SCUOLA	Grafica
ANNUALITA'	II TRIENNIO - 2025/2026
DISCIPLINA	1709 Teoria della percezione e psicologia della forma
TIPOLOGIA DISCIPLINA	TEORICA
NUMERO ORE LEZIONE	4
NUMERO CFA	6
DISTRIBUZIONE INSEGNAMENTO NELL'ANNUALITA'	SECONDO SEMESTRE

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI ATTESI

• Comprendere la percezione da diversi punti di vista: fisiologico, psicologico e culturale. • Apprendere il lessico specifico della disciplina, nonché gli strumenti concettuali e metodologici di base del campo semantico della comunicazione. • Costruire una panoramica globale sulla comunicazione di oggi. • Creare una base su cui proiettare il futuro professionale degli studenti attraverso la conoscenza storica, artistica, culturale e sociale legata al mondo della percezione e della forma. • Promuovere la capacità di ricerca dello studente • Sviluppare la capacità critica dello studente e la sua autonomia di pensiero. • Sottolineare l'importanza della teoria in un processo creativo. • Stimolare la creazione di proposte originali a partire dai casi, temi e problemi analizzati. • Riflettere sul presente e sul futuro della disciplina. • Educare lo studente a intendere la conoscenza non come semplice raccolta di dati, bensì come creazione di significati.

Conoscenza e capacità di comprensione	Alla fine del corso, gli studenti dovranno aver acquisito la capacità di saper interpretare prodotti creativi dal punto di vista della composizione e dell'analisi cromatico.
Capacità di applicare conoscenza e comprensione	Si prevede che, al termine del corso, gli studenti potranno essere in grado di trarre, dalle conoscenze acquisite, le capacità di leggere in modo più efficace le caratteristiche specifiche delle diverse tipologie di prodotti e iniziative culturali, e di elaborare progetti di comunicazione, legati alla loro diffusione e promozione, identificando di volta in volta i fruitori più interessati ad ogni proposta.
Autonomia di giudizio	Si prevede che gli studenti possano, alla fine del corso, essere in grado di maturare dei giudizi analitici originali sull'efficacia di piani di comunicazione. Contestualmente si prevede che gli studenti saranno in grado di valutare meglio, in autonomia, la dimensione comunicativa insita nei prodotti culturali.
Abilità comunicative	Si prevede che gli studenti migliorino le loro capacità di presentare ed esporre i propri progetti di comunicazione nell'ambito della produzione e del consumo culturale. Allo stesso tempo, si prevede che acquisiscano anche maggiori capacità di raccontare e comunicare i prodotti culturali in modo strategica e originale, conoscendo i canali e i mezzi di comunicazione più adatti a raggiungere i target di riferimento.
Capacità di apprendimento	Si prevede che, al termine del corso, gli studenti potranno essere in grado di progettare e ad approntare degli efficaci piani di comunicazione e presentazioni personali.

