

Design della comunicazione

visual design

content design

smart design

multimodal design

design visivo

design dei contenuti

smart design

design multimodale

In its multiple articulations, communication design is an area of research and experimentation careful to the issues that characterise the contemporary world. Reconfigured by the digital revolution, it represents the sphere of design that is responsible for the transmission of knowledge, the organisation and translation of contents and complex information, the representation of identity and values in the various sectors of society, determining, through its multiple configurations and interfaces, the relational and communication processes between people and between people and artefacts.

ABSTRACT

Nelle sue molteplici articolazioni il design della comunicazione è un ambito di ricerca e di sperimentazione sensibile alle tematiche che caratterizzano la contemporaneità. Riconfigurato dalla rivoluzione digitale, rappresenta l'ambito del design che si fa carico della trasmissione del sapere, dell'organizzazione e traduzione dei contenuti e dell'informazione complessa, della rappresentazione di identità e valori nei diversi comparti della società determinando, attraverso le sue plurime configurazioni e interfacce, i processi relazionali e di comunicazione tra persone e tra persone e artefatti.

OBIETTIVI

- **Ascoltare:** al fine di conoscere la ricerca e la didattica del design della comunicazione, delineare confini, temi, strumenti e indirizzi futuri, si svolgeranno attività di mappature coinvolgendo i gruppi di ricerca, le aziende, gli enti presenti sul territorio italiano.
- **Connettere:** stabilire connessioni con enti, istituti (anche internazionali) per condividere politiche, metodologie, strategie e progetti.
- **Comunicare:** promuovere la partecipazione a festival, incontri (Torino, Milano e Napoli) per promuovere una cultura del progetto legata alla ricerca.

Il gruppo di lavoro promuove attività continuative a distanza rispetto agli obiettivi di ascoltare, connettere, comunicare con l'intento di organizzare almeno un incontro annuale per la condivisione di studi e ricerche, oltre che di riflessione e dibattito sui risultati delle attività continuative del gruppo di lavoro.

POSITION PAPER

Il Design della Comunicazione nelle sue molteplici articolazioni è ambito di ricerca e di sperimentazione sensibile alle evoluzioni, tecnologiche, culturali e linguistiche che caratterizzano la

contemporaneità. Riconfigurato dalla rivoluzione digitale, è caratterizzato da due principali direttrici di ricerca: una verticale, specifica sui temi della ricerca di base interna alla disciplina stessa, e una trasversale di raccordo con altri saperi. È strumento di trasmissione delle conoscenze, di organizzazione e traduzione dei contenuti e dei dati complessi, di rappresentazione e progettazione di identità, strategie e valori nei diversi settori — merceologici, pubblici, culturali e sociali — determinando processi relazionali e di comunicazione/informazione tra persone, artefatti e contesti naturali, materiali e immateriali.

1. Reason Why

Perché un gruppo di lavoro sul Design della Comunicazione.

1.1. Indirizzo culturale

Le ragioni sono molteplici e attengono a specifiche questioni storiche, a una condizione contemporanea in forte evoluzione e a prospettive future che necessitano di un chiaro indirizzo culturale.

L'introduzione e il riconoscimento del Design/Disegno Industriale¹ come disciplina autonoma nell'ambito del sistema universitario italiano ha una storia del tutto originale e allo stesso tempo anomala² rispetto al contesto accademico internazionale e, all'interno della stessa disciplina, si rende necessario un ulteriore rafforzamento dell'identità e della collocazione del Design della Comunicazione.

Tralasciando una ricostruzione dettagliata degli albori del Design inteso come disciplina scientifica, risalenti a un periodo compreso tra la fine degli anni Cinquanta e gli inizi degli anni Sessanta³, in Italia, il Settore Scientifico Disciplinare “Disegno Industriale” — 09HC — viene formalmente istituito, come tutti gli altri SSD, solo con la legge n. 341 del 1990.

