

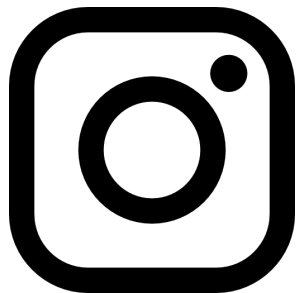
Comunicazione multimediale

Corso di Laurea in Comunicazione - Anno Accademico 2023/2024

Marco Toffanin

3

MODULI





1. COMUNICAZIONE VISIVA

1. Layout/Spazio di lavoro
 2. Leggi della percezione visiva secondo la scuola della Gestalt;
 3. Caratteristiche dell'immagine digitale (dimensioni, risoluzione, peso, formati);
 4. Elementi di design (linee, forme geometriche e organiche, movimento);
 5. Fondamenti di composizione (dominanza, pattern, contrasto);
 6. Caratteri e tipografia (classificazione, caratteristiche e utilizzi)
 7. Colore (I tre livelli della reazione al colore, HSV, combinazione dei colori)
 8. Modello A.R.M.M.;
-

LAYOUT - SINTASSI VISIVA



GESTALT O TEORIA DELLA FORMA



SPAZIO DI LAVORO - IMMAGINE DIGITALE

Quando progettiamo un'immagine dobbiamo conoscere la dimensione dello spazio di lavoro.

La dimensione di un'immagine misura la quantità di pixel in altezza e larghezza.



209x175 px



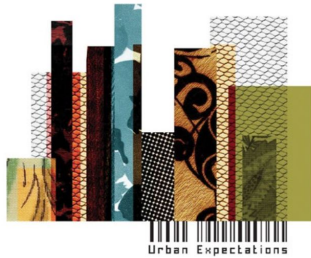
300x225 px

ELEMENTI DI DESIGN

Le forme possono essere usate per definire lo spazio, creare contrasto e aggiungere volume a una composizione.

La forma può essere migliorata usando il tono, l'aggiunta di ombre o luci può aiutare nel leggere la forma di un oggetto.

La forma può essere geometrica o costruita con linee "organiche".



My Arts Kansas City

The Pink Pear Design Company



myriadim.com

bartodell.com



bartodell.com

IMMAGINE DENOTATIVA E CONNOTATIVA



1. TRASPARENZA

La trasparenza dà l'opportunità di creare connessioni e giunture. Veicola il messaggio che i vari settori dell'azienda lavorano insieme.



CONTRASTO: differenza, nella stessa lettera, dello spessore del tratto.

A lowercase letter 'a' in a serif font with high contrast. The vertical stem is significantly thicker than the horizontal crossbar and the bowl of the letter.

forte contrasto

A lowercase letter 'a' in a serif font with low contrast. The vertical stem and the horizontal crossbar are of similar thickness, and the bowl is also relatively uniform in thickness.

scarso contrasto

Hue

Hue equivale a colore, il valore considera il posto nello spettro dei colori.

Saturation

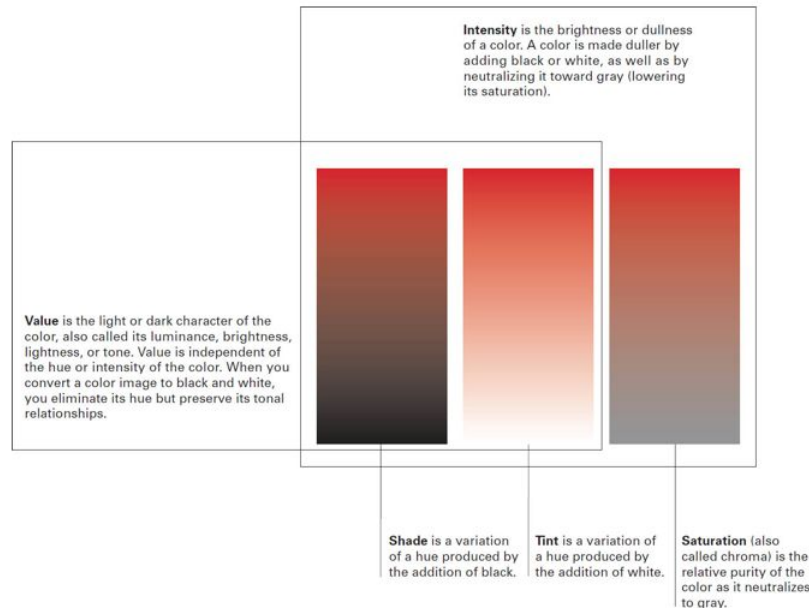
L'intensità dei pigmenti del colore, la purezza.

Value

Il valore rappresenta la quantità di luce o di assenza di luce nel colore. Value = 0 è l'assenza del colore.