CONTENUTI	Si tratta di un percorso nel campo delle percezioni sensoriali e nei processi cognitivi. Il corso illustra le teorie scientifiche che spiegano il funzionamento dei nostri sensi e le correla alle ricerche della psicologia della forma. Si affrontano principi di teoria del colore (armonie dei colori, accordi e contrasti cromatici, colori complementari, contrasti di qualità e di quantità) e, attraverso le scienze applicate, sono introdotte le tecniche per analizzare il rapporto tra oggetto, spazio e persona e le conoscenze fondamentali per progettare l'opera, in relazione alle risposte sensoriali. La psicologia della forma mette in relazione i meccanismi percettivi con le problematiche legate all'uso della forma e la conseguente elaborazione dei linguaggi creativi. In una visione più ampia, i fondamenti teorici permettono di analizzare la personalità dell'artefice del progetto, i condizionamenti psicologici dei fruitori e il più complesso sistema produttivo ed espositivo dell'industria creativa. Il corso svilupperà linee che vanno dalla fisiologia della percezione alla psicologia della percezione, sottolineando soprattutto la dimensione sociale dei processi percettivi attraverso un approccio ai contenuti del corso via via più pratico. PRIMA PARTE: FONDAMENTI TEORICI DELLA TEORIA DELLA PERCEZIONE E DELLA PSICOLOGIA DELLA FORMA 1. Introduzione al corso 1.1. Dalla percezione alla narrazione 1.1.1. Obiettivi del corso 1.1.2. Livelli di significazione 1.2. La percezione della realtà 1.2.1. Fisiologia della percezione 1.2.2. Teorie classiche di psicologia 2. Psicologia della percezione 2.1. Organizzazione percettiva 2.1.1. Principi della percezione proposti dalla Gestalt 2.1.2. Contesto e attribuzioni di senso alle percezioni 2.2. Le vie dell'illusione 2.2.1. Illusioni ottiche 2.2.2. Spazi illusori SECONDA PARTE: ELEMENTI FORMALI DEL LINGUAGGIO VISIVO I: COMPOSIZIONE 3. Elementi formali del linguaggio visivo 3.1. Proporzione e armonia 3.1.1. Dalle forme naturali alle forme simboliche 3.1.2. Esiste un canone di bellezza? 3.2. Composizione I 3.2.1. Sintassi del linguaggio visivo 3.2.2. Costruzione dello spazio pittorico 4. Composizione II 4.1. Prospettive 4.1.1. Evoluzione dello spazio pittorico 4.1.2. Arte e illusione 4.2. Composizione visuale in pratica 4.2.1. Principi di composizione in fotografia e cinema 4.2.2. Principi di composizione in altre discipline TERZA PARTE: ELEMENTI FORMALI DEL LINGUAGGIO VISIVO II: COLORE 5. Teoria del colore 5.1. Le leggi del campo ottico 5.1.1. Luce 5.1.2. Illuminazione 5.2. Armonia 5.2.1. Principi dell'armonia 5.2.2. Contrasto e combinazioni di colore e forma 6. Psicologia del colore 6.1. Psicologia del colore 6.1.1. Colore ed emozioni 6.1.2. Colore e cultura 6.2. L'emozione come scopo 6.2.1. Composizione con colore 6.2.2. Colore e narrazione 7. Elementi formali del linguaggio visivo in pratica 7.1. Colore in pratica 7.1.1. Colore e oggetti 7.1.2. Trend 7.2. Esercizi pratici 7.2.1. Correlazione tra suoni e colori: case studies 7.2.2. Correzione degli elaborati QUARTA PARTE: DIMENSIONE CULTURALE DELLA PERCEZIONE E STRATEGIE NARRATIVE 8. Strategie per la costruzione di un messaggio 8.1. Individuazione di risorse espressive e loro uso 8.1.1. Analisi del contesto 8.1.2. Appropriazionismo e decontestualizzazione 8.2. Costruzione di narrative attuali 8.2.1. Retorica e costruzione di senso 8.2.2. Identità, marchio, messaggio 9. Dialettiche tra realtà e finzione 9.1. Narrazioni documentarie 9.1.1. Mockumentaries 9.1.2. Animazione-documentari 9.2. Nuovi mezzi e possibilità di comunicazione 9.2.1. Panorami dell'immagine digitale 9.2.2. Preparazione del workshop QUINTA PARTE: RICERCA DI GRUPPO 10. Preparazione dell'elaborato di gruppo 10.1. Ecosistema e percezione di una mostra: caso di studio 10.2. Costruzione del discorso e dei profili: trama e storia 10.3. Prima presentazione della ricerca di ciascun gruppo: target e innovazioni 11. Finale del corso e workshop 11.1. Riepilogo degli argomenti principali del corso 11.2. Altri casi di studio 11.3. Seconda presentazione degli esiti della ricerca: sviluppo e bozza di proposte 12. Presentazione finale degli elaborati di gruppo 12.1. Analisi delle proposte 12.2. Voti
METODOLOGIA ADOTTATA	[X] IN PRESENZA La metodologia d'insegnamento utilizzata in questo corso prevede l'alternanza di lezioni teoriche in aula e di lezioni dimostrative e/o esercitazioni volte ad approfondire, attraverso la pratica e l'esperienza diretta, i contenuti portanti della disciplina. Allo studente potrà essere richiesta la realizzazione di un lavoro di ricerca/approfondimento su uno o più contenuti del corso, da presentare e discutere in sede di esame.
BIBLIOGRAFIA, SITOGRAFIA, VIDEOGRAFIA	Si fornirà una bibliografia specifica per ogni lezione. Come testi generali di riferimento: Arnheim R., Arte e percezione visiva, Feltrinelli. De Grandis, L., Teoria e uso del colore, Mondadori. Falcinelli, R., Cromorama. Come il colore ha cambiato il nostro sguardo, Einaudi. --- Figure, Einaudi. Francavilla, C., Progettazione grafica, Hoepli. --- Teoria della percezione visiva e psicologia della forma, Schena. Gombrich, A., Arte e illusione, Phaidon. Gregory R.L., Occhio e cervello. La psicologia del vedere, R. Cortina. Kandel, ER., Schwartz, J., Jessell, TM., Siegelbaum, S. y Hudspeth, AJ., Principles of Neural Science, MacGraw-Hill. Kanizsa, G., Vedere e pensare, Il Mulino. Katz, D., La psicologia della forma, Bollati Boringhieri. Koffka, K., Principi di psicologia della forma, Bollati Boringhieri. Lotto, B., Percezioni. Come il cervello costruisce il mondo, Bollati Boringhieri. Marcolli, A., Teoria del campo, Sansoni. Massironi, M., Fenomenologia della percezione visiva, Il Mulino. Purghé, F., Stucchi, N. e Olivero, A., La percezione visiva, UTET Università.
MODALITA' DI VALUTAZIONE	Gli studenti dovranno approfondire gli argomenti trattati da un punto di vista pratico. Si richiede quindi l'elaborazione di un progetto d'arte, di approfondimento personale, sulle tematiche proposte a lezione. La prova finale verterà dunque sulle presentazioni orali dei progetti personali, che devono essere corredati di un adeguato apparato critico, concettuale e iconografico di riferimento. Sarà oggetto di valutazione: - Spiegare il rapporto tra le risorse espressive utilizzate e la costruzione di un'identità o stile. - La rilevanza di queste risorse per un pubblico e contesto determinato. - La complessità del caso prescelto. - L'interrelazione di diverse tendenze nella stessa esposizione. - La capacità di definire un problema attuale. In termini di presentazione, saranno esaminate: - L'abilità narrativa e il rapporto di successo tra il discorso e il linguaggio utilizzato. - La creazione di un discorso personale. VOTO FINALE: voto complessivo del voto del progetto d'arte finale (50%) + le attività proposte durante il corso (25%) + il progetto di gruppo (25%)