

Accademia di Belle Arti
"Lorenzo da Viterbo"

ABAV04 **TECNICHE GRAFICHE SPECIALI**

Docente: Mauro Ortolani

Crediti Formativi: 6

Ore: 60

Programma, contenuti e modalità del corso

Obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire agli studenti strumenti teorici e pratici per la progettazione e realizzazione di elaborati grafici complessi, attraverso l'approfondimento di:

- *Tecniche Grafiche Speciali*
- *Tecniche dei Procedimenti a Stampa*
- *Tecniche e Tecnologie della Grafica*

L'insegnamento sviluppa competenze legate alla visualizzazione, progettazione e produzione grafica, con attenzione al rapporto tra sperimentazione creativa, comunicazione visiva, pubblicazione e stampa.

Il corso si articolerà nel seguente modo

Parte 1: Fondamenti storici e teorici

- Evoluzione delle tecniche di stampa e della grafica d'arte.
- Concetti di struttura, forma, carattere tipografico, texture e immagine.
- Analisi critica dei linguaggi grafici contemporanei.

Parte 2: Tecniche e tecnologie grafiche

- Tecniche grafiche speciali: monotypia, incisione, serigrafia, calcografia, tecniche miste.
- Procedimenti a stampa: tradizionali e digitali, dalla preparazione della matrice alla tiratura.
- Tecniche e tecnologie della grafica contemporanea: dal desktop publishing ai processi di stampa industriale.

Parte 3: Applicazioni progettuali e sperimentazione

- Metodologia progettuale: dall'idea al prodotto stampato.
- Uso consapevole di materiali e supporti.
- Interazione tra sperimentazione e comunicazione: mockup, book design, poster, packaging.
- Progettazione integrata: stampa analogica e digitale.

Laboratorio progettuale

Il corso prevede un laboratorio in cui gli studenti saranno chiamati a:

- sviluppare un progetto grafico completo (editoriale, pubblicitario o artistico) applicando tecniche grafiche speciali e tecniche di stampa.
- realizzare prototipi e mockup.
- sperimentare la resa comunicativa di texture, caratteri e forme.
- presentare il processo progettuale con riflessioni critiche sul valore comunicativo delle scelte formali e tecniche.

Modalità d'esame

L'esame finale consiste in:

1. Elaborato pratico-progettuale: realizzazione di un progetto grafico con applicazione di tecniche speciali e procedure di stampa.
2. Relazione scritta: analisi critica del progetto con riferimento ai valori comunicativi e alle scelte tecniche adottate.
3. Colloquio orale: verifica delle conoscenze teoriche acquisite (storia, tecniche e tecnologie).

Bibliografia

- Meggs P. B., Storia della grafica.
- Ambrose G., Harris P., Processi di stampa e produzione.
- Heller S., Design Literacy.
- Baines P., Haslam A., Type & Typography.
- Manuali tecnici e dispense fornite dal docente.

Accademia di Belle Arti

"Lorenzo da Viterbo"

ABPC67 **COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA**

Docente: Mauro Ortolani

Crediti Formativi: 6

Ore: 36

Programma, contenuti e modalità del corso

Obiettivi formativi

Il corso si propone di fornire gli strumenti di analisi semiotica per la comprensione e la progettazione della comunicazione pubblicitaria. A partire da una prospettiva storico-evolutiva, verranno individuate le strategie di comunicazione che definiscono il sistema pubblicitario, le tecniche di progettazione degli stili espressivi e i parametri per valutare la loro efficacia comunicativa durante la costruzione e lo sviluppo di brand, servizi, prodotti, in differenti mercati di riferimento.