Hue is the place of the color within the spectrum. A red hue can look brown at a low saturation, or pink at a pale value.



M=MEANING

Una volta attirata l'attenzione e stabilita una risposta emotiva corretta, il logo ha l'opportunità di comunicare e quindi esprimere significati.

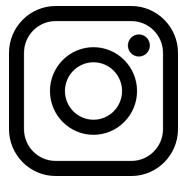
Questo evento cognitivo è il primo di tipo cosciente.

Un logo deve esprimere significati multipli che si allineino al brand, in modo che il cervello possa elaborare più a lungo e creare connessioni nella memoria.

La densità propositiva esprime il rapporto tra gli elementi del logo e il numero di significati che quest'ultimo convoglia.

La proposizione è un elemento che non può essere scomposto in proposizioni più piccole.

Ci sono due tipi di proposizioni: superficiali e profonde.



2. IMMAGINI DIGITALI

1. Principi di comunicazione visiva e multimediale;
 2. Principi di progettazione;
 3. Information design;
 4. Layout e composizione
 5. Principi di composizione (regola dei terzi, dei dispari, simmetrie, spazio negativo, punto focale e piani di lettura, cornici, repoussoir)
-

2. PRINCIPIO DI SEGNALAZIONE



Sì



No

LINEE DESIDERATE



A screenshot of a website with a heatmap overlay. The heatmap shows high engagement (red and yellow) on the main text area, particularly around the first few paragraphs. The website has a navigation menu on the left and a sidebar on the right.



A screenshot of a social media page with a heatmap overlay. The heatmap highlights the profile picture, the main text of the post, and the comments section. The page includes a list of users and their interactions.

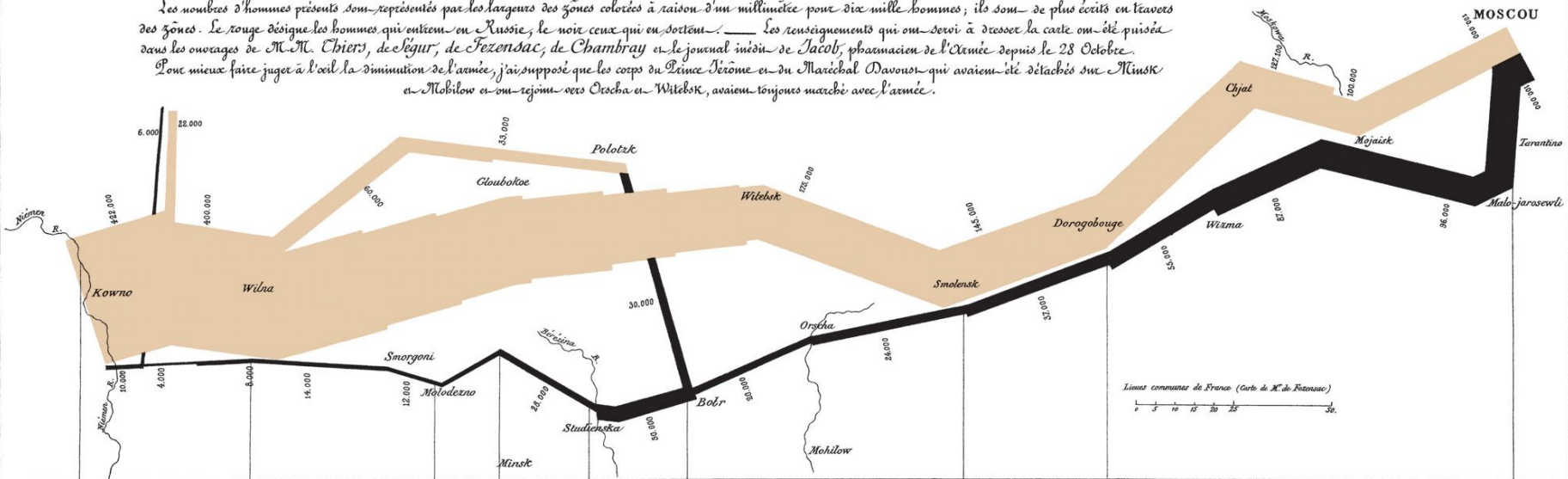


A screenshot of a search results page with a heatmap overlay. The heatmap shows high engagement (red and yellow) on the search results, particularly on the first few results. The page includes a search bar and a list of search results.

Carte Figurative des pertes successives en hommes de l'Armée Française dans la campagne de Russie 1812-1813.

