

LABORATORIO EDITORIALE IN DESIGN DELLA COMUNICAZIONE

Accademia di Belle Arti "P. Vannucci" di Perugia

(Novembre-Dicembre 2020)

Il laboratorio editoriale sul Design della Comunicazione si struttura in un Modulo di insegnamento multidisciplinare finalizzato a fornire strumenti, conoscenze e tecniche che consentano di ideare, progettare e quindi creare un prodotto editoriale a 360°.

La struttura del laboratorio didattico si basa su 20 ore complessive suddivise in dieci lezioni, in cui si affrontano da un lato le tematiche inerenti al mondo della comunicazione nella sua complessità ed evoluzione, comprese le nuove sfide dell'editoria, l'editing, il management e il marketing di un prodotto editoriale, e dall'altro la comunicazione visual, la direzione artistica, la grafica, anche attraverso una contaminazione con la forza espressiva dell'arte, del design, dell'architettura e della progettazione multidisciplinare.

Qui di seguito si riportano gli argomenti che verranno approfonditi durante le lezioni.

1. Caratteristiche e principi della comunicazione. Il ruolo dell'estetica come forma di bellezza che si manifesta attraverso il design, lo stile, la moda. L'impatto della grafica nell'esaltazione dei progetti attraverso un processo di creatività, immaginazione e ispirazione. Comunicazione emozionale tra storytelling, copywriting, content marketing.
2. Introduzione alle dinamiche con cui si realizza un prodotto editoriale e alle molteplici tipologie che lo caratterizzano, dal cartaceo al digitale, dal blog ai social network. Comunicazione Crossmediale. Nascita di un prodotto editoriale: idea, business plan, collaboratori, sponsor, distribuzione. Case study: Magazine Riflesso.
3. Introduzione alle tecniche di scrittura di base e ai diversi registri linguistici per la produzione di testi, post, articoli, titolazione. Esercitazione pratica per l'applicazione delle principali tecniche di scrittura.
4. Progettare un piano di comunicazione integrato con tecniche di web marketing e comunicazione digitale tramite Seo, Sem, analisi e monitoraggio della performance di sito e social, attività di search marketing, per promuovere un prodotto editoriale, anche attraverso l'organizzazione di eventi.
5. Esercitazioni pratiche su come creare una start up editoriale.
6. Figure professionali che contribuiscono alla creazione di un prodotto editoriale (art director, creative director, illustratore, graphic designer, copywriter). Direzione artistica, linea grafica e scelta del layout.
7. Dalla stampa tipografica alla grafica digitale. L'evoluzione del diritto d'autore: ricerca e produzione di materiale grafico per la realizzazione di visual di copertina e di immagini a supporto dei testi, creative commons e didascalie. Strumenti di grafica editoriale e tecniche di base per l'impaginazione e la pubblicazione di un prodotto.
8. Il ruolo sociale della comunicazione visiva nell'informazione e nella divulgazione culturale in situazioni di crisi emergenziali: dalla comunicazione a distanza alla comunicazione nel distanziamento.
9. Ripensare lo spazio: comunicazione editoriale e ambientale tra arte, architettura e design. Principi di teoria del colore e della percezione.
10. Esercitazione su progetto, ricerca e composizione nel contesto di un prodotto editoriale.