Il corso si articolerà nel seguente modo

1. Una prima parte di acquisizione delle competenze di base per l'analisi della pubblicità, rispetto a un'introduzione storico-multidisciplinare. Qui verranno analizzati e studiati i più importanti progettisti della comunicazione pubblicitaria dal 900 ad oggi.
2. Una seconda parte di teoria semiotica e analisi della pubblicità, intesa nella sua dimensione influenzante e nella sua capacità di costruire immaginari e valorizzazioni culturali. A partire dai modelli più importanti saranno ripercorse le strategie pubblicitarie e le loro attualizzazioni rispetto a strategie narrative, enunciative ed espressive.
3. Una terza parte di progettazione della creatività, rispetto alle logiche di costruzione del discorso persuasivo, agli approcci creativi razionali ed emozionali, e alle figure che concorrono alla costruzione del messaggio.

Laboratorio progettuale

Il corso prevede un percorso laboratoriale che richiederà la partecipazione attiva per gli studenti e le studentesse frequentanti, che li vedrà coinvolte nello sviluppo di una campagna pubblicitaria di un'azienda reale concordata con il docente.

Modalità di esame

Verrà richiesta la produzione di un elaborato scritto che presenti in modo sintetico ma esaustivo la campagna pubblicitaria sviluppata, prendendo in considerazione tutti gli aspetti fondamentali trattati durante tutto il corso.

L'elaborato - da consegnare via email 7 giorni prima della data di esame - dovrà sviluppare un'analisi semiotica evoluta di una campagna pubblicitaria e la realizzazione grafica di tutti i supporti scelti e un business plan dell'intera campagna.

Bibliografia

Volli U. (ed. 2018), *Manuale di Semiotica*, Editori Laterza, Milano (capitoli da 1 a 6)

Volli U. (ed. 2018), *Semiotica della Pubblicità*, Editori Laterza, Milano

Floch J. M. (1995), *Identités visuelles*, Puf, Paris, (trad. it., *Identità visive*.

Costruire l'identità a partire dai segni, Milano, Franco Angeli, 1997)

Floch J.M. (2002) *Semiotica, marketing e comunicazione. Dietro i segni, le strategie*, Franco Angeli, Milano

Bianchi C. (2005), *Spot, Analisi semiotica dell'audiovisivo pubblicitario*, Carocci, Roma

Testa A. (2006 o altre edizioni), *La parola Immaginata. Teoria, tecnica e pratica del lavoro di copywriter*, Il Saggiatore.

Bettetini G., Calabrese O, Lorusso A. M., Violi P., Volli U., a cura di (2005), *Semiotica*, Bibliotheca, Raffaello Cortina Editore, Milano

Casetti F. (1986), *Dentro Lo Sguardo*, Studi Bompiani, Milano

Fabris G. (2003), *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*, FrancoAngeli, Milano

Ferraro G., (1999), *La pubblicità nell'era di internet*, Meltemi, Roma

Floch J.M. (2013), *Bricolage. Analizzare pubblicità, immagini e spazi*, Franco Angeli, Milano

Fontana A. (2009), *Manuale di Storytelling*, Etas, Parma

Greimas A.J. (1970), *Del Senso*, Studi Bompiani, Milano

Greimas A.J. (1970), *Del Senso 2*, Studi Bompiani, Milano

Greimas A.J. (ed. 2007), *Semiotica, Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, a cura di Fabbri P., Bruno Mondadori, Milano

Marrone G. (2001), *Il discorso di marca*, Laterza, Roma-Bari

Lehmann E. R. (2004), *Come si realizza una campagna pubblicitaria*, Carocci, Roma

Lehmann E. R. (2001), *Le professioni della pubblicità*, Carocci, Roma

Pezzini I. e Cervelli P., a cura di, (2006), *Scene del consumo*, Meltemi, Roma

Polidoro P., *Introduzione alla semiotica visiva*

(http://www.academia.edu/7132475/CHE_COSE_LA_SEMIOTICA_VISIVA_POLIDORO_Introduzione)

Semprini A. (1996), *Analyser la communication. Comment analyser les images, les médias, la publicité*, L'Harmattan, Paris (trad. it. *Analizzare la comunicazione. Come analizzare la pubblicità, le immagini, i media*, FrancoAngeli, Milano, 1997).

