

CURRICOLO VERTICALE
DISCIPLINE GRAFICHE
 Liceo statale "Celio Roccati"

Obiettivi di apprendimento in DISCIPLINE GRAFICHE al termine del **SECONDO BIENNIO** della scuola secondaria di secondo grado:

Conoscenze	Abilità	Competenze
<p>La metodologia progettuale di prodotti grafico-visivi ideati su tema assegnato, dal metaprogetto al prodotto commerciale.</p> <p>La sintassi del campo visivo e la percezione degli elementi grafici.</p> <p>Comunicazione analogica, astratta e simbolica</p> <p>Il carattere tipografico (storia, classificazione, elementi di base, gamma seriale, correzioni ottiche, crenatura, spaziatura, interlinea, giustezza, gli ordini di composizione del testo), il significativo e il significato, il suo progetto e l'espressività del lettering.</p> <p>I principi di progettazione del carattere tipografico manuale e digitale tramite appositi software.</p> <p>Le tecniche di stampa tradizionali: serigrafia.</p> <p>Il marchio e l'immagine coordinata:</p> <ul style="list-style-type: none"> – storia e classificazione dei marchi (logogramma, tipogramma, logotipo, sigla 	<p>Eeguire il lavoro assegnato in modo autonomo osservando l'iter progettuale acquisito.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Organizzare il lavoro nel rispetto dei tempi di consegna. – Usare correttamente gli strumenti tecnici e i materiali della produzione grafica. – Descrivere graficamente e analizzare l'uso dei materiali. – Saper motivare le proprie scelte tecnico/creative – utilizzando la terminologia appropriata. <p>Sviluppare capacità di interpretazione critica della realtà, attraverso la conoscenza delle teorie della percezione visiva, la lettura e codificazione dei linguaggi visuali.</p> <p>Intendere la sintassi grafica come linguaggio espressivo e strumento progettuale.</p> <p>Sviluppare capacità di scelta consapevole del carattere tipografico in base al format del</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Usare in modo sempre più autonomo le tecniche, le tecnologie, gli strumenti e i materiali tradizionali e contemporanei, finalizzati alla produzione di prodotti grafico-visivi, anche su tema assegnato; – affrontare le procedure relative alla progettazione e all'elaborazione della forma grafica, individuando il concetto, gli elementi espressivi e comunicativi, la funzione del colore e della luce servirsi in modo consapevole dei mezzi informatici, audiovisivi e multimediali – Ogni elaborato grafico dovrà seguire le fasi dell'iter progettuale: <ul style="list-style-type: none"> ○ metaprogetto ○ brainstorming ○ rough

<p>monogramma, pittogramma, iconogramma, ideogramma, verbo-visivo).</p> <p>Il prodotto editoriale.</p> <p>La comunicazione e gli elementi compositivi del linguaggio pubblicitario:</p> <ul style="list-style-type: none"> – il linguaggio pubblicitario – le figure retoriche – i riferimenti nella pubblicità – Gli elementi di base della computer grafica: – immagine digitalizzata – bitmap – vettoriale <p>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.</p> <p>Creare presentazioni e gestire i file informatici per l'archiviazione mantenendo un ordine gerarchico.</p>	<p>prodotto grafico-comunicativo.</p> <p>Essere consapevoli dell'evoluzione della scrittura (pittogramma, ideogramma e fonogramma) e del valore espressivo del significante e del segno (tipografia sperimentale).</p> <p>Essere in grado di produrre stampe e illustrazioni con le tecniche di stampa tradizionali.</p> <p>Progettare marchi e immagini coordinate con requisiti di caratterizzazione grafica, capacità di emozionare, evocare la natura e la qualità del referente, durare nel tempo, e con caratteristiche chiarezza e semplicità (stilizzazione, modularità e geometrizzazione), facilità di riproduzione, invariabilità nelle diverse scale, bianco/nero e outliner (con grafica vettoriale).</p> <p>Saper utilizzare:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Adobe Illustrator – Adobe Photoshop <p>Analizzare le forme della comunicazione presenti nei new media.</p> <p>Rappresentare un progetto, rispettando i rapporti di scala.</p> <p>Creare presentazioni video e gestire i file informatici per l'archiviazione mantenendo un ordine gerarchico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ esecutivo ○ eventuale relazione
--	--	--

Obiettivi di apprendimento in DISCIPLINE GRAFICHE al termine del **QUINTO ANNO** della scuola secondaria di secondo grado:

Conoscenze	Abilità	Competenze
<p>Il font:</p> <ul style="list-style-type: none"> – disegno e struttura del carattere; – storia e classificazione; – composizione e allineamento; – leggibilità; – colore. <p>Il prodotto editoriale (manifesto, libro, pieghevole, dépliant, invito, brochure, ecc.):</p> <ul style="list-style-type: none"> – la storia – la classificazione degli stampati; <p>gli elementi della composizione: titoli, capolettera, carattere e colore, elenco, indice, numerazione pagine, moduli ed espedienti grafici;</p> <ul style="list-style-type: none"> – l’impaginazione del testo e dell’immagine pubblicitaria il format e il tono – gli elementi e le caratteristiche del linguaggio pubblicitario – il libro e gli elementi caratterizzanti la rivista le strutture formali <p>CMYK, profili di colore, compressione, i segni di stampa, abbondanze, segni di taglio, segni di pagina al vivo, barre di colore, informazioni pagina, area indicazioni, conversione.</p>	<p>Saper riconoscere le varie categorie (famiglie) di caratteri tipografici e font.</p> <p>Sviluppare capacità di scelta consapevole del carattere tipografico in base al format del prodotto grafico-comunicativo.</p> <p>Essere consapevoli del valore espressivo del significante e del segno (tipografia sperimentale).</p> <p>Essere in grado di creare layout sfruttando il segno, la gestualità e l’espressività del carattere e del font.</p> <p>Progettazione del carattere tipografico manuale e digitale tramite appositi software.</p> <p>Saper progettare prodotti editoriali:</p> <ul style="list-style-type: none"> – composizione visiva <p>elementi: format, tono, font, visual (fotografia, illustrazione, fumetto e combinazioni), tipologie, figure retoriche, riferimenti;</p> <p>Creare file adeguati alla stampa tipografica e digitale.</p> <p>Realizzare prodotti comunicativi veicolabili su più media, gestendo il colore nella maniera più appropriata:</p> <ul style="list-style-type: none"> – la stampa – il video – il web <p>il colore nelle immagini digitali per mantenere costante il tono su qualunque periferica (monitor, stampante, macchina da stampa).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Padronanza e sperimentazione delle tecniche, delle tecnologie e dei materiali. - Consapevolezza delle interazioni tra tutti i tipi di medium e della contaminazione tra i vari linguaggi e ambiti. -Capacità di esporre graficamente (manuale, digitale) o verbalmente il proprio progetto, avendo cura dell’aspetto estetico/comunicativo della propria produzione. - Autonomia operativa.

<p>Il colore nelle immagini digitali:</p> <ul style="list-style-type: none">– rapporto dei colori con lo spazio– significato del colore nella pubblicità– saturazione – tonalità - chiarezza (sfera cromatica)– metodo RGB e metodo CMYK– profili di colore.– Forme tradizionali e innovative di packaging:– funzioni– materiali– fustella– modello– colore– progetto <p>Concetto di committenza.</p> <ul style="list-style-type: none">– Regole del mercato rapportate al periodo storico di riferimento. <p>I diritti d'autore.</p>	<p>Progettare e realizzare il packaging. Avere consapevolezza dei principi che regolano il sistema della committenza.</p>	
--	---	--