

Insegnare la grafica pubblicitaria: proposta di progettazione didattica

di Giovanni Federle

Struttura disciplinare nell'indirizzo "grafica pubblicitaria"

Una definizione del design grafico

L'ambito del designer grafico

La valenza formativa del disegno

Una definizione dei principi didattici della disciplina

- Insegnare il pensiero analitico
- creativo
- pratico

Competenze in entrata

Competenze generali in uscita

I cinque anni di corso

Competenze in entrata

Competenze in uscita

- Primo anno
- Secondo anno
- Terzo anno
- Quarto anno
- Quinto anno

Allegato 1

Cosa deve conoscere un designer grafico. Documento AIGA

Allegato 2

Syllabus

Una definizione del design grafico

Il designer crea, sceglie e organizza gli elementi – tipografia, immagini e quello che si chiama spazio bianco attorno ad essi – per comunicare un messaggio. Il design grafico è un processo creativo che combina arte e tecnologia per comunicare idee. Definizione dell'AIGA

“L’instabilità del sistema didattico di questa disciplina è dovuto alla natura stessa di questa professione: né arte, né scienza, né tecnologia, anche se in rapporto con tutte e tre.” “Il corso fondamentale (ricordate i primi anni di disegno grafico ed educazione visiva) si basa generalmente sull’ipotesi che i primi approcci con lo studio della progettazione grafica debbano limitarsi a quei problemi in cui non compaiono le variabili uso, produzione, costi, caratteristiche dei materiali.” Gui Bonsiepe

Occorre sgombrare subito il campo da un equivoco di fondo che pesa fin dalla nascita sull’indirizzo “grafica pubblicitaria” (anni ’70) quello di essere la grafica, meglio il design grafico, al servizio della pubblicità, godendo al contrario di autonomia assoluta rispetto alla pubblicità stessa, essendo quest’ultima da sempre una forma di comunicazione finalizzata che può avvalersi anche dei supporti visivi e grafico/verbali che sono studiati e realizzati dal designer grafico ma non esclusivamente.

Il design che si impiega in advertising (ci si riferisce solo a quella di classe da “dignitoso” in poi) non è dissimile da quello impiegato nel design grafico, ma è previsto per agire nel breve periodo e non deve necessariamente rispettare l’immagine coordinata del cliente.

Il design grafico, al contrario, deve durare nel tempo, ed essere la struttura su cui formare l’immagine coordinata del committente. Nel caso dell’advertising è la creatività, l’idea del momento, a prevalere sul design, (quest’ultimo è solo un mezzo); mentre nel caso del design grafico è il design stesso che deve essere creativo nei limiti imposti dalle regole della comunicazione finalizzata. L’insegnamento della “pianificazione pubblicitaria” (di fatto marketing e organizzazione del lavoro pubblicitario) concorre a confondere ancor più gli obiettivi dell’insegnamento. Di fatto sottraendo spazio e tempo si sostituisce, per giunta approdando a pietosi risultati, allo studio approfondito della comunicazione, dei suoi codici e meccanismi, molto più utili e coerenti con quella che sarà la destinazione professionale del diplomato tipico dell’istituto professionale al quale la conoscenza del marketing sta con la medesima coerenza per la quale lo studio della genetica sta all’allevatore di polli.

L’ambito del designer grafico

Molti termini sono di uso comune per designare la professione del designer grafico: design grafico, design visuale, comunicazione visuale, design della comunicazione, communication art, arte commerciale, grafico o grafico pubblicitario.

Il design grafico è fatto di testo e immagine messe insieme. Senza la tipografia siamo in campo artistico (con la fotografia, l'illustrazione e altro).

La comunicazione visuale – professionale – è una **attività tecnica** che ha delle regole, dei parametri di valutazione dell'efficacia e con una, parimenti dignitosa tra le altre, componente creativa.

Dietro la comunicazione esiste qualcuno che ne finanzia la produzione e il designer grafico si assume una responsabilità morale e professionale. Quando si produce comunicazione, si devono fare i conti con un committente e un destinatario, con l'obiettivo di raggiungere degli scopi, di cogliere delle finalità prefissate.

