

UniBO - Comunicazione grafica -Laboratorio di Comunicazione Visiva

Committente del progetto

Chi: Fondazione Gramsci Emilia-Romagna

Ambito di attività: settore cultura

Sede: Via Mentana 2, 40126, Bologna, Italia

Maggiori informazioni e dettagli: <http://www.iger.org/>

Fondazione Gramsci Emilia-Romagna, ente storico riconosciuto di valore nazionale dal MIC, richiede delle **azioni di comunicazione** che possano valorizzare le attività svolte, al fine di avere maggior sostegno, anche economico, nei confronti del settore cultura.

Le azioni di comunicazione dovranno pertanto valorizzare le attività e la natura della Fondazione Gramsci Emilia-Romagna che opera per:

- tutelare e diffondere la cultura storica, anche mediante la raccolta, la corretta conservazione e la messa a disposizione del pubblico di fonti storiche di vario tipo, tra cui artefatti visivi;
- promuovere una comunicazione storica e una didattica accessibili a chiunque senza per questo derogare alla precisione nella ricostruzione storiografica e al diretto confronto con le fonti storiche;
- contribuire a costruire l'abitudine al pensiero critico e alla lettura della complessità del reale, presentando una pluralità di punti di vista e rivolgendosi a un pubblico trasversale con particolare attenzione alle giovani generazioni;
- promuovere la collaborazione con enti di formazione e con gli istituti di cultura, favorire la costituzione di reti di scambio e collaborazione anche al fine di promuovere adeguata conoscenza e relazioni con l'ambito geopolitico di riferimento

Attraverso un percorso di conoscenza della realtà in oggetto e del suo modus operandi, il singolo studente e la singola studentessa, possono avere la possibilità di applicare le conoscenze del mondo della comunicazione grafico visiva, all'interno del settore cultura, alimentando o maturando, anche la singola responsabilità politica. Ulteriori specifiche sulla natura della Fondazione Gramsci Emilia-Romagna verranno fornite a parte del documento brief, come materiale di supporto per la fase di progettazione.

Output di progetto:

Ogni team di progetto dovrà realizzare una campagna di informazione sulla natura della Fondazione, finalizzata anche alla donazione del 5x1000 a sostegno del settore cultura.

Il nome della campagna è: "La storia è..."

Pt.1 - Identità visiva

Creare un'identità visiva del nome "La storia è..."

Ogni team di progetto, in relazione al concept che deciderà di presentare alla Fondazione, potrà decidere se realizzare un logotipo o un marchio, oppure andare oltre la semplice relazione tra i due, producendo

un'identità semplicemente tipografica, completamente astratta, dinamica, statica, generata da un codice, figurativo, ecc.

Pt.2 - Specifiche tecniche dell'Identità visiva

L'identità dovrà essere sviluppata in b/N positivo e negativo, colori, riduzioni e indicazioni cromatiche, eventuali elementi dinamici.

Pt.3 - Brochure

Realizzare una brochure con formato a piacere - tenendo in considerazione il minor spreco possibile di carta - che possa contenere la storia della Fondazione, la sua mission e vision, i riferimenti alle donazioni mediante 5x1000, riferimento al sito web e uno spazio con i contatti. Tale brochure verrà divulgata all'interno della Fondazione e presso eventi. Target B2C.

Pt.4 - Manifesti e locandine

Realizzare una serie di manifesti promozionali e locandine che possano essere divulgati nei medesimi luoghi del Pt. 3 e per lo stesso target. Tali artefatti potranno essere anche affissi in strada. Dovranno emergere i punti sopra citati, compresa la possibilità di destinare il 5x1000 al settore cultura, sostenendo concretamente anche con donazioni in denaro.

Formato manifesti: 70x100 cm / 100x140 cm / 140x200 cm // Formato locandina: 29,7x42 cm

Pt.5 - Pensiline per fermate degli autobus

Formato 120x180 cm

Pt.6 - Storytelling

Realizzazione di un prodotto video e/o cartaceo, che possa raccontare i punti sopra citati, compresa la possibilità di effettuare donazioni concrete in denaro. Formato a piacere

Pt.7 Sito web

Realizzare un Visual per il sito web

Pt. 8 Materiale Social

Realizzare il materiale promozionale per la pagina IG (almeno tre post, 3 stories, e un reel IG).