

PROGRAMMA ART DIRECTION
ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI PALERMO
Prof.ssa Simona Lacagnina
a.a. 2020-2021

La società attuale ed il contesto in cui viviamo sono sempre più mutevoli, complessi e interculturali, le immagini che circondano questo nuovo mondo non vengono percepite solo come figure o rappresentazioni statiche della realtà ma sono messaggi che spingono l'utente a voler interagire con i prodotti.

Per poter trasmettere il valore di un prodotto o servizio, non basta solo un'eccellente esecuzione tecnica, bisogna unire le qualità creative con quelle analitiche, strategiche e logiche.

Valutare diversi linguaggi della comunicazione e riconoscere l'impatto dei processi di trasmissione sul contesto socio-economico e culturale contemporaneo.

Il corso di Art Direction, di 112,5 ore, propone agli studenti una visione ampia delle competenze che deve raggiungere il progettista creativo in relazione ai diversi ambiti della moda, del design, della produzione culturale, editoriale e multimediale.

Verranno presentate le basi per l'organizzazione di un progetto creativo, dalla lettura del Briefing alle logiche di produzione del sistema-prodotto, fino ad arrivare alla sua strategia di marketing e posizionamento nel mercato. Gli studenti saranno guidati verso la conoscenza del rapporto: immagini/testo, prodotto/uso, servizio/user experience, attraverso dei laboratori creativi di gruppo, dove sarà utilizzata anche la tecnica del "role playing".

I Creative Lab: "I'm the Art Director"

Ogni studente avrà un ruolo definito, il team sarà composto da 4/5 figure professionali: designer, grafico, fotografo, regista, video maker. Gli studenti a turno dovranno interpretare la figura dell' Art Director e saper gestire dei progetti di comunicazione complessi trovando il giusto equilibrio tra la sfera economica e quella artistica. Gli alunni lavoreranno in squadra, elemento fondamentale per sviluppare le capacità gestionali e relazionali e saranno formati ad una mentalità operativa multidisciplinare, sviluppando il giusto approccio alla progettazione e ad una corretta comunicazione visiva.

II Creative Lab: "We are"

Il secondo laboratorio creativo del corso prevede lo sviluppo di una campagna pubblicitaria di un prodotto scelto dal docente. Gli studenti suddivisi in gruppi di 3/4 dovranno creare un contenuto efficace e valido tenendo conto di diversi fattori soprattutto dei trend, competitor e copywriting. Il progetto finale dovrà rappresentare l'immagine ideale del prodotto/servizio attraverso l'uso di tre diverse tecniche creative che possono variare dall'elaborazione manuale a quella digitale. Il team sceglierà infine l'elaborato che rappresenta la giusta soluzione creativa. Gli studenti sperimentando diverse tecniche di rappresentazione, svilupperanno un approccio originale e personale alla progettazione.

III Creative Lab: "Good Design is good Business"

Il terzo laboratorio creativo prevede il coinvolgimento di un'azienda che chiederà agli studenti la realizzazione del proprio Brand Design, dalla creazione dell'immagine coordinata allo sviluppo di un prodotto/servizio che sia in grado di raccontare un mood fra quelli che appartengono alla filosofia dell'azienda.

Gli studenti dovranno tener conto del modello di business fornito attraverso un'analisi dei segmenti di clientela, del valore offerto, dei canali di comunicazione, distribuzione e vendita, delle attività e delle risorse chiave, delle relazioni con i clienti, delle partnership chiave, dei flussi di ricavi e della struttura dei costi.

Per sviluppare il progetto finale i diversi team di studenti dovranno usare strategie che possano far percepire il valore del prodotto/servizio dell'azienda, dovranno acquisire una forte capacità di sintesi e di invenzione visiva per raccontare tramite uno story telling efficace la filosofia del brand in forma originale e coerente.

L'esame finale consisterà nella presentazione di tutti gli elaborati svolti durante i laboratori creativi in formato cartaceo e digitale.

BE THE ART DIRECTOR *OF YOURSELF*

Argomenti:

Costruire il proprio portfolio

Concept

Revisione e selezione progetti

Tecniche di rappresentazione

Impostazione grafica e layout

Costruire il proprio Showreel

Concept

Story telling

Revisione e selezione progetti inseriti nel Portfolio

Story board

Tecniche di Animazione

Sound Design

BIBLIOGRAFIA

Art Direction and Editorial Design, di Yolanda Zappaterra, Editore Harry N. Abrams, 2007

Design e comunicazione visiva. Contributo a una metodologia didattica, di B. Munari, editori Laterza

Critica portatile al visual design, di Riccardo Falcinelli, editore Einaudi

Scripta volant, di Paolo Iabichino, codice edizioni, 2017

Storia della pubblicità. Gli uomini e le idee che hanno cambiato il mondo, di Mark Tungate, Franco Angeli Edizioni, 2017

Invertising. Ovvero, se la pubblicità cambia il suo senso di marcia, di Paolo Iabichino, codice edizioni, 2017

Creatività e design della comunicazione. Le professionalità di un art director, di M. Diotto, libera universitaria.it edizioni, 2017

Questo è il marketing. Non puoi essere visto finché non impari a vedere, Seth Godin, Roi Edizioni, 2018

Creare modelli di business, di Osterwalder e Pigneur, edizioni Flag Milano, 2012.

La mucca viola. Farsi notare (e fare fortuna) in un mondo tutto marrone, Seth Godin, Sperling & Kupfer, 2019

Creating Animated Cartoons with Character: A Guide to Developing and Producing Your Own Series for TV, the Web, and Short Film Paperback – Bargain Price, August 24, 2010

Animation Development: From Pitch to Production Paperback – September 8, 2009

L'ABC dell'organizzazione cinematografica. Guida alla pianificazione di un progetto, Claudio Biondi, editore Audino

Claudio Biondi, Controllo e pianificazione della produzione audiovisiva, Dino Audino editore, Roma 2000

Curator. Autobiografia di un mestiere misterioso, Francesco Bonami, editore Marsilio, collana I nodi

Creatività e design della comunicazione. Le professionalità di un art director, di M. Diotto, libera universitaria.it edizioni, 2017

Simona Lacagnina
simona.lacagnina@abapa.education