Si rimanda all'allegato AIGA per una puntuale descrizione degli ambiti nei quali si muove l'attività professionale del designer grafico

La valenza formativa del disegno

È preferibile un grafico che sappia disegnare all'occorrenza, come è preferibile un grafico che sappia scrivere in italiano e conosca l'inglese piuttosto che no. "Saper disegnare" comporta diversi livelli di abilità e non è necessario essere grandi disegnatori per riuscire come grafici, ma visualizzare per sé stessi e per gli altri con una certa scioltezza aiuta sicuramente.

Alcune ipotesi di carattere eminentemente pedagogico e didattico sulle valenze del disegno nella formazione dell'individuo.

- Disegnare aiuta a distinguere un buon prodotto visivo da uno cattivo: l'esercizio sul disegno aiuta a imparare a distinguere ciò che vale.
- Disegnare insegna a guardare: non si tratta solo di fare arte ma di guardare dentro il soggetto. Riflettere sullo spazio che sta intorno, sullo spazio positivo e negativo è come riflettere in grafica sullo spazio occupato dal testo e quello occupato dal bianco dei margini.
- Disegnare aiuta a diventare osservatori: non solo insegna a guardare ciò che si disegna ma insegna a guardare l'oggetto per vedere perché o che cosa lo rendono un interessante soggetto.
- Disegnare insegna a strutturare la composizione: e un buon apprendistato nella composizione del disegno insegna gli stessi principi applicabili in grafica.
- Disegnare insegna molto sull'uso del colore: anche se si disegna solo in b/n si impara sull'uso dei toni. Molto di più se si lavora con i colori a partire dalla teoria del colore.

Nella scuola in questo momento, con la riduzione dell'orario delle materie di indirizzo a favore delle materie di area comune, rimane poco tempo per fare quello che è indispensabile per imparare a disegnare: un lungo training. Allo studente che interes-

sa imparare conviene farlo applicandosi al di fuori dell'orario scolastico con la guida dell'insegnante che gli indica metodi e lo corregge negli errori di impostazione.

Una definizione dei principi didattici della disciplina

Come afferma Sternberg “L'insegnamento dovrebbe comprendere le abilità di pensiero analitico, creativo, e pratico, nonché l'apprendimento mnemonico”. Robert J. Sternberg, *La teoria triarchia dell'intelligenza efficace. Come tradurla in pratica*, in *Psicologia dell'educazione e della formazione*, col 1, n. 1 1999, Erickson.

Viene riportato di seguito lo schema di Sternberg applicandolo alle discipline della grafica.

Insegnare il **pensiero analitico** significa incoraggiare gli studenti a:

- **Analizzare** (ad esempio un pittogramma, una fotografia, una pagina di quotidiano dall'impaginazione complessa)
- **Confrontare e contrastare** (ad esempio due marchi per due aziende dello stesso settore, due tipi di impaginazione per riviste dello stesso genere)
- **Valutare** (ad esempio l'efficacia della impaginazione di una interfaccia di navigazione, una strategia comunicativa determinata dalla esiguità del budget)
- **Spiegare** (ad esempio l'uso di una font in un titolo significativo, un'opinione riguardo all'uso del colore come dato segnaletico, la soluzione ad un problema di tipo comunicativo)

Insegnare il **pensiero creativo** significa incoraggiare gli studenti a:

- **Creare** (ad esempio una fotografia con un particolare punto di vista, una ricerca scientifica sull'uso delle camere oscure nell'arte figurativa, un sistema di gestione di un lavoro di gruppo)
- **Ideare** (ad esempio una combinazione di colori inedita per un prodotto di design, un nuovo modo di impugnare un oggetto consueto, una decorazione per un ambiente applicando uno stile storicizzato)
- **Immaginare** (ad esempio una nuova forma alfabetica di comunicazione,
- **Supportare** (ad esempio che la comunicazione in un particolare settore sia effettuata solo attraverso le immagini,

Insegnare il **pensiero pratico** significa incoraggiare gli studenti a:

- **Usare** (ad esempio un software per una data funzione, uno strumento di ricerca su internet)
- **Applicare** (ad esempio i principi di uno stile grafico per creare un falso o una copia, quanto appreso da una ricerca su un caso concreto, una regola tipografica per sperimentare la sua trasgressione)

- **Implementare** (ad esempio il quarto di una serie coerente di pittogrammi o segnali, sviluppare i passi per una strategia di informazione già definita nei fini e nel budget).

