

nome dell'insegnamento	Design della comunicazione I
docente	Roberto Ossani
tipologia dell'attività formativa	Caratterizzante
settore scientifico disciplinare	ISDC/05
anno di corso	I anno
Livello	II – Biennio Design della comunicazione
Semestre/Annuale	Semestrale
CFA	6
totale ore insegnamento	75

Breve curriculum del docente

Roberto Ossani è un art director e graphic designer free-lance. È docente di ruolo all'ISIA di Roma, dove insegna *Comunicazione visiva*, e a contratto presso l'ISIA di Faenza, dove insegna *Design della comunicazione*. Dell'ISIA di Faenza è stato direttore dal 2010 al 2016.

Ha tenuto conferenze e seminari in varie università europee e corsi per insegnanti in vari istituti nazionali. Dal 2010 collabora con il magazine culturale Gagarin.

Nel 2019 ha pubblicato il libro *Everyday design – Uomini, storie e idee dietro al design degli oggetti quotidiani* (Gagarin Editore).

Indirizzo di posta elettronica: ossani_roberto@isiafaenza.it

Obiettivi formativi

Il corso di Design della Comunicazione è un corso di progettazione avanzata e simulazione professionale, nel quale si affrontano le tematiche progettuali di competenza delle figure dell'*Art director* e del *Graphic designer*, dalla *comunicazione integrata* alla *corporate image* e alla cosiddetta *comunicazione non convenzionale*, in un'ottica applicativa e di cross-medialità. Particolare attenzione viene prestata alla responsabilità sociale del designer e alla cosiddetta *Comunicazione per il sociale*.

Contenuto del corso

Obiettivo del corso è far raggiungere allo studente quel grado di autonomia di progetto e di consapevolezza critica che gli consenta di definire concept strategici e di coordinare un piano di comunicazione interagendo con sistemi complessi che si articolano su diversi media.

Lo studente dovrà quindi ideare concept (dare risposte innovative a problemi di comunicazione – anche all'interno di un lavoro di staff), declinarli in un piano articolato che connetta diversi media e formati, e consegnare documenti esecutivi utili alla produzione.

Dovrà inoltre acquisire la capacità di presentare ed argomentare correttamente i propri progetti.

Il corso si articola su tre binari paralleli: lezioni monografiche su argomenti-chiave della disciplina; lezioni tecniche sui metodi professionali per la realizzazione di prodotti comunicativi; esercitazioni e discussioni in gruppo su brief proposti dal docente.

I principali argomenti trattati sono: Regole e rottura delle regole nella comunicazione visiva / La comunicazione come sistema / Le tecnologie del colore e della stampa / La comunicazione

perversa / Design dell'identità / Il Marchio e la sua storia / La recente evoluzione del marchio –
Le identità metamorfiche / La nascita del manifesto moderno / La comunicazione per il sociale /
La comunicazione non convenzionale.

Ogni anno si propone agli studenti un brief da svolgere in collaborazione con enti esterni, quando possibile musei o istituzioni o associazioni *non profit*, ma anche imprese private.

Testi di riferimento consigliati

- Raymond Queneau, *Esercizi di stile*, introduzione e traduzione di Umberto Eco, Torino, Einaudi, 2001
- Gerard Unger, *Il gioco della lettura*, Roma, Stampa Alternativa, 2006
- Simon Garfield, *Sei proprio il mio typo*, Milano, Tea, 2015
- Marshall McLuhan, *La galassia Gutenberg: nascita dell'uomo tipografico*, Roma, Armando, 2001
- Daniele Baroni, Maurizio Vitta, *Storia del design grafico*, Milano, Longanesi, 2003
- Luigi Anolli, *Psicologia della comunicazione*, Bologna, Il mulino, 2002
- Daniele Pittèri, *La pubblicità in Italia: dal dopoguerra a oggi*, Roma, GLF editori, Laterza, 2002
- F. Pira - E. Kermol, *Comunicazione e Potere*, Padova, Cleup, 2000
- Riccardo Falcinelli, *Critica portatile al visual design. Da Gutenberg ai social network*, Einaudi Stile libero Extra, Torino. 2014
- Riccardo Falcinelli, *Cromorama. Come il colore ha cambiato il nostro sguardo*, Einaudi Stile libero Extra, Torino. 2017
- Philip Ball, *Colore – una biografia*, Milano, BUR, 2004

Metodi didattici

Lezioni frontali con videoproiezioni. Esercitazioni e discussioni in aula. Visite a stabilimenti tipografici e al Museo Bodoniano di Parma.

Modalità della verifica del profitto

Esame finale in forma orale. I risultati delle esercitazioni svolte durante l'anno saranno l'oggetto del colloquio d'esame. L'impegno profuso nel lavoro, il rispetto delle date di consegna, la qualità progettuale e tecnica, l'originalità dei contenuti e la consapevolezza critica acquisita saranno le variabili su cui si definirà la valutazione.

Orario delle lezioni

Come da calendario pubblicato all'Albo.

Orario di ricevimento

Su appuntamento.