

Federico O. Oppedisano – Giulio Berruti

L'immagine neutra

Indicazioni e contributi interdisciplinari per la riflessione sull'approccio al design della comunicazione audiovisiva

Nel complesso e dinamico quadro della comunicazione, caratterizzato dal moltiplicarsi dei processi e delle piattaforme comunicative, si assiste ad una estensione del territorio di competenza del linguaggio audiovisivo. Ciò comporta l'ampliarsi sia delle competenze che delle conoscenze del progettista che deve anche relazionarsi con principi di varie discipline e con figure professionali di natura diversa. Il designer, oltre a definire le modalità di fruizione del prodotto e a formalizzare linguaggi visuali, è chiamato a comprendere nuove complessità e a sviluppare, conseguentemente, strategie comunicative alle quali la forma audiovisiva, per la sua efficacia nel veicolare il messaggio, contribuisce in modo sostanziale.

La pubblicazione propone una raccolta ragionata di principi ed indicazioni essenziali per orientare verso una cosciente e corretta costruzione del progetto di comunicazione audiovisiva e del suo lessico. La prima parte presenta un panorama multidisciplinare di contributi per la riflessione sul linguaggio per immagini, sulla percezione visiva, sulla comunicazione, sul pensiero sistemico e sull'audiovisivo: una pluralità di punti di vista si rivela funzionale alla definizione del progetto ed alla configurazione del linguaggio audiovisivo ed utile al riconoscimento, da un lato, della loro importanza per l'individuo e la società, dall'altro, della necessità di cogliere l'occasione progettuale di sperimentare nuovi moduli espressivi, nuovi linguaggi, valori e orientamenti per un più equo sviluppo sociale.

Ritenendo che la cultura, il linguaggio cinematografico e l'insieme di modalità espressive che il cinema ha sviluppato nel tempo siano saperi fondamentali per operare nell'ambito del design audiovisivo, la seconda parte della pubblicazione si sofferma sulla nascita del cinema e sull'impiego che l'immagine in movimento ha trovato nel corso della storia, in particolare nella pubblicità e nella propaganda politica. Sono trattate anche le principali regole della grammatica e della sintassi cinematografica, che le nuove forme del prodotto audiovisivo, non esclusa l'autoproduzione, tendono spesso a sottovalutare; sono inoltre descritti alcuni aspetti tecnici per una corretta organizzazione e realizzazione del prodotto cinematografico e quindi dell'artefatto audiovisivo.