



RUFA
Rome University
of Fine Arts

SCHEDA WORKSHOP **ALFABETO DEL COLORE**

- Titolo Workshop:
ALFABETO DEL COLORE
(Armocromia, simbologia e interpretazione del colore quale strumento di comunicazione visiva)
- A cura di:
Prof.ssa Antonia Ciampi
- Indirizzato a:
tutti gli studenti
- Requisiti richiesti:
- Num. partecipanti:
20 studenti
- Durata e Crediti:
25 ore – 2 crediti
- Periodo di svolgimento :
24-28 ottobre Sede RUFA Via Benaco 2 / Aula Scenografia

Lun 24 ott 9:30 – 13.30 e 14.30-16.30

Mar 25 ott 9:30 – 13.30 e 14.30-18.30

Mer 26 ott 9:30 – 13.30 e 14.30-18.30

Gio 27 ott 9:30 – 13.30

Ven 28 ott 9:30 – 12.30

(il lavoro si svolgerà in gruppi e il totale delle ore di lezione sarà comunque di 25)

Mod. 05-02 –B Rev. 0 del 03-12-2015

Breve descrizione :

Le tematiche che sviluppano la ricerca sul colore sono di approccio specialistico, e quindi di difficile ed articolata lettura, che richiede specifici approfondimenti. L'insegnamento verrà qui affrontato intersecando le varie forme di linguaggio della comunicazione del colore, che ne condizionano l'uso e la fruizione.

- Consideriamo inizialmente l'importanza e l'incidenza dell'impatto cromatico nella comunicazione visiva. Il nostro mondo è governato dai colori, che ci guidano nella relazione con l'ambiente che ci circonda, rilasciandoci informazioni che ci permettono di orientarci, selezionare e scegliere. Ciò viene determinato in gran parte dalla ancestrale reazione fisiologica che viene stimolata nel corpo umano alla vista di un colore. Reazione fisica che si sposa con il vissuto individuale, la cultura, la religione e lo stato emozionale di ogni singola persona. La forza del colore può modificare qualunque forma e qualunque segno, dando percezione diversa ai nostri sensi, e determinando piacevolezza, sgradevolezza, simpatia, antipatia, confidenza, formalismo, ecc...

-Il colore è qualcosa che ha vita e linguaggi autonomi, non è più solo parte e dettaglio di un progetto, ma emozione che parla direttamente ad un nostro vissuto, e alla nostra cultura. L'immagine, mezzo di comunicazione che rappresenta un concetto, comunica all'esterno attraverso il colore, rivelando aspirazioni, tensioni e capacità, ma anche la sfera emozionale e comportamentale. Quindi, oltre all'individuazione di un segno funzionale, occorre vestirlo con i colori giusti, per non tradire il senso ed il significato che si vuole attribuire nella comunicazione individuata nel concept.

-Progettare il colore significa ricoprire la superficie e operare un mutamento nel campo dell'identità. E' realizzare un'integrazione tra il suo contenuto estetico e quello inconscio, portatore di senso. E' un atto rivelatorio di un'identità personale e collettiva. E' anticipare il futuro, partendo da una valutazione del presente e da una conoscenza del passato. Il progetto cromatico soggiace alle leggi della psicologia della percezione: unifica, separa o rende percettivamente salienti gli elementi del campo. Rinvia ad altro da sé come segno in modo convenzionale, come simbolo in modo evocativo. In un'epoca dominata dall'informazione, rapida, immateriale e colorata, nessun progetto può prescindere dall'aspetto cromatico. Il colore quale alfabeto del mondo.

ALFABETO DEL COLORE

(viaggio nella comunicazione attraverso il colore)

Si parla a telefoni ROSA e AZZURRO, si prendono pillole BLU, si investe in conti ARANCIO si tifa AZZURRO, si vincono maglie ROSA e ci si consola con quelle GIALLE.....Diventiamo VERDI d'invidia, BIANCHI dalla paura, e se qualcuno ci fa vedere ROSSO, lo facciamo NERO.....Quando la vita è GRIGIA



e siamo al VERDE con il conto in ROSSO, se pensiamo in ROSA, potremmo incontrare il principe AZZURRO.....Ma perché un'auto MARRONE negli Stati Uniti è top, mentre in Italia è tragicamente sbagliata? Una volta si lavava più BIANCO, mentre oggi ci si preoccupa soprattutto di proteggere i capi NERI e COLORATI..... Il motto VEDERE PER CREDERE ci dice che assumiamo informazioni attraverso gli occhi. Il mondo intorno a noi è riconoscibile attraverso i colori: ci aiutano ad attivare i sensi per provare le emozioni e ci guidano alla percezione di tutto ciò che ci circonda.