Tale Settore Scientifico nasce per gemmazione del SSD “Tecnologia dell'Architettura” — 09HA — anche a esito dell'evoluzione industriale del processo edilizio tradizionale, che alla fine degli anni Settanta del '900 porta all'integrazione della pre-fabbricazione nel processo costruttivo.

La genesi rappresenta per il design una sorta di “riduzione” tecnologica (o tecnico-applicativa) che porta a una interpretazione parziale se non equivoca di quanto la cultura del design aveva elaborato nei decenni precedenti, e un ulteriore ostacolo al design della comunicazione che in tale contesto non viene quasi contemplato.

Tale fenomeno fa emergere la necessità di una ri-organizzazione dei processi progettuali — Design — e produttivi mutuabili dall'industria manifatturiera.

Non è un caso che, in ambito universitario, il Disegno Industriale si sia inizialmente occupato — tranne che in pochi contesti — di progettazione di componenti edilizi e di arredo urbano.

Nel 1981 viene attivato nella Facoltà di Architettura di Palermo l'indirizzo sperimentale in Disegno industriale, il primo con quello di Milano, e un autonomo Istituto di Disegno industriale e Produzione edilizia.

Nel 1989 la 'Carta del progetto grafico', redatta a seguito della Preassemblea nazionale AIAP e presentata alla Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano, ribadisce esplicitamente l'esigenza 'di un nuovo iter formativo' e di "una facoltà universitaria dedicata al progetto di comunicazione". È anche il segnale di uno stretto coinvolgimento delle associazioni dei professionisti del progetto a fianco di docenti universitari nella prospettiva di un nuovo livello formativo.

La Carta costituisce un'ulteriore spinta per giungere successivamente al riconoscimento di quello che, nel 1998, sarà il primitivo 'orientamento' in comunicazione a livello universitario, nell'ambito del primo Corso di laurea in Disegno industriale, e che, a sua volta, porterà, nel 2003, alla nascita del Corso di Laurea in Design della comunicazione⁴.

Nella prima metà degli anni Novanta, il MURST — Ministero dell'Università e della Ricerca Scientifica e Tecnologica, istituisce i Diplomi Universitari triennali — una sperimentazione embrionale della riforma universitaria del sistema formativo 3+2 emersa dalla Conferenza Europea di Bologna che verrà ufficializzata solo agli inizi degli anni 2000 nella traduzione dei Diplomi in lauree di primo livello.

I Diplomi Universitari nascono con un chiaro obiettivo professionalizzante da cui l'inclusione a pieno titolo dell'ambito disciplinare del Design che si offre come campo applicativo a servizio del sistema industriale del paese.

Contestualmente all'attivazione in Italia di cinque Diplomi Universitari in Disegno Industriale — Genova, Torino, Venezia, Roma e Napoli a cui se ne aggiungeranno negli anni numerosi altri —, al Politecnico di Milano viene avviata la sperimentazione di un Corso di Laurea Quinquennale in Disegno Industriale.

Negli stessi anni, il Politecnico di Torino, con un percorso diverso, ma complementare per l'ambito della comunicazione, inaugura nel 2001 il corso di Laurea in Progetto Grafico e Virtuale. Il corso costituisce la trasformazione ed evoluzione dei percorsi della Scuola ai fini speciali per il conseguimento di titoli universitari nel campo della stampa e della grafica che apre grazie a finanziamenti privati avviati nel 1963.

La genesi della disciplina del Design per gemmazione della Tecnologia dell'Architettura prima e l'indirizzo formativo a supporto del sistema manifatturiero, dato dal MURST con i diplomi universitari poi, fanno sì che le neonate comunità scientifiche del design, distribuite su tutto il territorio nazionale, e le relative attività di ricerca e formazione siano prevalentemente orientate al Design di Prodotto; a eccezione di alcune realtà rappresentate da gruppi di ricerca disseminati nei diversi atenei italiani che hanno consentito un percorso formativo autonomo. Tuttavia quell'imprinting o vocazione della ricerca/formazione nell'ambito del

design ancora oggi tende a sottovalutare il Design della Comunicazione — così come l'Exhibit o lo Spatial Design —, in un contesto socio-storico unanimemente riconosciuto come 'società dell'informazione' o 'della comunicazione', dove tecnologie informatiche e di telecomunicazione strutturano e condizionano, tramite artefatti progettati, lo sviluppo delle attività umane.

