Syllabus

Descrizione corso

Titolo insegnamento	Progetto Comunicazione Visiva 2.a
Codice insegnamento	97156
Titolo aggiuntivo	Birds aren´t real
Settore Scientifico-Disciplinare	NN
Lingua	Italiano; Inglese; Tedesco
Corso di Studio	Corso di laurea in Design e Arti - Curriculum in Design
Altri Corsi di Studio (mutuati)	
Docenti	prof. dr. phil. habil. Gerhard Glüher, Gerhard.Glueher@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/889 dott. Gianluca Alla, Gianluca.Alla@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/52545 dr. Emilio Patuzzo, Emilio.Patuzzo@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/52719
Assistente	
Semestre	Primo semestre
Anno/i di corso	2nd - 3rd
CFU	19
Ore didattica frontale	90+60+30
Ore di laboratorio	0
Ore di studio individuale	295
Ore di ricevimento previste	93
Sintesi contenuti	Il corso trasmette agli studenti e alle studentesse conoscenze e competenze sugli approcci operativi del progetto, i metodi e le

	teorie della comunicazione visiva per i vari campi di applicazione funzionali e sperimentali con una particolare attenzione al ruolo dei media digitali.
Argomenti dell'insegnamento	Il complottismo accompagna la storia sin dall'antichità. Se un tempo le teorie cospirative restavano confinate a cerchie ristrette, oggi la rete le rende accessibili e condivisibili su scala globale. Forum, blog, social media e newsletter non solo amplificano la loro diffusione, ma offrono spazi in cui i racconti si arricchiscono di dettagli, oscillando tra realtà e finzione. Viviamo in un'epoca in cui siamo esposti a una quantità smisurata di informazioni, spesso difficili da interpretare e contestualizzare. Allo stesso tempo, la nostra attrazione per narrazioni complesse alimenta il fascino delle teorie del complotto, capaci di proporre intrecci sorprendenti e alternative a una realtà che può sembrare ordinaria. In questo scenario si colloca la teoria satirica Birds Aren't Real, secondo la quale gli uccelli sarebbero stati sostituiti da droni governativi. Nato come scherzo, il movimento si è trasformato in un esperimento sociale che mette in discussione i meccanismi della disinformazione. Il fondatore, Peter McIndoe, ha studiato il linguaggio cospirativo e costruito un immaginario credibile attraverso documenti falsificati, video promozionali e contenuti online. Da un cartellone improvvisato, l'idea è cresciuta fino a diventare un fenomeno digitale diffuso anche nel mondo reale, dimostrando come ciò che nasce su internet non resti confinato al web. Proprio per queste caratteristiche, Birds Aren't Real diventa il punto di partenza del corso, guidando gli studenti nell'analisi delle dinamiche che regolano la diffusione di un fenomeno digitale. A partire da questo caso studio, gli studenti sviluppano individualmente un progetto di comunicazione visiva che prende vita in rete, attraverso newsletter, blog, forum o social media, e si conclude con una manifestazione nel mondo reale. Il corso fornisce agli studenti gli strumenti necessari per costruire le basi di una metodologia progettuale solida, capace di essere applicata in diversi contesti e a brief di natura differente. All'interno

	di questo percorso si analizza come il supporto o il medium incidano sul linguaggio, sia scritto che visivo, e come tali scelte caratterizzino la comunicazione complessiva. Particolare attenzione è dedicata anche alla relazione tra strumenti digitali e fisici, osservando come essi dialogano tra loro e si rafforzano a vicenda. Durante le lezioni frontali sono introdotti software e strumenti digitali, tra cui programmi di animazione e applicazioni di intelligenza artificiale, con particolare attenzione al loro utilizzo per generare molteplici immagini e per indagare la relazione tra immagine statica e in movimento. In questo modo, gli studenti sono stimolati a sviluppare un pensiero critico e laterale, fondamentale per affrontare un brief in modo aperto e privo di pregiudizi. Questo approccio permette di analizzare i contenuti con curiosità, coglierne le potenzialità e trasformarli in progetti visivi coerenti ed efficaci, anche quando l'idea di partenza appare fragile o poco credibile. Il pensiero laterale diventa così uno strumento per immaginare scenari alternativi, individuare connessioni inaspettate e sperimentare nuove forme di comunicazione.
Parole chiave	Visual Communication, Campaign Design, Digital Design, Typography, Motion Design, Visual Narrative
Prerequisiti	nessuno
Insegnamenti propedeutici	Il superamento con esito positivo del progetto Visual Communication 1 nonché la dimostrazione della competenza linguistica a livello B1 nella lingua del corso negli anni successivi al primo anno di studi.
Modalità di insegnamento	lezioni frontali, discussioni aperte, esercitazioni pratiche, revisioni, presentazioni
Obbligo di frequenza	non obbligatoria ma consigliata
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi	Conoscenza e comprensione aver acquisito una metodologia progettuale nel campo della comunicazione visiva dalla fase di ideazione alla fase di realizzazione del progetto. aver acquisito le conoscenze di base necessarie alla realizzazione di un progetto nel campo della comunicazione visiva aver acquisito le conoscenze di base per esercitare uno sguardo