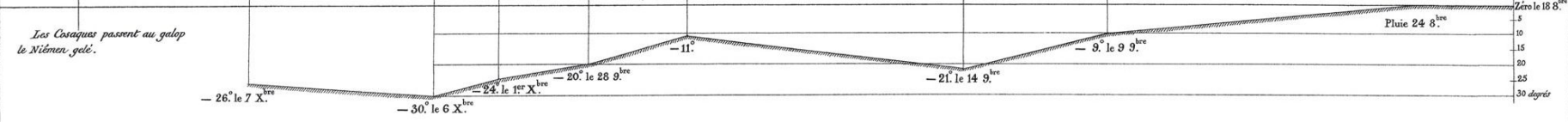
Dessiné par M. Minard, Inspecteur Général des Ponts et Chaussées en retraite. Paris, le 20 Novembre 1869.

Les nombres d'hommes présents sont représentés par les largeurs des zones colorées à raison d'un millimètre pour dix mille hommes; ils sont de plus écrits en travers des zones. Le rouge désigne les hommes qui entrent en Russie, le noir ceux qui en sortent. Les renseignements qui ont servi à dresser la carte ont été puisés dans les ouvrages de M. M. Chiers, de Légar, de Fezensac, de Chambray et le journal inédit de Jacob, pharmacien de l'Armée depuis le 28 Octobre. Pour mieux faire juger à l'œil la diminution de l'armée, j'ai supposé que les corps du Prince Jérôme et du Maréchal Davoust, qui avaient été détachés sur Minsk et Mohilow et ont rejoint vers Orscha et Witebsk, avaient toujours marché avec l'armée.



Lignes communes de France (Carte de M. de Cassini)
 0 5 10 15 20 25 30

TABLEAU GRAPHIQUE de la température en degrés du thermomètre de Réaumur au dessous de zéro.



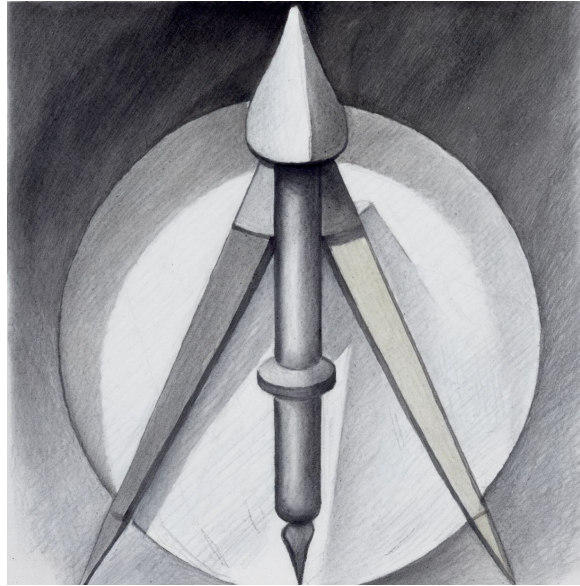
Autog. par Regnier, 8. Pas. 5^{me} Marie St O^{me} à Paris.

Imp. Lit. Regnier et Dourdet.

Charles Minard, 1869
 Ogni millimetro rappresenta 10.000 uomini

IL POTERE DEL CENTRO/ PERCEZIONE VISIVA

L'etimologia viene dal greco *kéntron*, ossia l'aculeo del compasso, quello che si punta e intorno a cui si delimita la circonferenza.



REPOUSSOIR





3. VIDEO (E ANIMAZIONE)

1. Classificazione dei video nel modello 3h
 2. Storytelling video - modelli di Campbell e Vogler
 3. Personaggi e archetipi
 4. Video senza storia, matrici narrative
 5. Insight, concept e creative idea
 6. L'ideazione e le fasi di produzione
 7. Caratteristiche tecniche del video (framerate ecc.)
 8. Script e storyboard
 9. Audio diegetico ed extradiegetico
 10. Tecniche di ripresa (campi e piani, inquadrature...)
-

STRATEGIA DELLE 3H

'Wow Campaigns' and High Productivity.

HERO

Authority, Brand Awareness & Engagement.

Distribution

Regularly released content.

HUB

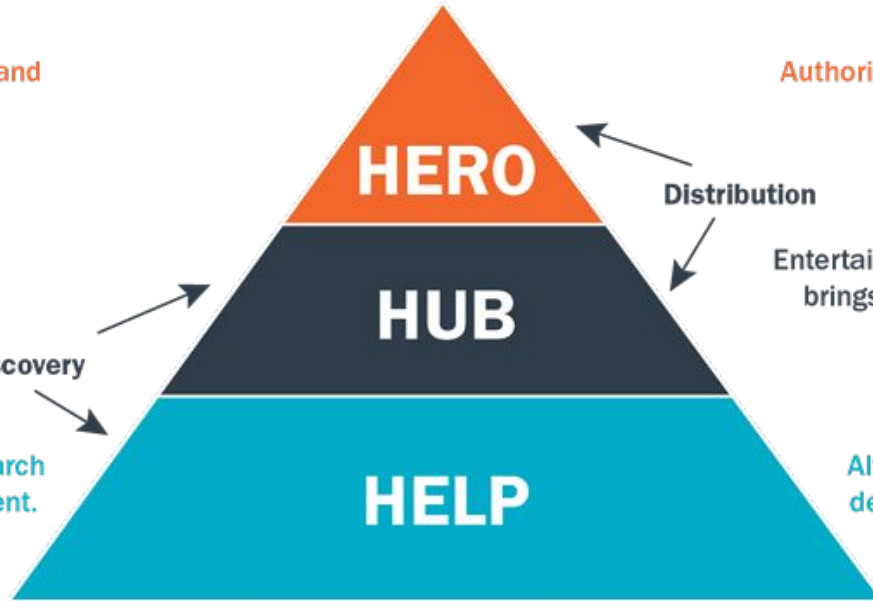
Entertains the audience and brings more engagement.