In anticipo rispetto a quanto accaduto negli anni Novanta nel contesto universitario, il sistema delle Accademie di Belle Arti fin dagli inizi del Novecento, a partire cioè dal 1922 con l'Istituzione dell'ISIA — “Istituto Superiore per le Industrie Artistiche” a Monza (Pansera, 2015) e poi nel 1960, anno dell'apertura del “Corso Superiore di Disegno Industriale” a Venezia, attiva una formazione specifica nell'ambito del design/disegno industriale con un progetto formativo molto più ampio e onnicomprensivo delle diverse articolazioni del Design. Così come, nell'ambito della formazione privata, nel 1954, viene attivato il diploma in Visual Design da parte della Scuola Politecnica di Design.

L'articolazione della genesi, qui solo accennata, può costituire *una prima linea di studio*, oggetto del gruppo di lavoro, e può essere indirizzata proprio nel senso di una puntuale ricostruzione storico-critica dell'evoluzione e del posizionamento accademico del design della comunicazione. Si rende, infatti, necessario portare alla condivisione della comunità scientifica un inquadramento storico come contributo a una netta collocazione del “design della comunicazione” nel panorama accademico nazionale, anche in quanto risultante di un processo di particolare rilevanza. Basti pensare alle declinazioni espresse, nel corso del tempo, dalle differenti terminologie (sistemi grafici, visual design, graphic design ecc.) che ne evidenziano, di volta in volta, specificità disciplinari e prospettive di ricerca e di progetto, che trovano una propria sintesi nella definizione di “design della comunicazione” (che in una forma di sintesi elimina l'aggettivo “visiva” e talvolta, come suggerisce Anceschi, si declina al plurale “design delle comunicazioni”).

In questo senso, è importante sottolineare come l'ambito disciplinare, in alcune delle sue articolazioni, trovi una collocazione, fortemente integrata nel sistema AFAM Alta Formazione Artistica e Musicale a cui fanno riferimento le accademie pubbliche e private e le ISIA con progetti anche specifici come l'ISIA di Urbino e i diplomi accademici in Grafica o Design della Comunicazione e nell'offerta formativa delle Accademie di Belle Arti, seppure più attenta alle tradizioni dell'artigianato artistico e all'ambito della grafica e della comunicazione.'

Poiché attiene al sistema universitario la legittimazione di una comunità scientifica e delle sue diverse articolazioni, ne deriva che l'approfondimento dello scenario storico possa chiarire le ragioni per cui, in ritardo rispetto al resto del mondo — non solo occidentale — in questo momento sia più che mai necessario dare uno spazio di evidenza agli studiosi e ricercatori che, spesso in modo autonomo, hanno alimentato e indirizzato la ricerca nell'ambito del design della comunicazione.

1.2. Ruoli e obiettivi etici

A differenza del design di prodotto o di altri campi del Design, il design della comunicazione ha implicite, nella sua stessa definizione, la responsabilità civile, etica e, per certi versi, politica rispetto al fruitore finale. È un ambito del progetto, infatti, che non viene 'scelto' dal fruitore ma, piuttosto viene subito: ne sono un esempio tutti gli artefatti di fruizione della città (segnaletica, biglietti per i mezzi pubblici ecc.); dei patrimoni culturali (informazioni, mappatura, segnaletica ecc.); di accesso e gestione della conoscenza (libri scolastici, di testo, info data ecc.); di accesso e gestione dei dati (informazioni veritiere, manipolazione dei dati, privacy, cyber security ecc.); di condivisione del sapere (piattaforme di condivisione per comunità scientifiche, divulgazione dei risultati ecc.); di comprensione di saperi complessi ma che hanno ricadute sul singolo cittadino (info medico-scientifiche, saperi complessi tradotti con linguaggi divulgativi ecc.); cui si aggancia tutto il tema della trasparenza e chiarezza delle informazioni, della necessità di non manipolazione dei contenuti e delle modalità in cui questi vengono proposti.