La natura crea, pubblicizza, segnala e nasconde da molti milioni di anni, con risultati infinitamente diversi, attraverso il linguaggio del colore. Per poter capire quindi come usare questo straordinario strumento, dobbiamo imparare non solo a vedere, ma soprattutto a guardare ed osservare. Loghi e marchi utilizzano la loro forza come veicolo di messaggi altrettanto potenti, chiari e forti, basati su un arcobaleno ridotto e semplificato su scala computer che ci sottrae milioni di tonalità presenti in natura. Il colore è qualcosa che ha vita e linguaggi autonomi non è più solo parte e dettaglio di un progetto, ma emozione che parla direttamente ad un nostro vissuto e alla nostra cultura. Il nuovo potere cromatico è fortissimo, infrange ogni regola e supera l'estetica dei significati convenzionali o prevedibili. Il colore ci aiuta a capire se un oggetto è morbido, duro, liscio, ruvido, trasparente, opaco, pesante o leggero, ma anche pericoloso o sicuro. Quindi ci aiuta ad orientarci, ma anche a distinguerci, ad esprimere la nostra personalità e la nostra energia.

La nostra immagine, il mezzo di comunicazione che ci rappresenta, comunica all'esterno attraverso il colore, rivelando aspirazioni, tensioni e capacità lavorative, ma anche la sfera emozionale e comportamentale. Le vetrine dei negozi ci invitano a vestirci di colori, ma forse non tutti conoscono davvero quale colore sia quello giusto da indossare per far risaltare le nostre caratteristiche personali, per non passare inosservati, per non essere fraintesi ad un colloquio di lavoro o al primo appuntamento. E forse non si conosce neanche il colore giusto per tinteggiare le pareti di casa e dell'ufficio, quello da usare per presentare il cibo in tavola ad ogni occasione, quello da scegliere per proporre un prodotto o l'immagine della propria azienda

MODALITA' DEL WORKSHOP

Le tematiche che sviluppano la ricerca sul colore sono di approccio specialistico, e quindi di difficile ed articolata lettura, che richiede specifici approfondimenti. L'insegnamento verrà qui affrontato intersecando le varie forme di linguaggio della comunicazione del colore, che ne condizionano l'uso e la fruizione. Affrontando e sviluppando la lettura del colore nella modalità di espressione, di valore semantico, di utilizzo reale e della sua applicazione, si articolerà la ricerca di un linguaggio artistico e creativo per ogni singolo studente. L'approfondimento teorico sarà sviluppato per tematiche:



- Classificazione dei colori
- Colore scientifico
- Storia del colore
- Cultura e religione del colore
- Simbologia del colore
- Psicologia del colore
- Percezione del colore
- Armocromia

Il viaggio nella scoperta dell'universo colore sarà affrontato in alcune lezioni supportate da immagini, esercitazioni applicative in laboratorio e letture di libri suggeriti, che convergeranno in due progetti, quale esercitazione pratica di applicazione delle tematiche acquisite.

1.laboratorio di armocromia

L'armocromia è la scienza dell'armonizzazione dei colori e che partendo dal corpo umano, identifica una tavolozza per ogni tipologia di persona, identificandone i colori appropriati in funzione di una comunicazione consapevole.

L'obiettivo è di far acquisire ad ognuno coscienza della propria singolarità e unicità, attraverso la scelta di ogni gesto, rifiutando l'omologazione, scoprendo che ognuno ha un personale e irripetibile modo di esprimersi.

2.laboratorio di musica e colore

Luogo di libertà e trasgressione, il colore stimola lo studente ad esprimere sogni, inquietudini, pensieri e paure, desideri e dolori, e costruisce un linguaggio dove in totale autonomia si aiuta a costruire la forza e il coraggio di essere se stesso, per percepire il colore come elemento significativo, recepire la musica come generatore di stati d'animo, liberare la propria creatività, superando condizionamenti emotivi, e apprendere nuove tecniche artistiche in supporto all'indirizzo di studi scelto.