Discovery

Content people search for Evergreen content.

HELP

Always on-pull content designed for your core target.



Joseph Campbell e la teoria del monomito

Joseph Campbell, comparando le mitologie planetarie, arriva a individuare un codice primordiale che sta alla base di qualsiasi narrazione mitologica, che è presente ovunque e in ogni tempo.

- 1. Nascita**
 - 2. Allontanamento**
 - 3. Ricongiungimento**
-

I PILASTRI DI UNA STORIA

Gli archetipi nel sistema Campbell- Vogler

Il trickster

Il personaggio con le pulsioni istintive e naturali, spesso giocherellone, allegro e ridanciano.

Shapeshifter

Chi tradisce, passa da una parte all'altra. Semina il dubbio, il sospetto l'incertezza. E', a livello psichico, il bisogno di essere l'altro.

I VIDEO SENZA STORIA

Le **gag**: il video non ha uno sviluppo specifico nella narrazione, ha l'obiettivo di spiazzare il pubblico nel finale.

Ci sono diversi metodi per raggiungere l'obiettivo: la sorpresa, il gioco di parole, l'escalation di surrealtà, il doppio finale e molti altri.

LA REALIZZAZIONE DEL VIDEO

PRE-PRODUZIONE



PRODUZIONE



POST-PRODUZIONE

IDEAZIONE E SCRIPT

GIRATO

MONTAGGIO - EDITING

PER I FREQUENTANTI

Materiale didattico su cui verteranno le domande:

- Comunicazione multimediale creativa, Marco Toffanin, Amazon KDP, 2022.
- Dispense/slides del docente in moodle.

Per accedere all'esame per **frequentanti** è necessaria la frequenza minima del 70% delle lezioni e la consegna degli esercizi assegnati in aula come compito entro le scadenze stabilite dal docente durante il corso.

L'esame per **frequentanti** consiste in una prova scritta individuale, della durata massima di 60 minuti, basata su domande a risposta multipla, volte a verificare la conoscenza di leggi, modelli, principi, regole, tecniche e applicazioni nella multimedialità. Ogni risposta corretta vale 0,25 punti, senza risposta 0 punti, risposta sbagliata -0,08.

Saranno valutati inoltre gli esercizi assegnati in aula come compito per un totale di 15 punti (5/5/5).

PER I NON FREQUENTANTI

Materiale didattico su cui verteranno le domande:

- Comunicazione multimediale creativa, Marco Toffanin, Amazon KDP, 2022.
- Figure, Riccardo Falcinelli, Einaudi, 2020.
- Narrazioni audiovisive, Anna Cicalese, Franco Angeli, 2021.




L'esame per **non frequentanti** consiste in una prova scritta individuale, della durata massima di 60 minuti, basata su domande a risposta multipla e aperte, volte a verificare lo studio e la comprensione dei testi di riferimento indicati nella bibliografia del corso. I quesiti saranno equamente ripartiti tra i volumi del programma. Inoltre i non frequentanti dovranno presentare tre progetti multimediali: logo, poster promozionale coordinato e spot video su tematiche proposte dal corso e consultabili in moodle (airbnb).

I progetti dovranno essere presentati tre giorni prima della data dell'esame nelle apposite sezioni, Esercizio n.1 per non frequentanti, Esercizio n.2 per non frequentanti, Esercizio n. 3 per non frequentanti sulla piattaforma moodle. Qualora lo studente non dovesse superare l'esame scritto, la valutazione dei progetti multimediali rimane valida per tutte le sessioni. Ogni risposta corretta vale 0,25 punti, senza risposta 0 punti, risposta sbagliata -0,08.



Se avete dubbi:

marco.toffanin@unipd.it


Se volete rimanere in contatto:



Marco Toffanin
Multimedia content designer / Adjunct professor @ University of Padua
Padua, Veneto, Italy · [Contact info](#)
[500+ connections](#)



Università degli Studi di Padova



Università degli Studi di Padova