Le implicazioni descritte pongono in primo piano la stretta relazione tra comunicazione e sostenibilità, una relazione che vede la comunicazione chiamata a rispondere su molteplici piani. Sostenibilità, sul piano specifico della comunicazione, significa saper gestire aspetti percettivi riferiti all'impatto e all'accessibilità che se non risolti vanificano l'atto comunicativo trasformandolo in "scorie",

Significa saper governare i processi che tendono, attraverso l'aumento esponenziale della comunicazione, all'Inflazione e alla saturazione della semiosfera, con il rischio di produrre un incremento dell'inquinamento semantico, basato sull'inflazione del luogo comune e dei linguaggi stereotipici, e di esaurire completamente i "giacimenti culturali" cui fa ricorso.

1.3. Ricerca: tra enti e imprese

Se consideriamo il design della comunicazione in funzione del proprio rapporto con il mondo delle istituzioni, degli enti e delle imprese emerge come si trovi oggi a rivestire un ruolo di leadership.

Esso, infatti, costituisce una leva imprescindibile a ogni scala di intervento, nel settore pubblico così come in quello privato.

A partire dalle micro-imprese in cui risulta equiparato alla funzione R&S o dalle piccole-medie imprese in cui si vede prevalere la funzione branding (nel 52,8% dei casi) nella sua accezione più estesa⁵. Ma, più in generale, nello sviluppo di tutte le forme di comunicazione che permettono di creare, mantenere, espandere il dialogo tra ente e fruitore/utente attraverso pratiche e strumenti propri dei media digitali.

Una condizione, questa, che impone da un lato una capacità propositiva, anticipatrice e trainante sul piano della ricerca in design della

comunicazione e dei suoi sviluppi e, dall'altro, il rafforzamento di un profilo disciplinare in grado di essere percepito dalle imprese senza alcuna ambiguità, che permetta di comprendere le competenze e il campo di azione specifici del design della comunicazione.

2. Azioni

In considerazione di quanto espresso, in relazione alla Società Scientifica, la costituzione di un gruppo di lavoro bottom-up sul Design della Comunicazione intende porsi l'obiettivo di supportare la cultura del Design della Comunicazione in modo da facilitare l'emersione di temi di ricerca utili non solo a un rafforzamento della disciplina stessa (sviluppo di una visione interna) ma, anche a una sua proposizione quale strumento di accesso e traduzione dei saperi della contemporaneità (sviluppo di visione esterna).

In questa prospettiva, ci si propone di procedere secondo tre assi.

Mappare

Al fine di restituire un quadro della ricerca nel campo del Design della Comunicazione, ci si prefigge di:

-
- delineare evoluzione, confini e temi della disciplina, assumendo l'impegno di raccogliere le 'genesi interne' a ciascuna sede, così da poter tracciare un quadro dell'evoluzione a livello nazionale ed effettuare una ricostruzione storico-critica del posizionamento accademico del Design della Comunicazione;

 - delineare l'evoluzione degli strumenti, dei linguaggi e delle aree geografiche di maggiore influenza;

 - delineare possibili indirizzi futuri, nell'evoluzione degli ambiti di applicazione, degli spazi, degli strumenti e dei linguaggi sempre più integrati all'abitare futuro.

Con questo scopo si svolgeranno attività di mappatura coinvolgendo i membri dei gruppi di ricerca, le aziende, gli enti presenti sul territorio italiano, le associazioni di categoria, le istituzioni pubbliche e private.