	critico rispetto al proprio lavoro e per confrontarsi con la complessità contemporanea aver acquisito le conoscenze di base relative sia alla cultura di progetto in tutti le sue componenti, ma anche alle discipline di carattere teorico per proseguire il proprio corso di studi con una laurea magistrale. Capacità di applicare conoscenza e comprensione ideare, sviluppare, realizzare un progetto nel campo della comunicazione visiva finalizzare la realizzazione di un progetto compiuto nel campo della comunicazione visiva grazie alle conoscenze di base acquisite in campo tecnico, scientifico e teorico. cogliere i principali fenomeni che caratterizzano la società attuale, saperli osservare criticamente anche in una prospettiva etica e sociale ed elaborare soluzioni adeguate sul piano della proposta/risposta progettuale. mettere a frutto e sviluppare quanto appreso nel corso di studi nell'eventuale proseguimento della propria formazione con la laurea magistrale nell'ambito della comunicazione visiva. Autonomia di giudizio essere in grado di sviluppare una buona autonomia di giudizio finalizzata allo sviluppo della propria capacità progettuale e all'insieme di decisioni necessarie per portare un progetto a compimento. essere in grado di sviluppare una buona autonomia di giudizio sia nella valutazione critica del proprio lavoro, sia nella capacità di utilizzare corretti strumenti interpretativi rispetto ai contesti dove andranno ad applicare la propria pratica progettuale e/o a proseguire i propri studi valutandone anche aspetti di carattere etico e sociale. Abilità comunicative presentare ad un livello professionale un proprio progetto realizzato nel campo della comunicazione visiva in forma di installazione, oralmente e per scritto. comunicare e argomentare ad un livello professionale le ragioni delle proprie scelte e motivarle dal punto di vista formale, tecnico, scientifico e teorico.

	comunicare e presentare ad un livello professionale un proprio progetto in un'altra lingua oltre alla propria e in maniera corretta in una terza lingua. Capacità di apprendimento apprendere ad un livello professionale una metodologia progettuale intesa come capacità di individuare, sviluppare e realizzare soluzioni a problemi progettuali di carattere complesso applicando le conoscenze acquisite in campo tecnico, scientifico e teorico necessarie per poter avviare un'attività professionale e/o proseguire il proprio corso di studi con la laurea magistrale. sviluppare un'attitudine creativa e appreso le modalità per incrementarla e valorizzarla secondo le proprie inclinazioni. acquisire una conoscenza di base di discipline di carattere teorico, scientifico e tecnico unita ad una metodologia di studio adeguata a proseguire il proprio percorso di studi con la laurea magistrale.
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi (ulteriori info.)	
Modalità di esame	L'esame finale consiste nella consegna, presentazione e discussione del progetto sviluppato durante il semestre. Gli studenti presenteranno il loro lavoro attraverso una presentazione digitale che illustra il concetto alla base delle loro scelte progettuali, il linguaggio grafico utilizzato per visualizzare l'argomento e le risorse digitali finali. Inoltre, gli studenti progetteranno una dimostrazione pubblica e saranno tenuti a produrre risultati fisici. L'elenco completo dei risultati digitali e fisici sarà definito durante il corso. Durante il semestre, agli studenti saranno inoltre assegnati due esercizi: uno incentrato sul motion design e uno sul design editoriale. Entrambi gli esercizi dovranno essere sviluppati e presentati durante il corso e saranno nuovamente valutati durante l'esame finale. Infine, ogni studente dovrà preparare una lezione di venti minuti per i propri compagni di classe. A rotazione, gli altri studenti progetteranno il poster che annuncia la lezione.

