

PACKAGING CONTRO.VERSO

*In questo volume - curato da Valeria Bucchetti e pubblicato con il contributo di **Comieco** - viene presentata una selezione dei lavori svolti nel Laboratorio di Sintesi Finale del corso di laurea in Design della comunicazione (**Facoltà del Design, Politecnico di Milano**, a.a. 05/06 – 06/07) che, partendo da una lettura critica delle dimensioni comunicative dell'imballaggio, arrivano ad individuare spazi di sperimentazione e nuove forme espressive e di linguaggio.*

Tutte le esperienze presentate in questo libro affrontano il progetto muovendo dalla responsabilità sociale del designer, e rappresentano una risposta, seppur circoscritta, al superamento di ripetizioni acritiche dei modelli diffusi, o delle loro molteplici variazioni.

Quattro le aree di lavoro scelte, ciascuna delle quali mette l'accento su un terreno critico distinto, mentre tre sono i momenti comunicativi in cui ogni gruppo di progetto ha articolato la propria risposta: un packaging, un artefatto editoriale e un'animazione della durata di 60 secondi (riportata nel dvd).

In particolare, come scrive Valeria Bucchetti, «l'area di lavoro *just enough* si pone l'interrogativo, in un contesto di overload informativo, di affollamento semantico, di quale possa essere la soglia comunicativa minima in grado di garantire al prodotto significazione e di rispondere alle esigenze di informazione di un destinatario che ha assai bene appreso le formule di comunicazione dei prodotti.

La seconda, *for all*, intende verificare quanto i packaging attuali siano realmente "per tutti" e in che misura le esigenze di fasce di utenza più debole siano considerate, ma anche quanto rispondano alla necessità di linguaggi globali in un mercato formato da culture diverse.

Il binomio *pre-post* indirizza invece la riflessione verso le dinamiche temporali. In altri termini vengono considerati gli aspetti che riguardano il passaggio tra prima e seconda vita, dunque quello spazio che coinvolge la dismissione e che trasforma lo statuto dell'oggetto (da prodotto a rifiuto/risorsa), ma anche quanto accade nell'area del riuso, nella sua accezione di secondo utilizzo.

Infine, *new medium*, che interpreta le potenzialità intrinseche del packaging il quale, come i media tradizionali, dà luogo a comunicazioni di massa e indaga come il potenziale, in termini di penetrazione presso il pubblico, sia cruciale per un rinnovamento del ruolo del packaging».

Titolo: **"PACKAGING CONTRO.VERSO"**

Libro con allegato dvd

Autori: a cura di Valeria Bucchetti

Editore: **Edizioni Dativo Srl** - Milano

Pagine: 144

Data di pubblicazione: Settembre 2007

Prezzo: 9 €

[Visita libri.packmedia.net](http://libri.packmedia.net)
[e scopri le pubblicazioni di Edizioni Dativo](#)

Edizioni Dativo S.r.l.

Via Benigno Crespi 30/2 - 20159 Milano - Tel. 02/69007733 - Fax 02/69007664

Web: **www.packmedia.net**

Codice Fiscale e Parita IVA 11575070153

Capitale sociale Euro 51.000,00 i.v. - Registro Imprese 356400 - R.E.A. di Milano n. 1479501