La **valutazione** dovrebbe coinvolgere le componenti analitiche, creative e pratiche.

L'insegnamento e la valutazione dovrebbero rendere gli studenti capaci di identificare e ottimizzare i loro punti di forza. L'insegnamento e la valutazione dovrebbero mettere gli studenti in grado di identificare, correggere e se necessario compensare i propri lati deboli.

Insegnamento e valutazione dovrebbero coinvolgere l'utilizzazione in momenti diversi di tutte e sette le metacomponenti del ciclo di problem solving, che sono: identificazione del problema, definizione del problema, formulazione di strategie di risoluzione del problema, formulazione delle rappresentazioni mentale e esterna dell'organizzazione dei problemi e delle informazioni a essi associate, allocazione delle risorse, monitoraggio del problem solving

Questo è un passaggio fondamentale perché la dominante formativa del corso è la metodologia di progettazione.

L'insegnamento dovrebbe coinvolgere l'utilizzazione, in momenti diversi, di almeno sei componenti di prestazione, che sono: codifica dell'informazione, inferenza, mappatura, applicazione, confronto di alternative, risposta.

L'insegnamento dovrebbe coinvolgere l'utilizzatore, in momenti diversi, di almeno tre componenti di acquisizione di conoscenze, tra cui

la **codifica selettiva** che implica l'identificazione, nel vasto flusso di informazioni, di quelle rilevanti per i nostri scopi;

il **confronto selettivo** in cui queste e altre informazioni di nuova acquisizione vengono collegate a quelle già immagazzinate in memoria;

la **combinazione selettiva**, che consiste nell'integrare in una rete organica le diverse nuove informazioni. Ad esempio: viene chiesto di identificare in un annual di grafica gli ad che comportano l'utilizzo di illustrazioni; viene chiesto di confrontarle con altre date per identificarne la tecnica; da ultimo si chiede di selezionare e combinare le illustrazioni realizzate a pastello con quelle che hanno come soggetto gli animali al fine di realizzare a pastello una illustrazione avente come soggetto una tigre)

Struttura disciplinare nell'indirizzo "grafica pubblicitaria" negli Istituti Professionali di Stato

Disegno grafico	Primo secondo terzo anno
Progettazione grafica	Quarto quinto anno
Tecnica pubblicitaria	Terzo
Pianificazione pubblicitaria	Quarto e quinto

Disegno professionale e comunicazione visiva nei primi tre anni sono insegnate dalla classe di concorso A25.

Arte della grafica e della fotografia (classe di concorso) A07 dal terzo anno.

Competenze in entrata

I prerequisiti minimi e necessari per affrontare l'ambito professionale del design grafico

Tutto ciò che riguarda genericamente le comunicazioni visive:

- il segno
- la forma e la figura
- la struttura del campo
- la texture
- le varie forme di simmetria e asimmetria
- equilibrio della composizione
- il colore, teoria
- il colore come espressività
- psicologia del colore

e in più

l'uso del computer e il trattamento dei file (archiviazione, spostamento, copia).

Competenze generali in uscita

Competenze tecnologiche professionali

La professione del design grafico è stata la prima delle discipline del design ad abbracciare l'uso del computer infatti è oggi impossibile praticare il design grafico usando solo i procedimenti manuali. Quindi a tutti quelli che si accostano alla professione si chiede di possedere

- le capacità base per comporre testi con programmi di videoscrittura,
- saper disegnare immagini a computer,
- saper manipolare foto digitali,

produrre layout di pagina digitali,
conoscere le problematiche relative all'uscita e alla pre stampa digitale in termini di allestimento dei file
scegliere le tecnologie appropriate per pubblicare su carta e su media digitali.

Il livello specialistico multimediale

In ordine alla produzione di queste competenze il corso prefigura due percorsi specifici dal punto di vista tecnologico, percorsi separati anche dall'uso di software specialistici.

L'esplosione dei nuovi media ha cambiato il lavoro del design allargandolo dalla progettazione indirizzata alla stampa alla progettazione che include la comunicazione digitale. Molti designer specializzati nella stampa si sono trovati a dover progettare per il video. Le due cose sono diverse.

