

DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA / UNIFE
Corso di laurea in Design del Prodotto industriale
Laboratorio di Design della comunicazione
AA. 2013-2014



**Artefatti comunicativi fra bidimensionalità
e tridimensionalità di prodotto**

Docenti:

prof Alfonso Acocella
prof. Veronica Dal Buono
prof. Giulia Pellegrini
prof. Davide Turrini

« Io dico sempre che le parole sono pietre; le parole, la terminologia è fondamentale. Si tratta di “chiamare in vita” le cose. La parola “grafica” reca evidente il segno della sua origine, viene dal greco, graph-ò, “graffio”, incido, “graffisco”, e quindi “scrivo”. Giovanni Lussu vi direbbe che grafica è “scrittura”. Io non sono così integralista, tuttavia rimane vero che la grafica si occupa di trasformare le cose in “segni”, in “tratti” ancora prima che nei “segni” della semiotica.

Ciò considerato, però, la parola “grafica” descrive comunque un territorio un po’ ristretto. Viceversa, nel momento in cui le avviciniamo il termine “design” – come in “graphic design” – usciamo da questa prospettiva di puro sistema notazionale, più o meno complesso. (...)

A essere sincero, io non avrei timore a forzare ulteriormente questo discorso e a parlare direttamente di “design della comunicazione”, più che di grafica o di graphic design. (...) Perché ciò che cui assistiamo è proprio l’ampliarsi del campo delle cose che si progettano. Fino a non molti anni fa i graphic designer – che in Italia si chiamavano grafici – progettavano essenzialmente cose che stavano sulla pagina e c’era una prevalenza della bidimensionalità. Adesso le cose sono cambiate. La grafica, in quanto tale, è diventata una regione di una mappa più grande, nella quale si comprende anche che è cambiata in senso qualitativo la dimensione dell’intervento, in particolare con l’irrompere della temporalità nel progetto. Si disegnano meno artefatti e più eventi, e anche gli artefatti sono sempre più attrezzi di scena per lo svolgimento degli eventi. Le semplificazioni possono essere numerose, ma la più poderosa di tutte credo venga dall’arrivo in scena dei media elettronici, nei quali troviamo certamente molto di grafico nel senso precedente, ma nei quali è anche evidente la questione del tempo: oggi il comunicato è sempre qualcosa di mobile, di metaforico. (...)

Parlare oggi solamente di spazio è semplicemente un’ingenuità. Oramai quello che dobbiamo gestire e progettare, quello di cui i graphic designer devono occuparsi, sono sequenze, atmosfere, processi, ma anche soprattutto, trasformazioni. Protagonista è il tempo. È per questo che da diversi anni ho cominciato a introdurre la nozione di “registica” nella nostra professione di designer della comunicazione: si tratta precisamente dell’idea che c’è qualcuno che si occupa di come si configura il fluire del tempo, di come si plasma il processo comunicazionale. »

Giovanni Anceschi

“Oltre la grafica”, pp. 20-21, in Giorgio Camuffo e Maddalena Dalla Mura (a cura di), *Graphic Design Worlds / Words*, Milano, Triennale, 2011, pp. 341.

Struttura del Laboratorio

Il Laboratorio di *Design della comunicazione* propone un percorso didattico indirizzato all'acquisizione, da parte degli studenti, di conoscenze teoriche e di metodologie operative per l'attività del design di artefatti comunicativi.

Il metodo didattico del Laboratorio è di tipo aperto e dinamico.

Viene proposto un programma di base, chiaramente delineato in avvio del Corso, ma al contempo aperto e disponibile ad accogliere modifiche, variazioni, arricchimenti secondo i risultati in progress e le opportunità nuove che emergeranno lungo le riflessioni teoriche e le attività di lavoro laboratoriale in aula.

L'attività didattica è articolata in lezioni teoriche frontali (svolte dal gruppo docente e da *visiting teachers*), in attività pratiche nei laboratori del Dipartimento e in visite di studio presso aziende di produzione.

Contenuti del Corso

Ambiti di riflessione teorica e di esercitazione pratica del Laboratorio sono rappresentati dai nuclei problematici afferenti al design della comunicazione, indissolubilmente intrecciati al design di prodotti per l'esposizione.

