

## Scheda Attività Didattica a.a. 2019/20

**Denominazione insegnamento: Design della Comunicazione Visiva**

**SAD (Settore Artistico Disciplinare): ISDC/05**

**Corso di Studio:** Biennio in "Multimedia Design"

**Prof.:** Mario Rullo

### **Obiettivi formativi e Contenuti:**

Il corso intende offrire una visione contemporanea dei sistemi di identità visiva, con progetti legati da un comune atteggiamento di apertura: nel concetto, nel processo, nella forma, nell'interpretazione di chi osserva.

Le esercitazioni progettuali si svilupperanno intorno ai temi del Cultural Heritage, attraverso l'identificazione dei valori culturali presenti sul territorio e la loro valorizzazione mediante la strutturazione di progetti di visual design in grado di creare identità, consapevolezza, divulgazione, coinvolgimento degli utenti e interazione.

### **Programma esteso:**

L'obiettivo didattico consiste nell'individuazione ed analisi delle tracce sistemiche presenti nel corso di evoluzione della disciplina di Design della Comunicazione, a partire dalle sue origini e lungo tutto lo sviluppo del Novecento, sino alle esperienze contemporanee.

La didattica si focalizzerà nell'approfondimento e comprensione dei nuovi modelli di Identity Design in cui si possono ritrovare i concetti di "evoluzione nel tempo", "contaminazione", "processualità", "contestualità", "gestione del caos", "partecipazione del destinatario".

A seguito dei significativi cambiamenti sociali, tecnologici e culturali che hanno coinvolto la nostra società negli ultimi trent'anni, ci troviamo oggi circondati da un flusso di informazioni rapidissimo e in continuo mutamento. Il Design della Comunicazione deve così essere affrontato con un adeguato e rinnovato approccio progettuale. Se stabilità, ripetibilità e coerenza del marchio sono stati i punti saldi delle teorie del 20° secolo, oggi i nuovi valori da affermare diventano complessità, sistemica e differenza.

Le Case-histories analizzate durante il corso saranno esemplificative di un design flessibile, non imposto dall'alto ma costruito nella realtà, tenendo conto delle differenze e valorizzandole. Sono lontane da un'idea istituzionale e controllata del design, e aprono invece spazi per la partecipazione degli utenti, per l'evoluzione delle forme, per l'adattamento degli strumenti al contesto.

Saranno presi in esame i modelli progettuali con alcune caratteristiche:

\_ Non vengono definite forme, ma campi di possibilità; il progetto si evolve nel tempo e non è mai concluso.

\_ L'attenzione è posta sul processo, enfatizzando non il risultato ma la via per ottenerlo.

\_ I percorsi sono influenzati da elementi esterni; il progetto può essere liberamente contaminato.

\_ I designer rinunciano al controllo totale sui risultati finali e vi è un abbandono consapevole a fattori non controllati. Il progetto rimane aperto a nuovi sviluppi non previsti.

\_ Il destinatario non è un target, ma un collaboratore e coautore. Tra i due ruoli di chi concepisce la comunicazione e di colui che la riceve si sviluppano nuovi punti di contatto e gli individui partecipano in diverse maniere. I destinatari vengono resi dialoganti e attori. Il lettore è incoraggiato ad esplorare e i progetti sono partecipativi e open source, cercando di sviluppare fenomeni di partecipazione collaborativa.

\_ Il contesto d'azione è fondamentale e il progetto deve dimostrare di saperarsi adattare. Vengono create possibilità di declinazioni mutevoli a seconda del contesto e si ricerca il contatto con la realtà fisica e urbana.

\_ I confini tra Graphic Design, tecnologie dell'informazione, architettura e sistemi urbani diventano sempre più sfocati.

Inoltre, il corso aiuterà a ripercorrere la strada che ha portato alla diffusione delle Identità Variabili, dalle intuizioni contenute in "Opera aperta" di Umberto Eco e "Lezioni Americane" di Italo Calvino, fino ai progetti pionieristici di Karl Gerstner negli anni Cinquanta.

L'insegnamento affronterà anche il tema delle Identità Generative, in cui i designer pongono l'accento sulla progettazione dei processi di creazione piuttosto che sulle forme finali. Si tratta di "processi aperti" in cui il designer non definisce l'artefatto finale ma progetta il suo processo di realizzazione. Molto spesso vengono sfruttate le possibilità dei media digitali, oppure la contaminazione fra quest'ultime e gli strumenti analogici.

