

Semiotica del design [Daniele Barbieri]

MAGISTRALE IN COMUNICAZIONE, DESIGN ED EDITORIA | I ANNO

Sito di riferimento

Verrà comunicato dal docente.

Descrizione e obiettivi del corso

Il corso di Semiotica del Design è centrato sul tema dell'analisi della comunicazione visiva, nelle sue diverse forme legate alle attività del leggere e del guardare.

Argomenti trattati

Dopo alcune lezioni introduttive sui temi base della semiotica visiva e della teoria della percezione, il corso proseguirà analizzando le modalità di comunicazione di diverse forme di comunicazione visiva in un percorso che attraversa comparativamente pittura, fotografia, manifesto, insegne e titoli, fumetto, illustrazione (nelle sue diverse nature, dall'illustrazione allegorica a quella scientifica, dal libro illustrato all'infografica), prime pagine, web, segnaletica e marchi, calligrafia, tipografia.

Argomenti specifici:

I segni iconici.
Immagine e significato.
Immagine e narratività.
L'enunciazione visiva.
Elementi di teoria della percezione.
La comunicazione in pittura.
La comunicazione in fotografia.
La comunicazione nel manifesto.
La comunicazione in insegne e titoli.
La comunicazione nel fumetto.
La comunicazione nell'illustrazione (allegorica, scientifica, di commento, infografica, etc...).

La comunicazione nella segnaletica.

La comunicazione in calligrafia.

La comunicazione tipografica.

Modalità d'esame

Verifica orale delle nozioni apprese.

Bibliografia obbligatoria

Piero Polidoro, Che cos'è la semiotica visiva, Roma, Carocci 2008

Daniele Barbieri, Guardare e leggere. Principi di comunicazione visiva (inedito, vedi il sito indicato a lezione dal docente).

Bibliografia consigliata

I testi consigliati saranno indicati lezione per lezione.