Semprini A. (2003), *Lo sguardo sociosemiotico. Comunicazione, marche, media, pubblicità*, Franco Angeli, Milano

Vecchia M. (2003), Hapù, Manuale di Tecnica della Comunicazione Pubblicitaria.
Lupetti

Accademia di Belle Arti

"Lorenzo da Viterbo"

ABPR19 **ELEMENTI DI GRAFICA EDITORIALE**

Docente: Mauro Ortolani

Crediti Formativi: 8

Ore: 80

Programma, contenuti e modalità del corso

Contenuti del corso

Il corso si propone di definire il concetto di "grafica editoriale" e di affrontare i rapporti che tale disciplina intreccia con il "progetto editoriale" e la "produzione editoriale". La grafica editoriale viene intesa come uno dei momenti dell'industrial design in quanto ha il compito di definire, oltre l'aspetto estetico, le caratteristiche tecniche e le modalità di produzione del "prodotto-libro".

Durante il corso verranno delineate le competenze professionali del grafico editoriale e mostrato il suo compito all'interno della filiera di produzione del libro, inoltre si presenteranno le diverse competenze che partecipano alla costruzione del

libro, le singole funzioni e i rapporti esistenti tra le varie componenti operative e il grafico editoriale.

Oltre alla definizione attuale verrà trattata la trasformazione della disciplina dal Secondo dopoguerra a oggi, sia per quanto riguarda la figura professionale, sia per le tecnologie impiegate nella definizione grafica e nella produzione delle edizioni. A tal fine verranno analizzati, nel loro aspetto estetico e nelle loro caratteristiche produttive, degli esempi di libro prodotti negli ultimi cinquant'anni.

Durante il corso, verranno fornite delle informazioni circa le tecnologie della pre stampa, della carta, della stampa e della confezione, in modo da permettere agli studenti di approfondire sia la propria conoscenza di base del ciclo produttivo sia il proprio lessico tecnico/grafico.

L'aspetto eminentemente progettuale del libro verrà trattato, oltre che nell'analisi di alcuni esempi significativi, attraverso delle simulazioni progettuali, proposte dalla docenza, che gli studenti svolgeranno nel corso del laboratorio, i cui esiti verranno discussi alla presenza di tutti gli studenti.

Il corso si articolerà nel seguente modo

Il corso è composto da 80 ore di lezioni dedicate a:

1. contenuti teorici della disciplina,

2. storia della grafica italiana contemporanea e agli esiti estetici e funzionali all'interno del panorama editoriale italiano,
3. l'analisi dei vari generi letterari e le loro forme estetiche e grafiche,
4. lo studio delle gabbie grafiche e
5. lo studio delle font
6. la scelta della palette cromatica
7. l'uso della fotografia e la fotocomposizione
8. tre laboratori dove verranno analizzati i lavori degli studenti.

Laboratorio progettuale

Gli studenti dovranno svolgere le seguenti simulazioni progettuali:

tema 1 progetto grafico di un'edizione reale (con innesto di un cliente vero)

tema 2 progetto grafico di una copertina reale a loro scelta tra i vari generi letterari.

tema 3 progetto grafico di una rivista (si potrebbe pensare ad una rivista di moda legata al dipartimento di fashion design).

Modalità di esame

Per il superamento dell'esame è richiesta la frequenza nelle ore di lezione e di laboratorio, l'adeguato svolgimento di tutti i temi proposti e la buona conoscenza degli argomenti trattati nel corso e dei testi indicati.

L'elaborato presentato dovrà essere realizzato in formato reale e stampato 1:1 e accompagnato da una relazione scritta esaustiva e graficamente curata in goni sua forma.