	N.B. Tutti gli studenti non frequentanti – dopo avere informato i docenti – devono portare gli stessi compiti degli studenti frequentanti: risultati digitali e fisici del progetto, esercizi e presentazione digitale. Dovranno inoltre preparare una lezione di quindici minuti su un argomento a loro scelta e progettare il poster corrispondente.
Criteri di valutazione	— Qualità dei risultati di progettazione — Qualità della presentazione grafica e orale durante l'esame finale — Pensiero critico e riflessione sull'argomento assegnato — Capacità di esplorare idee e approcci multipli all'argomento — Miglioramento tecnico nel corso del semestre Il voto finale sarà influenzato dallo sviluppo del progetto principale, dalla qualità degli esercizi, dalla chiarezza della presentazione finale e dall'originalità della lezione. L'importanza relativa di ciascuna componente sarà discussa in classe.
Bibliografia obbligatoria	Peter Von Arx Film+Design, P. Haupt, 1983 Wolfang Weingart My Way to Typography, Lars Müller Publisher, 2010 Norm Dimension of Two, Norm, 2020 Anna Briers, Nicholas Carah, Holly Arden Conflict in My Outlook, Perimeter Editions, 2022 Edwin A. Abbott Flatlandia, Biblioteca Adelphi, 7, 1966 Alex Gartenfeld, Bruce Hanley, Laura Hoptam, EileenMyles,

	Ellen Salpeter Shannon Ebner: A Public Character, Roma Publications, 2016 Demian Conrad, Rob van Leijsen, David Héritier, Silvio Lorusso Graphic Design in the Post-Digital Age, Research Institute for Art and Design (IRAD), HEAD – Genève, 2021 Hans-Rudolf Lutz Typoundso, Niggli Ag, 1988 Laszlo Moholy-Nagy Painting, Photography, Film, Lars Müller Publisher, 2019 Hamish Muir, Mark Holt 8vo On the Outside, Lars Müller Publisher, 2005 Armin Hofmann Graphic Design Manual: Principles and Practice, Karl Gerstner Designing Programmes, Lars Müller Publisher, 2019
Bibliografia facoltativa	ulteriori letture relative al tema del progetto saranno comunicate durante il corso
Altre informazioni	
Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)	Istruzione di qualità

Modulo del corso

Titolo della parte	Comunicazione visiva

costituente del corso	
Codice insegnamento	97156A
Settore Scientifico-Disciplinare	CEAR-08/D
Lingua	Italiano
Docenti	dott. Gianluca Alla, Gianluca.Alla@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/52545
Assistente	
Semestre	Primo semestre
CFU	8
Docente responsabile	
Ore didattica frontale	90
Ore di laboratorio	0
Ore di studio individuale	110
Ore di ricevimento previste	60
Sintesi contenuti	Il corso mira a trasmettere le basi, le competenze, i metodi di lavoro, i metodi e le teorie della Comunicazione visiva per i vari campi di applicazione funzionali e sperimentali.
Argomenti dell'insegnamento	Il complottismo accompagna la storia sin dall'antichità. Se un tempo le teorie cospirative restavano confinate a cerchie ristrette, oggi la rete le rende accessibili e condivisibili su scala globale. Forum, blog, social media e newsletter non solo amplificano la loro diffusione, ma offrono spazi in cui i racconti si arricchiscono di dettagli, oscillando tra realtà e finzione. Viviamo in un'epoca in cui siamo esposti a una quantità smisurata di informazioni, spesso difficili da interpretare e contestualizzare. Allo stesso tempo, la nostra attrazione per narrazioni complesse alimenta il fascino delle teorie del complotto, capaci di proporre intrecci sorprendenti e alternative a una realtà che può sembrare ordinaria. In questo scenario si colloca la teoria satirica Birds Aren't Real, secondo la quale gli uccelli sarebbero stati sostituiti da droni