Perciò in aggiunta alle competenze delineate sopra è necessario arrivare ad avere abilità di base come:

saper operare nei multimediali basati sulla dimensione temporale (costruire immagini in sequenza, grafica animata)

design della grafica dei caratteri in movimento (sigle, titolazioni di filmati)

design dell'informazione, struttura, interfacce per internet

design dei media basati sullo scorrimento temporale in progetti incrociati (stampa-nuovi media).

I cinque anni di corso

Obiettivi generali

Dominante formativa. La cultura e la metodologia di progetto. Lo studente nel ciclo secondario deve acquisire la consapevolezza chiara che la comunicazione visiva viene costruita attraverso una precisa tecnica e con l'applicazione di procedure che lasciano un margine controllato alla improvvisazione e alla novità. Tale margine è stretta funzione degli obiettivi della comunicazione.

Lo studente di fronte ad un problema posto deve saper

Analizzare i dati

Valutare le risorse

Disegnare un percorso metodologico e una tempistica

Individuare le giuste tecnologie per l'esecuzione

Mettere in azione le tecnologie

Monitorare la procedura

Verificare i risultati

Commentare le fasi di lavoro e gli esiti.

Pertanto dopo la verifica iniziale dei prerequisiti di ingresso e l'appianamento delle variabili individuali il docente nei primi tre anni attraverso l'uso di un software introduce

- i principi del lettering e della composizione tipografica, (anche videoscrittura per es. Word)
- del disegno vettoriale (con soft appropriato e disponibile p. es. Illustrator, FreeHand)
- dell'ipertesto e delle interfacce di navigazione (a partire dal semplice programma di presentazione, per es. PP) come introduzione ai linguaggi multimediali
- lettura dell'immagine per arrivare in particolare alla lettura tecnica del prodotto grafico

Le attività elencate nell'allegato, vedi paragrafo "Compiti del design grafico" **Gruppo A** possono costituire i materiali sui quali si applica l'attività nel triennio iniziale; questa suddivisione per altro assai arbitraria poggia sulla convinzione che alcune attività prevedono un grado di concettualizzazione e di astrazione che le rendono più o meno adatte al grado di maturazione dello studente. Un grado assai elevato è rappresentato dal marchio aziendale; un grado di attività che prevede concretezza e aderenza al prodotto tangibile e immediatamente da comunicare è rappresentato dal progetto del packaging.

Le attività elencate nell'allegato, vedi paragrafo "Compiti del design grafico" **Gruppo B** possono costituire i materiali sui quali si applica l'attività nel biennio finale.

Nel biennio finale

- si consolidano i principi della composizione della pagina e del montaggio testo-immagini con un programma professionale di impaginazione
- si approfondisce l'uso del software di disegno vettoriale e l'interscambiabilità dei file
- si affronta il trattamento e la preparazione delle immagini per l'impaginazione e la stampa (Photoshop)
- si affronta la storia del design grafico (testo di riferimento Baroni, Vitta, Storia del Design grafico, Longanesi) e la collocazione temporale dei prodotti grafici nonché la conoscenza dei più importanti esponenti della grafica internazionale.

Bozza di definizione di programmazione di dipartimento

COMPETENZE IN ENTRATA

Indicare le conoscenze e le competenze richieste agli alunni nelle diverse classi

Specificare le attività da effettuare o rilevate in uscita nell'anno precedente (ad eccezione della classe prima) per la definizione delle conoscenze e competenze in entrata

COMPETENZE IN USCITA

Indicare le competenze da acquisire, rispetto a quelle in entrata ed eventuali integrazioni e/o modifiche

MODALITA' DI VERIFICA

Tipologia di prova

Numero minimo di prove a quadrimestre

Predisposizione di prove comuni per classi parallele nel corso dell'anno

MODALITA' DI VALUTAZIONE

Individuazione criteri e griglie di valutazione

RECUPERO

Tipologia degli interventi

Monte ore docente

Monte ore classe

Assolvimento Debito Formativo

Allegato 1

Cosa deve conoscere un designer grafico. Documento AIGA

I designer devono possedere un'ampia varietà di informazioni e concetti. Quella che segue è una elencazione di 9 categorie di ricerca che dovrebbero comparire nei programmi educativi del design grafico. Non tutte le categorie troveranno posto negli anni delle superiori perché il tempo a disposizione è troppo esiguo. Ogni programma pone l'accento su certi soggetti e insegna diversi modalità di approccio alla professione.