Bibliografia

Albe Steiner, *Il mestiere di grafico*, Einaudi, Torino 1978

Aa. Vv., *Disegnare il libro. Grafica editoriale in Italia dal 1945 ad oggi*, Libri Scheiwiller, Milano 1988

Angiolo Bandinelli, Roberto Iacobelli, Giovanni Lussu, *Farsi un libro. Propedeutica dell'autoproduzione: orientamenti e spunti per un'impresa consapevole. O per una serena rinuncia*, Biblioteca del vascello - Stampa alternativa, Roma 1990

Sergio Polano, Pierpaolo Vietta, *Abecedario. La grafica del Novecento*, Electa, Milano 2002

Phil Baines, *Penguin by design. A Cover story 1935-2005*, Penguin Books, Londra 2005

Siti da visitare

bookcoverarchive.com - un ricchissimo e aggiornato archivio delle copertine prodotte dall'editoria inglese e statunitense

www.frizzifrizzi.it - magazine online di cultura visiva

Accademia di Belle Arti

“Lorenzo da Viterbo”

ABST48 **STORIA DELLA STAMPA E DELL'EDITORIA**

Docente: Mauro Ortolani

Crediti Formativi: 6

Ore: 36

Programma, contenuti e modalità del corso

Obiettivi formativi

Il corso mira a fornire una comprensione approfondita dell'evoluzione della stampa e dell'editoria, con un focus specifico sulla grafica editoriale. Gli studenti acquisiranno strumenti per analizzare e progettare prodotti editoriali, collegando la dimensione storica e tecnica a quella professionale. L'obiettivo è preparare i discenti ad affrontare il mercato editoriale con competenze pratiche e teoriche, integrando le necessità estetiche con le realtà del settore.

Il corso si propone quindi come un ponte tra passato e futuro, combinando la conoscenza storica con la preparazione pratica per il mercato editoriale contemporaneo.

Il corso si articolerà nel seguente modo

Parte 1: Introduzione e contesto storico

- Storia della stampa e dell'editoria: dalla xilografia e dal torchio di Gutenberg fino alle tecnologie digitali.
- Evoluzione del libro e della stampa periodica: analisi dei cambiamenti stilistici, tecnici e sociali.
- Tipografia e design: la nascita dei caratteri tipografici e il loro ruolo nell'editoria.

Parte 2: Grafica editoriale e produzione

- Principi di progettazione editoriale: layout, gerarchie visive, e utilizzo del colore.
- Tipografia avanzata: scelta e utilizzo dei font per diverse tipologie editoriali (libri, riviste, brochure).
- Tecnologie di stampa e materiali: approfondimento sui processi produttivi e sulle opzioni di finitura.

Parte 3: Applicazione pratica e mercato

- Il mercato editoriale contemporaneo: analisi delle dinamiche di mercato, dalla carta al digitale.
- Case studies: analisi di progetti editoriali significativi, nazionali e internazionali.

- Preparazione professionale: introduzione alle figure chiave nel settore (art director, editor, graphic designer).

Laboratorio progettuale

Il corso prevede un laboratorio pratico in cui gli studenti realizzeranno un progetto editoriale completo (ad esempio, la progettazione di un libro o di una rivista). Questo progetto includerà:

- Ideazione: ricerca tematica e concept design.
- Progettazione grafica: layout, tipografia e illustrazione.
- Presentazione finale: simulazione di una proposta editoriale ad un potenziale cliente.

Modalità di esame

Gli studenti dovranno presentare un elaborato scritto e grafico che sintetizzi il progetto sviluppato durante il corso, con particolare attenzione a:

1. Analisi storica e stilistica del prodotto editoriale.
2. Progettazione grafica completa (layout e materiali).
3. Un business plan sintetico per il progetto editoriale, evidenziandone le potenzialità nel mercato reale.
4. Realizzazione del mockup del libro

Bibliografia

- Bringhurst, R. (2004), *Gli Elementi dello Stile Tipografico*, Stampa Alternativa.
- Tschichold, J. (1995), *La Forma del Libro*, Sylvestre Bonnard.
- Meggs, P. B. (2016), *Storia della Grafica*, Pearson.
- Lupton, E. (2014), *Thinking with Type*, Princeton Architectural Press.
- Ambrose, G., Harris, P. (2011), *Graphic Design Basics*, Bloomsbury.
- Bosshard, H. (2000), *Grid Systems in Graphic Design*, Niggli.
- Fiell, C., Fiell, P. (2005), *Graphic Design Now*, Taschen.
- Nesbitt, A. (2004), *Introduction to the History of Graphic Design*, Prentice Hall.