Il settore del *Paper Design* - nella sua accezione bidimensionale (libri, riviste...) e tridimensionale (espositori, packaging, furniture) - è eletto a tema di studio e di progetto per le particolari caratteristiche di trasversalità e di declinabilità funzionali alle attività di ricerca e di progetto del Laboratorio di Design della comunicazione.

Sarà richiesto agli studenti di sviluppare capacità di analisi e di elaborazione sia delle caratteristiche intrinseche dei singoli artefatti - materiali e immateriali - sia delle relazioni instaurabili fra prodotti, fruitori e spazio espositivo.

All'interno del corso sono previsti nuclei di lezioni sui temi fondamentali della percezione visiva, della grafica editoriale, della composizione e messa in pagina attraverso l'insegnamento di un software di impaginazione professionale.

Obbligo di frequenza

La frequenza alle attività formative è continuativa ed obbligatoria. Lungo tutto il semestre di svolgimento del Corso.

Il team dei docenti effettuerà costantemente la rilevazione delle presenze nei giorni di svolgimento delle attività del Corso.

Chi non registrerà l'80 % delle presenze non potrà sostenere l'esame.

Modalità di verifica dell'apprendimento

La prova d'esame verterà sulla valutazione dell'esercitazione progettuale finale e terrà conto dei risultati raggiunti nelle esercitazioni teorico-pratiche intermedie.

BIBLIOGRAFIA

Lecture obbligatorie

Ellen Lupton, *Caratteri, testo, gabbia. Guida critica alla progettazione grafica*, Bologna, Zanichelli, 210, p. 192.

Gino Roncaglia, *La Quarta Rivoluzione. Sei lezioni sul futuro del libro*, Roma, Laterza, 2010, pp. 287.

Design della comunicazione / Graphic Design

Angiolo Bandinelli, Giovanni Lussu, Roberto Iacobelli, *Farsi un libro. Propedeutica dell'auto produzione*, Roma, Biblioteca del Vascello, Stampa alternativa, 1990, pp. 146.

Giorgio Fioravanti, *Il nuovo manuale del grafico*, Bologna, Zanichelli, 2002, pp. 255.

Michele Spera, *Abecedario del grafico. La progettazione tra creatività e scienza*, Roma, Gangemi Editore, 2005, pp. 541.

Daniele Baroni, Maurizio Vitta, *Storia del design grafico*, Milano, Longanesi, 2007, pp. 335.

Daniele Baroni, *Un oggetto chiamato libro*, Milano, Sylvestre Bonnard, 2009, pp. 268.

Robert Bringhurst, *Gli elementi dello stile tipografico*, Milano, Sylvestre Bonnard, 2010, pp. 367 (prima ed. 1992).

Paper Design

Marco Cappellini (a cura di), *Idee, proposte e soluzioni per allestimenti in carta e cartone*, Milano, Comieco, 2008, pp. 56;

L'altra faccia del macero. Applicazioni industriali, artigianali e d'arte a base di fibre riciclate, Milano, Comieco, 2008, pp. 151;

Città Sottili. Luoghi e progetti di cartone: costruire con il cartone, Lucca, Lucense, 2008, pp. 52;

Mark Hampshire, Keith Stephenson, *Come scegliere e utilizzare la carta*, Modena, Logos, 2008, pp. 255;

Enrico Pedemonte (a cura di), *La Carta. Storia, produzione, degrado, restauro*, Venezia, Marsilio, 2008, pp. 238;

Petra Schmidt, Nicola Stattman, *Unfolded: Paper in Design, Art, Architecture and Industry*, Basilea, Birkhäuser, 2009, pp. 255;

Comieco, *Arte e design: vivere e pensare in carta e cartone*, Milano, Comieco-Dativo, 2011, 2 voll.

Materiali e design

Mike Ashby e Kara Johnson, *Materiali e design: l'arte e la scienza della selezione dei materiali per il progetto*, Milano, Ambrosiana, 2005, pp.334.

Manfred Hegger, Volk Auch-Schwelk, Matthias Fuchs, Thorsten Rosennkranz, *Atlante dei materiali*, Torino, Utet, 2006, pp.287.

Daniel Kula, Elodie Ternaux, *Materiology: the creatives guide to materials and technologies*, Frame publisher, Basilea, 2009, pp. 342.

Material Connexion (a cura di), *Materials matter*, Bologna, Compositori, 2010, pp. 239.