Analisi del ruolo narrativo delle immagini nei contesti editoriali, le figure retoriche della comunicazione visiva e il delicato compito del graphic designer di mantenere in equilibrio la solidità progettuale senza cadere nella monotonia visuale.

UF0002 Progettare per la stampa

Panoramica introduttiva del processo che porta dalla progettazione e impaginazione di un editoriale alla sua pubblicazione su carta.

Le diverse tipologie di prodotto editoriale (libro, brochure, rivista): attraverso case histories significative, verranno estrinsecati concept progettuali e identità editoriali, rintracciando legami tra i modelli tipo (moda, arte, business) e i paradigmi utilizzati nel progetto grafico del relativo prodotto editoriale. **La scelta del formato progettuale come strumento di comunicazione:** Un progetto editoriale risponde sempre a un obiettivo di comunicazione e non è mai affidato alla pura resa estetica. Che si tratti di consolidare l'identità di un giornale, o del lancio di una nuova collana di libri, o di un intento sperimentale, il progetto editoriale vive di un proprio concept. Verranno quindi presentate diverse case histories di prodotti editoriali, dei quali verranno analizzati copertina, layout, stampa, carte e rilegatura alla luce delle diverse finalità di comunicazione. **I modelli di impaginazione come strumenti progettuali:** Qual è l'anatomia di una pubblicazione? Quali strutture e scelte progettuali si tramutano nello scheletro e DNA di un prodotto editoriale? La lezione avrà lo scopo di rispondere a queste domande sviscerando i modelli di impaginazione di differenti prodotti editoriali e rintracciandone all'interno layout e gabbie, ritmo e proporzione, caratteri tipografici e segni grafici ricorrenti. **Pagine mastro, fogli di stile, sommario, indici, inserimento note:** Al fine di impostare un solido layout progettuale, gli studenti impareranno come utilizzare le pagine mastro. Successivamente sarà spiegato come utilizzare gli stili di paragrafo e carattere, come creare sommari e indici e come inserire note a piè di pagina. **Cenni sulle tecniche di stampa e su come esportare il file per la stampa:** Sarà affrontato il tema delle tecniche di stampa, analizzandone le radici storiche e le principali tipologie attuali: offset, roto-offset, serigrafia e stampa digitale, con cenni alle lavorazioni tipografiche accessorie. Successivamente ci si concentrerà sulla classificazione dei diversi formati di esportazione in InDesign, focalizzando l'argomento sul pre stampa e sulla gestione dei file per la tipografia.

UF0003 Dalla pubblicazione cartacea alla pubblicazione digitale

Dalla pubblicazione cartacea alla pubblicazione digitale: Panoramica sull'evoluzione digitale della grafica editoriale, che ha trovato una nuova forma di applicazione nei siti web, nei pdf interattivi, negli ePub e nelle app che, studiate appositamente per il digitale, aprono nuove vie di fruizione e pubblicazione a magazine, giornali e libri. Attraverso lo studio e analisi dei prodotti editoriali digitali più significativi nel panorama contemporaneo, risaliremo ai meccanismi tecnici che ne regolano le dinamiche visuali e ne definiscono l'identità e a come gli elementi alla base della progettazione finalizzata alla stampa siano ancora presenti seppur declinati con altre finalità di comunicazione. Come strutturare una pubblicazione digitale, a partire da come impostare e gestire i documenti per il digitale in InDesign, come gestire i layout multipli, come assemblare articoli nel folio. ***Inserimento di contenuti multimediali, esportazione e compatibilità:*** Verrà spiegato come inserire contenuti interattivi in InDesign, come: collegamenti ipertestuali, video, animazioni, presentazioni, gallerie di immagini e slideshow, mappe e pagine web, foto navigabili e panoramiche. Verranno poi classificati i diversi formati di esportazione interattiva e discusse le attuali compatibilità da parte dei diversi software e sistemi operativi. **La composizione editoriale nell'era digitale: le newsletter e i magazine digitali:** Gli studenti impareranno ad utilizzare Mailchimp per creare newsletter, seguendo nel design della pagina la logica progettuale finora appresa. Successivamente attraverso un esercizio collettivo, verrà mostrato come creare dei magazine digitali attraverso InDesign.

UF0004 Stage

Il corso prevede **23 ore di Stage** da svolgere presso studi di progettazione grafica, agenzie di comunicazione e social media marketing, redazioni e uffici stampa".

Totale ore corso: 52 ore di lezioni frontali + 23 ore di Stage