

QUADRO DI RIFERIMENTO

LICEO ARTISTICO INDIRIZZO: **Grafica**

DISCIPLINA: **Discipline grafiche**

ANNO DI CORSO: **classe Quarta**



MODULO	CONTENUTI IRRINUNCIABILI	ABILITÀ RELATIVE AI CONTENUTI	COMPETENZE SETTORIALI
1. La sintassi del campo visivo e la percezione degli elementi grafici	Il colore, lo spettro del visibile, la scala e la ruota cromatica, le combinazioni di colori, la sintesi additiva RGB, la sintesi sottrattiva CMYK, saturazione, tonalità, chiarezza e percezione del colore. Il carattere tipografico (storia, classificazione, elementi di base, gamma seriale, correzioni ottiche, crenatura, spaziatura, interlinea, giustezza, gli ordini di composizione del testo), il significante e il significato, il suo progetto e l'espressività del lettering. I principi di progettazione del carattere tipografico manuale e digitale tramite appositi software.	Applicare le conoscenze e risolvere i problemi; usare il pensiero logico, intuitivo e creativo.	Avere la capacità di elaborare, utilizzare e realizzare il segno come elemento grafico/esclusivo.
2. Comunicazione analogica, astratta e simbolica: Il carattere tipografico (microtipografia)	Il font: disegno e struttura del carattere, corpo, misurazioni (corpo, giustezza, interlinea), tondo e corsivo, tono, larghezza, ortografia e classificazione.	Saper rielaborare e collegare le varie famiglie dei caratteri, pervenendo a soluzioni originali.	Avere la capacità di disegnare, riadattare, comporre i diversi caratteri secondo parametri personali creando attinenze significative.

3. Il marchio	Storia e classificazione dei marchi (logogramma, tipogramma, logotipo, sigla monogramma, pittogramma, iconogramma, ideogramma, marchio composto e marchio verbo-visivo).	Saper esprimere e modificare un termine scritto in una rappresentazione iconica, adoperando anche strumenti e tecniche avanzate.	
4. Identità visiva (immagine coordinata)	Il brand , il target, il cromotipo; gestione coordinata di tutti i prodotti inerenti alla progettazione dell'immagine coordinata.	Saper progettare i diversi elementi tenendo presenti i vari criteri di leggibilità e di producibilità.	
5. Il prodotto editoriale	La comunicazione e gli elementi compositivi del linguaggio pubblicitario: il linguaggio pubblicitario, le figure retoriche, i riferimenti nella pubblicità.	Saper applicare coerentemente le varie tecniche di rappresentazione grafica nei processi operativi, sviluppare la conoscenza anche in riferimento ai supporti scelti o utilizzati.	Avere la capacità di progettare ed elaborare il materiale aziendale usufruendo in modo efficace delle strategie progettuali per raggiungere soluzioni valide ed utilizzabili.
6. La fotografia analogica e digitale	La fotografia analogica e digitale: storia, generi (réportage, still life, ritratto, moda e pubblicità), tecnica e principi di base (la luce, il corpo macchina Reflex, le ottiche, la profondità di campo e la prospettiva).		
7. Gli elementi avanzati della computer grafica	I mezzi audiovisivi e multimediali finalizzati alla ricerca di fonti, all'elaborazione di disegni di base e alla documentazione di passaggi tecnici e di opere rilevate, all'archiviazione dei propri elaborati.	Comprendere, utilizzando i software adeguati, le sequenze pratico-metodologiche del disegno digitale, della rappresentazione e della rielaborazione grafica.	

8. Materiale ecosostenibili	Principi di prodotti grafici ecosostenibili: forma, funzione e usabilità, costo, rinnovabili, materiali riciclabili.	Saper identificare ed applicare coerentemente le attrezzature tecniche e le tecnologie in uso, soprattutto ai fini della progettazione e produzione grafica.	
9. Impaginazione digitale	Strutture nascoste e griglie modulari: i formati pagina (formati UNI), costruzione geometrica dei formati rettangolari (sezione aurea rettangoli dinamici), marginatura del libro, moduli e strutture, la teoria del quadrato.	Saper introdurre e predisporre i vari componenti formali all'interno di uno spazio in base a dei criteri progettuali precisi e definiti.	Avere la capacità di organizzare e predisporre con ragionevolezza funzionale e gusto artistico l'aspetto comunicativo dei vari stampati.
10. Packaging	Sviluppo del packaging: la confezione e l'abbigliamento dei prodotti; incidenza del circuito produttivo nel progetto; la definizione della forma e dei materiali (studio dei vari supporti di produzione); la configurazione del modello tridimensionale.		