Non è necessario sviluppare competenze a tutto campo ma selezionare una speciale area di interesse nell'ambito della comunicazione. Alcuni designer amano i mezzi a stampa, altri la progettazione del libro. Altri ancora hanno interesse al design del carattere o ad altro ancora.

L'educazione al design è la preparazione alla pratica, ma se un certo campo del design vi sembra più rispondente alla vostra vocazione occorre pensare a che cosa vi aiuta ad apprenderlo.

Percezione, organizzazione visiva, estetica

Il designer ragiona sulle forme visive e su come possono essere combinate per farne uscire un senso. Queste forme sono il campo del linguaggio visivo.

Punti, linee, superfici, volumi, spazi, texture e colori sono i materiali con i quali si compone con proporzione e ritmo e formano le basi del linguaggio visivo.

Forma e struttura analizza le forme positive e negative

Tecniche visuali

Il designer deve avere familiarità con gli strumenti di base, le tecniche e i processi per produrre immagini, bozzetti, modelli e lavori finiti. Deve usare gli strumenti con perizia e sensibilità. Gli studenti studiano fotografia, le varie forme del disegno, la costruzione di modelli e diagrammi e i modi per sviluppare le proprie intuizioni. La fotografia è il modo con cui si guarda al mondo, convogliando in questa visione realismo ed emozione. La traduzione visiva è il processo attraverso il quale l'essenza dell'immagine è rappresentata nel disegno.

Costruzione di modelli.

Esplora le forme tridimensionali in relazione alla pianificazione e alla prototipazione di nuovi prodotti

Disegno

Insegna agli studenti come guardare e vedere nel modo migliore.

Materiali strumenti e tecnologie

La tecnologia gioca un ruolo importante nel processo del design e della comunicazione visuale. I designer creano idee in due e tre dimensioni usando materiali diversi

come carta e pellicola. Usano strumenti come computers, camera oscura e lavorano con le tecnologie di stampa e di produzione video.

Mettere insieme idee e tecniche di produzione

Il designer crea soluzioni a problemi di design. Ogni soluzione include la definizione degli aspetti tecnici del lavoro: come stampare un poster, come creare il disegno tecnico di un packaging. Il designer apprende a esprimersi chiaramente e trasmettere idee e istruzioni allo stesso tempo come ricevere e valutare risposte. A questo scopo, lo studente apprende le istruzioni tecniche; per descrivere obiettivi, brief e relazioni, per presentare verbalmente le idee, graficamente e con supporti visivi e ad ascoltare con attenzione.

Messaggio e contenuto

Il designer imposta problemi di comunicazione. Interpreta idee e le rappresenta con immagini e parole. L'abilità nel riflettere e creare significato attraverso immagini, caratteri e simboli è essenziale. La capacità di rendere persuasiva o di porre un'idea in una prospettiva informativa è altrettanto importante. Semantica è lo studio di come la gente comprende le parole e le immagini. Attraverso le metafore visuali si studiano i simboli.

Persuasione e informazione: si esamina come creare una affermazione memorabile

Immagine, simbolo e segno esplorano i modi in cui i marchi comunicano.

Metodi, pianificazione e management

Metodo del design: si traccia un percorso per il designer in cerca di soluzioni per problemi di comunicazione

Valutazione del design: giudicare la reazione al design attraverso una procedura a test. Per esempio osservando la reazione dei bambini ad un libro si pone questa domanda. Questo libro è facile da leggere? È divertente? Comunica effettivamente?

Management del design

Include un visione appropriata del processo di design, come l'amministrazione della creatività, dei costi, della programmazione e della qualità

Storia e critica

Il designer fa parte di una cultura che include arte, architettura e design. Non è solo interessante ma importante sapere dove questi campi vanno a dirigersi. Il designer studia il passato per ispirarsi e conoscere i temi gli stili e gli sviluppi tecnologici. È possibile scoprire come certe idee o sviluppi nelle arti e nelle tecnologie abbiano influenzato i designer. La critica aiuta il designer a valutare l'utilità e la bellezza del design.

