

Prima Facoltà di Architettura "Ludovico Quaroni"
Università degli Studi di Roma "La Sapienza"

CORSO DI LAUREA IN DISEGNO INDUSTRIALE
DESIGN INDUSTRIALE - A.A. 2009 - 2010

LABORATORIO DI GRAFICA MULTIMEDIALE
Dott. Federico Ruberti

Presentazione del corso

Palazzi fatti di nuvole, vestiti che parlano, display liquidi e computer distribuiti: il futuro della comunicazione multimediale già oggi presenta scenari teorici e casi d'uso di enorme interesse. I tre laboratori congiunti di Architettura multimediale, Grafica multimediale e Sperimentazioni di tecnologie e comunicazioni multimediali prevedono un percorso didattico teso a fornire un quadro di riferimento teorico e pratico sui temi attuali e le tendenze future della multimedialità, dell'interaction design e delle metodologie di sviluppo di prodotti digitali, interattivi e cross-mediali. I laboratori si sviluppano combinando lezioni frontali, esercitazioni pratiche e "lectures" di esperti e professionisti del settore.

Nel corso del semestre verranno analizzati in particolare gli sviluppi della multimedialità dalle origini ai nostri giorni, i campi di applicazione delle tecniche multimediali, i processi, le tecnologie e i linguaggi dell'interaction design, l'architettura dell'informazione e le tecniche di visualizzazione e design delle interfacce, le metodologie di progetto e le piattaforme tecnologiche, nonché le metodologie e processi di produzione dei contenuti cross-mediali. Gli studenti, suddivisi in gruppi, saranno inoltre impegnati nello sviluppo di un project work specifico, consistente nella realizzazione di una pubblicazione mix mediale implementando ed utilizzando le conoscenze e le competenze teoriche e tecniche acquisite durante i corsi.

Argomenti del corso

- Multimedialità: premesse terminologiche e origini.
- Grafica multimediale, media e new media e nuove tendenze mix-mediali.
- Campi di applicazione della Grafica Multimediale
- Organizzazione di un progetto multimediale
- Sviluppo del Project work

Obiettivi del corso

Alla fine del corso, gli studenti dovranno possedere un quadro organico dei fondamenti concettuali e culturali alla base della multimedialità, essere in grado di affrontare criticamente un prodotto / progetto multimediale, e accedere autonomamente alle fonti di sapere e alle discussioni aperte sulle issues principali della grafica multimediale.

Requisiti per la frequentazione del corso

- Conoscenza dei fondamenti della Storia dell'arte contemporanea.
- Conoscenza di base di applicazioni per il design digitale (Adobe Flash, Photoshop, Illustrator, o simili)
- Conoscenza di tecniche minime di programmazione HTML

Moduli didattici

- 10 lezioni c. da 3 ore (totale 30 ore)
- 3 lezioni c. per il project work (totale 10 ore).

Metodologia didattica

Il corso si sviluppa combinando lezioni frontali introduttive con esercitazioni pratiche, svolte in collaborazione tra docenti e studenti, progettando e realizzando prototipi di interfacce multimediali seguendo un project work. Inoltre sono previste "lectures" estemporanee di esperti della comunicazione digitale e interattiva.

Argomenti delle lezioni

Lezione	Durata (h)	Argomento
1	3	Introduzione <ul style="list-style-type: none">• Presentazione del corso.• Presentazione del Project Work e illustrazione delle fonti di riferimento.• Introduzione alla Grafica Multimediale, premesse terminologiche. Analisi della terminologia legata alla multimedialità e dei suoi risvolti interpretativi Open discussion
2 / 3 / 4	9	Le origini della multimedialità <ul style="list-style-type: none">• Dal sogno wagneriano ai Futuristi• Dai Surrealisti a Fluxus• Le sperimentazioni multimediali degli anni '70 - '90• Analisi dello scenario tecnologico dal 1960 al 1990 Open discussion
5	3	Media e New media: dalla trasmissione alla relazione <ul style="list-style-type: none">• Tendenze attuali nella Grafica Multimediale e scenari comunicativi• Panoramica sulla multimediale e sulle sue applicazioni nella stampa, nella pubblicità, nel packaging, nella segnaletica, nelle esposizioni, nei videogiochi e Internet• Analisi dei principali player / artisti / della Grafica multimediale Open discussion
6	3	Processi di lavoro nella Grafica Multimediale <ul style="list-style-type: none">• Figure Professionali• Metodologie di lavoro• Briefing, brainstorming, benchmark, concept design, publishing design, development.• Formazione dei team di progetto e definizione dei deliverable. Open discussion
7	3	Grafica Multimediale e campi di applicazione: Advertising <ul style="list-style-type: none">• Interactive design & digital strategies Invited Lecturer: Stelio Spadaro, Digital Strategy Director Leo Burnett / ARC Case Study: Il caso FIAT Open discussion