	governativi. Nato come scherzo, il movimento si è trasformato in un esperimento sociale che mette in discussione i meccanismi della disinformazione. Il fondatore, Peter McIndoe, ha studiato il linguaggio cospirativo e costruito un immaginario credibile attraverso documenti falsificati, video promozionali e contenuti online. Da un cartellone improvvisato, l'idea è cresciuta fino a diventare un fenomeno digitale diffuso anche nel mondo reale, dimostrando come ciò che nasce su internet non resti confinato al web. Proprio per queste caratteristiche, Birds Aren't Real diventa il punto di partenza del corso, guidando gli studenti nell'analisi delle dinamiche che regolano la diffusione di un fenomeno digitale. A partire da questo caso studio, gli studenti sviluppano individualmente un progetto di comunicazione visiva che prende vita in rete, attraverso newsletter, blog, forum o social media, e si conclude con una manifestazione nel mondo reale. Il corso fornisce agli studenti gli strumenti necessari per costruire le basi di una metodologia progettuale solida, capace di essere applicata in diversi contesti e a brief di natura differente. All'interno di questo percorso si analizza come il supporto o il medium incidano sul linguaggio, sia scritto che visivo, e come tali scelte caratterizzino la comunicazione complessiva. Particolare attenzione è dedicata anche alla relazione tra strumenti digitali e fisici, osservando come essi dialogano tra loro e si rafforzano a vicenda. Durante le lezioni frontali sono introdotti software e strumenti digitali, tra cui programmi di animazione e applicazioni di intelligenza artificiale, con particolare attenzione al loro utilizzo per generare molteplici immagini e per indagare la relazione tra immagine statica e in movimento. In questo modo, gli studenti sono stimolati a sviluppare un pensiero critico e laterale, fondamentale per affrontare un brief in modo aperto e privo di pregiudizi. Questo approccio permette di analizzare i contenuti con curiosità, coglierne le potenzialità e trasformarli in progetti visivi coerenti ed efficaci, anche quando l'idea di partenza appare fragile o poco credibile. Il pensiero laterale diventa così uno strumento per immaginare scenari

	alternativi, individuare connessioni inaspettate e sperimentare nuove forme di comunicazione.
Modalità di insegnamento	Lezioni frontali, discussioni aperte, esercitazioni pratiche, revisioni e presentazioni
Bibliografia obbligatoria	Peter Von Arx Film+Design, P. Haupt, 1983 Wolfang Weingart My Way to Typography, Lars Müller Publisher, 2010 Norm Dimension of Two, Norm, 2020 Anna Briers, Nicholas Carah, Holly Arden Conflict in My Outlook, Perimeter Editions, 2022 Edwin A. Abbott Flatlandia, Biblioteca Adelphi, 7, 1966 Alex Gartenfeld, Bruce Hanley, Laura Hoptam, EileenMyles, Ellen Salpeter Shannon Ebner: A Public Character, Roma Publications, 2016 Demian Conrad, Rob van Leijsen, David Héritier, Silvio Lorusso Graphic Design in the Post-Digital Age, Research Institute for Art and Design (IRAD), HEAD – Genève, 2021 Hans-Rudolf Lutz

	Typoundso, Niggli Ag, 1988 Laszlo Moholy-Nagy Painting, Photography, Film, Lars Müller Publisher, 2019 Hamish Muir, Mark Holt 8vo On the Outside, Lars Müller Publisher, 2005 Armin Hofmann Graphic Design Manual: Principles and Practice, Karl Gerstner Designing Programmes, Lars Müller Publisher, 2019
Bibliografia facoltativa	Durante il corso verranno comunicate ulteriori letture relative all'argomento del progetto.

Modulo del corso

Titolo della parte costituente del corso	Digital media
Codice insegnamento	97156B
Settore Scientifico-Disciplinare	CEAR-08/D
Lingua	Inglese
Docenti	dr. Emilio Patuzzo, Emilio.Patuzzo@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/52719
Assistente	
Semestre	Primo semestre
CFU	6

Docente responsabile	
Ore didattica frontale	60
Ore di laboratorio	0
Ore di studio individuale	95
Ore di ricevimento previste	18
Sintesi contenuti	The lecturer should teach fundamentals, skills, working methods, theories and practices of diverse forms of digital publishing and social media marketing.
Argomenti dell'insegnamento	It is curious that the rise of mass media coincides with the growing belief that there are no facts, only interpretations. Curious, because over the past century — especially since the advent of digital technologies — the "media" as a device has both revealed and contributed to the breakdown of the idea of a monolithic and shared truth, in favor of a fragmented, perspectival, and, along this trajectory, even revisable one. Building on a more complex understanding of truth — and, with it, a critical analysis of the current reality regime shaped by digital mediation — Module 2 focuses on the development of an editorial plan aimed at communicating the "real-world event" designed in Module 1. This plan should take the form of one or more digital outputs (such as blogs, social media platforms, websites, landing pages for fictional organisations, etc.). In addition to the systemic coherence of the projects developed, particular emphasis will be placed on the visual and graphic components that shape the plan: the design of a typeface consistent with the message and its dissemination strategies; the creation of lettering or calligraphic elements; the methods of producing and reproducing images (photographs, photomontages, memes, etc.) in accordance with how such images are consumed by a pre-defined audience; the design of a digital interface and the thoughtful use and organisation of devices' screens/surfaces; the selection of contents and their graphic translation (through infographics, data visualisation, comic strips, videos, animations); as well as the design of visual, textual or video content generated by a suitably trained ai. By both invoking and suspending Umberto Eco's reflections on the limits of interpretation, the module aims to highlight the role of the digital medium as an active agent in shaping the very processes