In particolare, si intende restituire:

-
- il quadro dei docenti/ricercatori strutturati e dei dottorandi/e di Design della Comunicazione;

 - l'articolazione dei campi e dei profili disciplinari pertinenti al Design della Comunicazione;

 - le tematiche di ricerca e di didattica di maggior rilevanza disciplinare attive presso ciascun Ateneo (a cui aggiungere la Rilevazione dell'offerta formativa in Disegno industriale e in Design dell'Università pubblica italiana avviata da Cuid dal 2013);

 - mappatura delle riviste e degli strumenti editoriali dedicati.

Connettere

Si intende stabilire connessioni con enti, istituti e sedi universitarie (anche internazionali) per condividere politiche, metodologie, strategie e progetti.

Con questa finalità si svilupperanno attività che possano rafforzare la rete:

-
- connessione (in accordo con il direttivo) con enti pubblici legati alla comunicazione (Istituto Nazionale di Grafica, Dipartimento di Scienze Umane e Sociali, patrimonio culturale del CNR; fondazioni e istituti del MIC ecc.);

 - connessione (in accordo con il direttivo) con associazioni nazionali e internazionali (ADI, AIAP, ICoD, WDO ecc.);

 - organizzazione e promozione di iniziative che vedano il coinvolgimento di studenti e ricercatori di diverse sedi su progetti comuni di tipo extracurricolare.

Comunicare

La partecipazione a festival, seminari e incontri (Torino, Milano e Napoli) per diffondere una cultura del progetto legata alla ricerca nel Design della Comunicazione, costituisce uno degli obiettivi del Gruppo di lavoro che sarà, pertanto, impegnato a sviluppare attività che possano facilitare lo scambio di informazioni, tra queste:

-
- composizione di una redazione diffusa sul territorio per segnalare call di iniziative, pubblicazioni e convegni, festival ecc.;

 - definizione di strumenti (es. newsletter) a supporto della circolazione delle informazioni.

L'organizzazione di un incontro annuale plenario del GdL costituirà, inoltre, un momento di aggiornamento e confronto utile alla messa a punto dell'indirizzo del GdL stesso, accompagnato laddove necessario, da iniziative online a supporto di specifici momenti di approfondimento.

Le premesse e le considerazioni espresse rendono pertanto necessaria la composizione di una rete a livello nazionale che si autorappresenti come gruppo coeso della SID, nel pieno rispetto delle singole identità locali che la compongono e che ne definiscono attraverso il confronto, differenze e peculiarità. La rete dovrà essere in grado di facilitare il dialogo tra le parti, il rafforzamento della disciplina stessa e la sua affermazione con gli altri soggetti istituzionali sui temi della ricerca al fine di interloquire con essi e di accrescere il contributo che la ricerca

universitaria può portare all'avanzamento del Paese a partire dal ruolo insostituibile svolto dal Design della Comunicazione nella società.

1 Siamo ancora oggi in una condizione "denominativa" della disciplina ambigua e obsoleta che trova una diversa denominazione nelle due classi di laurea: L4 Disegno Industriale ed LM12 Design. Una prima trasformazione andrebbe fatta a livello lessicale, evitando l'uso di termini quasi gemelli ma solo in apparenza diversi.

2 Il sistema universitario internazionale – formazione e ricerca – vede il design collocato nelle scuole di ingegneria (ERC PE8_10) o nelle accademie di stampo artistico (ERC SH5_4).

3 Il Disegno Industriale viene inizialmente contemplato nella cattedra di "Progettazione Artistica per l'industria" delle Facoltà di Architettura del Paese che A.M. Fundarò nel 1972 definisce "un assurdo titolo ufficiale della cattedra di Disegno Industriale".