8	3	<p>Grafica Multimediale e campi di applicazione: Cinema</p> <ul style="list-style-type: none"> Multimedialità e video making, confini, spazi, processi mix mediali <p>Invited Lecturer: Emiliano Aiello, Regista e ricercatore, Università di Roma "La Sapienza" Case Study: Peter Greneway, The Tulse Luper Project</p> <p>Open discussion</p>
9	3	<p>Grafica Multimediale e campi di applicazione: Videogiochi / Gaming</p> <ul style="list-style-type: none"> Multimedialità e interazione nei video giochi. <p>Invited Lecturer: Elio Police, Digital Developer Turner Entertainment</p> <p>Open discussion</p>
10	3	<p>Grafica Multimediale e campi di applicazione: E-Learning.</p> <ul style="list-style-type: none"> Multimedialità e flussi informativi. La multimedialità nei processi cognitivi <p>Invited Lecturer: Donatella di Mauro, Enox Consulting</p> <p>Open Discussion</p>
11	6	<p>Project work</p> <ul style="list-style-type: none"> Impostazione del lavoro Brief e il concept design Design dell'interfaccia. <p>Deliverables</p>
12	6	<p>Project Work</p> <ul style="list-style-type: none"> checkpoint andamento del project work con gruppi individuali.
	tbd	Open day. Presentazione finale project work.

Bibliografia

Celant, G. (1977) Offmedia. nuove tecniche artsische, video disco libro. Dedlalo, Bari.

Manovich, L. (2001) Il linguaggio dei nuovi media, Olivares

Balzola, A., Monteverdi, A. M. (2004) Le arti multimediali digitali, Garzanti, Milano

Bordini, S. (2004) Arte elettronica. Video, installazioni, web art, computer art, Giunti, Milano

Taiuti, L. (2005) Multimedia, Melteni.

Krauss, R. (2005) Reinventare il medium, Mondatori, Milano

Celant, G. (2008) Artmix, Feltrinelli, Milano

Il project work

Gli studenti che frequenteranno i tre laboratori congiunti, saranno impegnati nello sviluppo di un project work specifico, consistente nella realizzazione di una pubblicazione per la casa editrice Fake Press implementando ed utilizzando le conoscenze e le competenze acquisite durante i tre corsi congiunti.

Fake Press è una associazione culturale che agisce come casa editrice cross mediale, producendo media ibridi. Pubblicazioni multi autore, a finale aperto, emergenti che disarticolano la forma libro attraverso corpi, città, architetture usando tecnologie mobili, piattaforme location based, spime, interfacce naturali, interaction design. Osservando il contemporaneo, Fake Press delinea prospettive realistiche e percorribili per il presente (e il prossimo futuro) del publishing. Fake Press produce pubblicazioni mix mediali che utilizzano diverse

tecnologie per riconcettualizzare le attuali forme narrative, i libri, e gli altri tipi di prodotto editoriale. Gli SPIME, le tecnologie mobili e location-based, i sensori, le intelligenze artificiali e le interfacce naturali sono usate per creare narrative dislocate, distribuite temporalmente, multi-prospettiva, pervasive ed ubiqua, secondo un approccio possibilistico e una metodologia etnografica centrati sui domini esperienziali, relazionali ed emozionali.

Criteri di valutazione finale

Il voto finale è determinato da tre componenti:

- la partecipazione e il contributo alle open discussion: 30%
- un colloquio individuale finale sui libri consigliati: 40%
- una valutazione del project work finale: 30%

Sito web del corso

www.fakepress.net/teaching

Profilo sintetico del docente

Federico Ruberti è un libero professionista, consulente di Marketing e Comunicazione. Ha sviluppato negli anni oltre 150 progetti di Advertising, New media, Internet & Multimedia Design in Agenzie di Comunicazione, Istituzioni pubbliche e Imprese private. Laureato in Storia dell'Arte presso l'Università di Roma "La Sapienza", ha conseguito il Master in Arts Policy & Management presso la City University di Londra. Appassionato di iconologia e di politiche museali, ha pubblicato numerosi articoli sull'arte contemporanea e un volume dedicato ai musei e al loro percepito in ambito letterario. Socio fondatore dell'associazione culturale FakePress, casa editrice dedicata allo sviluppo e diffusione di progetti tecnologico/culturali è membro del comitato scientifico del REFF (RomaeuropaFakeFactory), International Contest dedicato alla cultura digitale e regolarmente impegnato in ricerche nei settori della comunicazione multimediale, dei media digitali, dell'interaction design.

Email: federico@fakepress.net

Ricevimento

A seguire dopo le lezioni o su appuntamento.