Teoria del design

Esplora i principi sottostanti al "come e perché" comunicare. Per esempio, perché un colore comunica gioia a noi e paura ad una società diversa dalla nostra? Quali sono i fattori culturali che influenzano il design e il pubblico? La teoria del design esplora

alla ricerca dei principi unificatori – siano intuitivi o intenzionali – che stanno alla base del design grafico.

Compiti del design grafico

Gruppo A

- 1 La tipografia come esame dei messaggi testuali per scopi informativi o espressivi.
- 2 Esplorazione delle forme delle lettere che si possono rinvenire nei logotipi e in ogni oggetto
- 3 Analisi dei sistemi dei simboli e delle identità: esplora le potenzialità comunicative di un oggetto per il pubblico e usa questa identità in ogni comunicazione
- 4 Segnali ambientali e grafici: aiuta la gente a trovare il percorso nelle strade e indica la natura dell'ambiente
- 5 Diagrammi, grafici e mappe: distillare informazioni per renderne più facile la comprensione. Per esempio le forme tridimensionali mostrano le relazioni tra solidi liquidi e gas.
- 6 Design dell'informazione: chiarisce i dati, aiuta e orienta il lettore nella ricerca e costruisce una chiara gerarchia visiva. Queste qualità sono particolarmente utili nel design delle interfacce del computer.
- 7 Tipografia+immagine esplora la relazione tra i due e il potere di ciascuno di comunicare in relazione all'altro. La tipografia accompagna le immagini in molte applicazioni.
- 8 Design del package. Assolve a funzioni multiple, per proteggere, distribuire, vendere e annuncia la identità e le qualità del prodotto.

•

Gruppo B

- 1 Sistemi di design: contribuisce a unificare le caratteristiche visive e coordinare la produzione. Caratteristiche visuali come l'angolo di 45 gradi, il quadrato, i colori e i toni della carta sono giocati su molti elementi in modo da garantire una facile relazione tra di loro.
- 2 Sistemi dei simboli e delle identità: esplora le potenzialità comunicative di un oggetto per il pubblico e usa questa identità in ogni comunicazione
- 3 Design per la stampa: esplora le strutture – piazzamento, sequenza e gerarchia delle informazioni–, e di quale sia il modo migliore per

- uso del testo e delle immagini nel materiale editoriale di giornali e riviste.
- 4 Design del libro: riguarda sia l'aspetto esterno, la copertina, che interno, le pagine
 - 5 Design del poster: combina parole e immagini potentemente in un annuncio pubblico come in una mostra, una campagna politica, uno spettacolo teatrale.
 - 6 Grafica per film e video: organizzale idee in modo dinamico nel tempo
 - 7 Computer grafica: esplora il mondo digitale per un risultato di alta immagine
 - 8 Design delle mostre e dei luoghi commerciali. Esplora come coinvolgere il pubblico nella ricognizione di una idea nello spazio e nel tempo attraverso l'uso di grafica, oggetti, testi, effetti sonori.
 - 9 Design della pubblicità: studia come colpire l'attenzione produrre un irresistibile bisogno nel pubblico e il desiderio del prodotto

Liberamente tradotto e semplificato da:

Graphic Design: A Career Guide and Education Directory, Edited by Sharon Helmer Poggenpohl. Copyright 1993. The American Institute of Graphic Arts

Allegato 2

Syllabus

<http://virtual.parkland.edu/gds/122/>

Graphic design 1

Introduzione al processo ideativi e bilanciamento della creatività con la capacità di risolvere problemi di comunicazione

Focus sulle tecniche per generare nuove idee e per comunicare queste idee usando i principi del design grafico. Applicare queste tecniche al mondo dei problemi reali. L'accento è posto sull'apprendimento del desktop software e sulla capacità di presentazione.

Il processo creativo

I principi applicativi del design (unità, enfattizzazione, ritmo, profondità)

Sistemi di organizzazione visuale (bilanciamento)

Teoria dei colori applicata

Ricerca e uso degli strumenti di informazione

Pensiero visivo

Selezionare e utilizzare immagini di repertorio (stock)

Raccogliere immagini con la videocamera o

Presentazione ai clienti - lo scanner

Etc.