

Sommario

7	PREMESSA
	<i>Pino Grimaldi</i>
15	PREFAZIONE
	Pino Grimaldi o del ‘mood design’
	<i>Anty Pansera</i>
23	1. Di cosa parliamo?
35	2. Grafica: la sorellastra del design
45	3. Gli anni Ottanta e la letteratura scientifica
47	3.1. Le storie del design, un quadro d’insieme
50	3.2. La manualistica
55	4. Dall’“utilità pubblica” al design della comunicazione
77	5. Gli anni Ottanta e l’“utilità pubblica”
119	6. Rileggere la storia
127	7. La dialettica: esteticità vs funzionalità
135	8. La grafica è finita e il design non sta tanto bene
141	9. Alla ricerca di una locuzione
145	10. La comunicazione: un patrimonio di studi
157	11. Il design dell’interazione
161	12. La forma della scrittura
165	13. La pubblicità
169	14. Una proposta di metodologia
179	14.1. I quattro precetti logici
180	14.2. Enunciazione del problema
181	14.2.1. Quale briefing
184	14.3. Preventivo
184	14.4. Ricerca
186	14.4.1. Benchmarking

187	14.5. Definizione del concept
188	14.6. Progetto
188	14.7. Presentazione al committente
189	14.7.1. Correzioni al progetto
190	14.8. Produzione del prototipo
190	14.8.1. Produzione e controllo
191	14.9. Feedback
194	14.10. Una proposta metodologica in dieci punti
197	15. Immagine coordinata. Una metodologia obsoleta e una locuzione inadeguata
205	16. La filiera del design della comunicazione
209	17. Un'esperienza didattica
219	18. Il marketing non c'è
222	18.1. Il marketing: questo sconosciuto
225	18.2. Uno dei conflitti
227	18.3. Una figura professionale che non c'è
231	19. Emergenza ignoranza

APPENDICE

243	E se Gutenberg fosse un designer? <i>Gelsomino D'Ambrosio, Pino Grimaldi, Cettina Lenza</i>
-----	--

POSTFAZIONI

267	Design e inscindibile legame tra didattica, ricerca e professione <i>Giovanna Cassese</i>
271	Progettare l'oltre <i>Giuseppe Gaeta</i>
275	Quando il design della comunicazione si chiamava grafica <i>Cettina Lenza</i>
281	Indice dei nomi
284	Bibliografia