Accademia di Belle Arti
"Lorenzo da Viterbo"

DAPL07 **ORGANIZZAZIONE DELLE ATTIVITÀ EDITORIALI**

Docente: Mauro Ortolani

Crediti Formativi: 6

Ore: 60

Programma, contenuti e modalità del corso

Contenuti del corso

Il corso si propone di fornire agli studenti strumenti teorici e pratici per comprendere e gestire le dinamiche editoriali applicate al settore dei beni culturali, dell'arte e del restauro. L'organizzazione delle attività editoriali viene affrontata come processo culturale e produttivo che integra competenze di:

- pianificazione editoriale (dal progetto scientifico alla divulgazione);*
- gestione dei contenuti (testi critici, cataloghi di mostre, rapporti di restauro, riviste specialistiche);*
- coordinamento redazionale (rapporti tra autori, editor, grafici, curatori, tipografi);*
- tecniche di pubblicazione tradizionale e digitale (ISBN, riviste accademiche, open access, e-book);*
- aspetti giuridici (copyright, licenze, diritto d'autore, riproduzione delle immagini);*
- comunicazione culturale (strategie per la diffusione dei risultati di ricerca e restauro).*

Particolare attenzione sarà rivolta al rapporto tra documentazione tecnica e divulgazione, fondamentale per il settore del restauro e della tutela.

Il corso si articolerà nel seguente modo

Il corso è composto da 80 ore di lezioni frontali e laboratoriali, suddivise in:

1. Teoria dell'editoria: storia dell'editoria d'arte e di restauro, analisi dei modelli editoriali.

2. Organizzazione editoriale: ruoli professionali nella filiera (editor, curatore, redattore, grafico, tipografo).
3. Produzione editoriale: dal manoscritto al libro/rivista, dal PDF all'e-book, piattaforme digitali e open access.
4. Strumenti operativi: uso di software di impaginazione e gestione dei contenuti digitali.
5. Simulazioni progettuali: realizzazione di prodotti editoriali a carattere scientifico-divulgativo.

Laboratorio progettuale

Gli studenti svilupperanno tre esercitazioni:

1. Piano editoriale per un catalogo di restauro (definizione dei contenuti, struttura, target, distribuzione).
2. Progetto di pubblicazione scientifica (rivista o quaderno di restauro, con valutazione peer-review e organizzazione redazionale).
3. Progetto di comunicazione digitale (creazione di un piano editoriale web divulgativo legato al restauro o a una mostra).

Gli elaborati saranno discussi in forma seminariale collettiva.

Modalità di esame

Per il superamento dell'esame si richiede:

- frequenza regolare alle lezioni e ai laboratori;
- svolgimento completo delle esercitazioni progettuali durante l'anno;
- conoscenza teorica degli argomenti trattati;
- presentazione di un elaborato finale editoriale (stampato e digitale) corredato da una relazione scritta critica e documentata.

Bibliografia essenziale

- Robert Darnton, Il futuro del libro, Laterza, Roma-Bari 2011.
- Umberto Eco, Sulla letteratura, Bompiani, Milano 2002.
- Alberto Cadioli, Storia dell'editoria in Italia. Dall'Unità ad oggi, Editrice Bibliografica, Milano 2018.
- Pierluigi Panza, Il libro d'arte. Storia e pratiche dell'editoria artistica in Italia, Electa, Milano 2008.
- Anne Burdick et al., Digital_Humanities, MIT Press, Cambridge 2012.

- Sergio Polano, Pierpaolo Vietta, *Abecedario. La grafica del Novecento*, Electa, Milano 2002

Risorse online

- www.aie.it – Associazione Italiana Editori
- www.iccrom.org – International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property
- www.frizzifrizzi.it - magazine online di cultura visiva