	through which meaning is produced — in other words, affecting the ways interpretation deploys itself. Drawing on media history, the myths that have emerged and endured within media consumption, media languages, and a lab-based practical approach, the module seeks to show how the definition of content is directly and inextricably tied to the design of the form in which it is conveyed. In doing so, the module not only equips students with the conceptual and practical tools necessary to design structured and effective digital communication strategies, but also fosters critical awareness of the most complex and crucial aspects of communication in the digital media environment.
Modalità di insegnamento	Lectures; discussions based on the assigned readings; project reviews; presentations
Bibliografia obbligatoria	Barthes, R. (1957) Mythologies. Parigi: Seuil (trad. it. Miti d'oggi, Einaudi, Torino, 2016) Balbi, G.; Comunello, F.; Pasquali, F. (2025) Studiare i media. Prospettive disciplinari e parole chiave. Roma: Carocci Somaini, A.; Pinotti, A. (2016) Cultura visuale. Immagini, sguardi, media, dispositivi. Torino: Einaudi Berger, J. (2003) Sul guardare. Milano: il saggiatore Cometa, M. (2020) Cultura visuale. Milano: Raffaello Cortina editore Didi-Huberman, G. (2005) Immagini malgrado tutto. Milano: Raffaello Cortina editore Foucault, M. (1971) L'ordre du discourse. Parigi: Gallimard (trad. it. L'ordine del discorso, Einaudi, Torino, 2004) Grespi, B.; Villa, F. (2024) Il postfotografico. Dal selfie alla fotogrammetria digitale. Torino: Einaudi Ortoleva, P. (2019) Media a bassa intensità. Racconti, media, vita quotidiana. Torino: Einaudi Ortoleva, P. (2022) Il secolo dei media. Stili, dinamiche, paradossi. Milano: Saggiatore Sorlin, P. (2001) I figli di Nadar. Il secolo dell'immagine analogica. Torino: Einaudi

Bibliografia facoltativa	Further readings and design case studies will be presented during the course.

Modulo del corso

Titolo della parte costituente del corso	Teorie e linguaggi della comunicazione visiva
Codice insegnamento	97156C
Settore Scientifico-Disciplinare	PHIL-04/B
Lingua	Tedesco
Docenti	prof. dr. phil. habil. Gerhard Glüher, Gerhard.Glueher@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/889
Assistente	
Semestre	Primo semestre
CFU	5
Docente responsabile	
Ore didattica frontale	30
Ore di laboratorio	0
Ore di studio individuale	90
Ore di ricevimento previste	15
Sintesi contenuti	The integrated theoretical module provides fundamental overview about scientific methods of contemporary semiology and communication theory.
Argomenti dell'insegnamento	Forms of human communication; Forms, Methods and Phenomena how signs are to be interpreted; visual perception and the open methods to interpret an image; philosophical reflections about the topics: simulation, truth and reality
Modalità di insegnamento	Frontal lectures, Presentations (individually or in small groups), common discussions about selected texts, exercises
Bibliografia obbligatoria	Maar, Christa & Burda, Hubert (Hg.): Iconic Turn - Die neue Macht der Bilder, Köln, 2004, Du Mont

	Dubost, Jean-Pierre (Hg.): Bildstörung. Gedanken zu einer Ethik der Wahrnehmung, Leipzig 1994 (Reclam) Kaiser, Marcus: Im Blick der Bilder, Wiesbaden 2023 (Springer) Barthes, Roland: Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn, Frankfurt M. 1993 (Suhrkamp) Virilio, Paul: Die Sehmaschine, Berlin 1989 (Merve) Gabriel, Markus: Warum es die Welt nicht gibt, Berlin 2015 (Ullstein) Watzlawick, Paul: Wie wirklich ist die Wirklichkeit?, München 2001 (Piper) Passig, Kathrin & Scholz, Aleks, Berlin 2007 (Rowohlt)
Bibliografia facoltativa	Se necessario, sono fornite ulteriori letterature nella lezione