

Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – A.A. 2021/2022

Titolo della tesi: ALTA VISUALITÀ - Percezione visiva e processo decisionale nel Visual Content Marketing

Autore: Leola Costa

Abstract

I Social Media hanno rivoluzionato la società dei nostri tempi, modificando le nostre dinamiche di interazione. Riuscire a conquistare l'attenzione diventa sempre più complesso, ed è in quest'ottica che i contenuti visivi divengono lo strumento ideale per attrarre gli utenti, stabilendo con loro un rapporto diretto: non solo un corredo estetico per le informazioni, ma un aspetto fondamentale della comunicazione social.

L'obiettivo di questo elaborato è dunque quello di sviluppare una strategia di Visual Content Marketing tenendo conto della psicologia della visione nel contesto delle neuroscienze cognitive, nel tentativo di spostare il tradizionale asse didattico della comunicazione dalla percezione razionale e concettuale a quella sensoriale, per immagini graficamente espresse.

Le scelte grafiche operate, in tal senso, si pongono nell'ambito della teoria dell'informazione, dove termini quali comunicazione, elaborazione e informazione assumono significati specifici in rapporto a una determinata definizione del concetto di immagine.

Le sperimentazioni sono state sviluppate e pubblicate per la pagina Facebook e il profilo Instagram di @ameconviene e di @visuresmart.it, realtà in cui ho svolto il tirocinio curriculare del Master MATEC in Progettazione e Management del Multimedia per la Comunicazione.