4 Nell'a.a. 1998-1999, presso la Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano, vengono introdotti due orientamenti distinti: Comunicazione e Prodotto e, nell'anno accademico seguente si aggiunsero gli orientamenti di Interni e quello di Moda. Nel 2003 nasce il Corso di Laurea in Design della comunicazione (ordinamento 509) e nell'a.a. 2008-09 il Corso di Laurea in Design della comunicazione (ordinamento 270).

5 AA.VV (2023), Design Economy 2023, <https://symbola.net/ricerca/design-economy-2023/>.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

AA.VV (2023) Design Economy 2023, <https://symbola.net/ricerca/design-economy-2023>

AA.VV (1989) Carta del Progetto Grafico <https://aiap.it/2000-2020/documenti/8046/193.html>

Baule, G.(2015) "La carta del progetto grafico venticinque anni dopo. una rilettura", AIS Design Journal, V.3, N.6, 243-259.

Bucchetti, V. (2020) "È design della comunicazione", Ocula, V.21, N.24 (Ottobre).

Pansera, A. (2015) *La formazione del designer in Italia. Una storia lunga più di un secolo*; Marsilio, Venezia.

MAIL

descom@societaitalianadesign.it

REFERENTI SID

Daniela Piscitelli, UNICAMPANIA

PROPONENTI

Valeria Bucchetti, POLIMI
Cinzia Ferrara, UNIPA

Carlo Martino, SAPIENZA
Paolo Tamborrini, UNIPR

PROFESSORI E RICERCATORI

Roberta Angari, UNICAMPANIA
Letizia Bollini, UNIBZ
Emanuela Bonini Lessing, IUAV
Giovanni Borga, IUAV
Alessia Brischetto, UNIFI
Valeria Bucchetti, POLIMI
Fiorella Bulegato, IUAV
Daniela Calabi, POLIMI
Elena Caratti, POLIMI
Nicolò Ceccarelli, UNISS
Marcello Costa, UNIPA
Vincenzo Cristallo, SAPIENZA
Federica Dal Falco, SAPIENZA
Andrea Di Salvo, POLITO

Cinzia Ferrara, UNIPA
Rossana Gaddi, UNICH
Francesco Guida, POLIMI
Cristina Marino, POLITO
Carlo Martino, SAPIENZA
Raffaella Massacesi, UNICH
Francesco Monterosso, UNIPA
Alfonso Morone, UNINA
Federico Oppedisano, UNICAM
Luciano Perondi, IUAV
Francesca Piredda, POLIMI
Daniela Piscitelli, UNICAMPANIA
Marco Quaggiotto, POLIMI
Chiara Remondino, POLITO

Dina Riccò, POLIMI
Michela Rossi, POLIMI
Dario Russo, UNIPA
Dario Scodeller, UNIFE
Gianni Sinni, IUAV
Paolo Tamborrini, UNIPR
Umberto Tolino, POLIMI
Francesca Tosi, UNIFI
Elisabetta Trincherini, UNIFE
Eleonora Trivellin, UNIFE
Davide Turrini, UNIFE
Carlo Vinti, UNICAM
Michele Zannoni, UNIBO

DOTTORANDI E ASSEGNISTI

Carlotta Belluzzi Mus, SAPIENZA
Alessio Caccamo, SAPIENZA
Rosanna Caianiello, UNICAMPANIA
Francesca Casnati, POLIMI
Silvia Cossentino, SAPIENZA
Sofia Cretaio, POLITO
Sergio De Giacomi, POLITO

Clorinda Galasso, POLIMI
Marco Mancini, UNIFE
Miriam Mariani, SAPIENZA
Vincenzo Maselli, SAPIENZA
Leonardo Moiso, POLITO
Giulia Panadisi, UNICH
Antonella Rosmino, UNICAMPANIA

Michela Rossi, POLIMI
Elettra Scotucci, SAPIENZA
Anna Turco, SAPIENZA
Mattia Francesco Ucciello,
SAPIENZA
Andrea Vendetti, SAPIENZA