Verrà affrontato anche il tema delle Identità Relazionali, in cui vengono esplorati i progetti che mettono in gioco gli utenti, coinvolgendoli nell'elaborazione progettuale, o lasciando lo spazio per agire e modificare il risultato. Il fruitore è contemporaneamente protagonista ed è convocato per contribuire attivamente all'identità in movimento, nell'evoluzione e nell'interazione. I progetti sfidano il pubblico ad assumere un atteggiamento più attivo e curioso nei confronti della comunicazione visiva.

### **Metodi didattici:**

#### **Modalità di verifica dell'apprendimento**

Revisione periodica attraverso esercitazioni e revisioni in aula. Consegne intermedie su parti del progetto finale.

L'esame consisterà nella presentazione del progetto d'identità sviluppato durante il corso, con modalità che verranno definite in base alle peculiarità di ogni singolo caso.

#### **Criteri di valutazione**

In sede di esame la valutazione degli studenti avverrà attraverso una presentazione dei progetti, secondo le modalità utilizzate in ambito professionale: analisi del contesto, definizione degli obiettivi, rational con strategia di comunicazione, reference, moodboard, tavole con visual, eventuali video e animazioni, mockup, prototipi e declinazioni.

Inoltre verranno valutate le esercitazioni svolte durante le lezioni, unite alla valutazione sul percorso del singolo studente: frequenza, puntualità delle consegne, motivazione ed applicazione.

**Prerequisiti:** Conoscenza di base dei linguaggi grafici e dei principali software di impaginazione.

### **Testi di riferimento:**

#### *Bibliografia*

- Open Project. Des Identités non standard, Pyramyd, C. Chiappini, S. Sfligiotti, Paris 2010
- Dynamic Identities in Cultural and Public Context, U. Felsing, Lars Muller Publishers, 2009

**ISIA di Pescara**

**Istituto Superiore per le Industrie Artistiche**

Via Cesare Battisti n. 198 - 65123 - Pescara - Codice fiscale 91137250683

Tel. 085.2059763 - PEO: [isiape@isiadesign.pe.it](mailto:isiape@isiadesign.pe.it) - PEC: [pec@pec.isiadesign.pe.it](mailto:pec@pec.isiadesign.pe.it)

[www.isiadesign.pe.it](http://www.isiadesign.pe.it)

- Opera aperta. Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee, U. Eco, Bompiani, Milano 2009
- Lezioni americane. Sei proposte per il prossimo millennio, I. Calvino, Oscar Mondadori, Trento 2010
- Multiverso, in "Multiverso Programme", C. Chiappini, S. Sfligiotti, Aiap, 2008
- The new corporate logo: Dynamic and changeable are all the rage, A. Rawsthorn, in "New York Times", 11 Febbraio 2007
- Hard, soft e smart: gli stili registici dell'identity design, G. Anceschi, C. Chiappini, in "Progetto Grafico", dicembre 2006
- Identità dinamiche. Nuove metodologie progettuali dell'immagine coordinata, Christopher Secolo, luav, 2011

*Sitografia*

<http://lust.nl/>

<http://www.lava.nl/>

<http://integral.ruedi-baur.eu/>

<http://www.andrebaldinger.com/>

<http://www.brucemaudesign.com/>

<http://www.cobbenhagendriksen.nl/>

<http://www.eatock.com/>

<http://bunchdesign.com>

<http://www.experimentaljetset.nl/>

<http://www.lesley-moore.nl/>

<http://www.lettererror.com/>

<http://www.pentagram.com/>

<http://www.sagmeister.com/>

<http://www.stockholmdesignlab.se/>

**ISIA di Pescara**

**Istituto Superiore per le Industrie Artistiche**

Via Cesare Battisti n. 198 - 65123 - Pescara - Codice fiscale 91137250683

Tel. 085.2059763 - PEO: [isiape@isiadesign.pe.it](mailto:isiape@isiadesign.pe.it) - PEC: [pec@pec.isiadesign.pe.it](mailto:pec@pec.isiadesign.pe.it)

[www.isiadesign.pe.it](http://www.isiadesign.pe.it)