



Università
degli Studi
di Palermo

TLC - CIMDU
Teaching and Learning Centre
Centro per l'innovazione e
il miglioramento
della didattica universitaria

Didattica innovativa nei laboratori di Design della Comunicazione:

Service Learning, Peer-to-Peer Mentoring e Intelligenza Artificiale Generativa in un contesto project-based learning

Prof. Salvatore Di Dio, Ph.D. Paola La Scala



TLC-CIMDU - *Giornata della Didattica Innovativa 2025*, Sala delle Capriate - Steri 13 gennaio 2025

Il design della comunicazione, attraverso un approccio multidisciplinare, si occupa di progettare prodotti comunicativi visivi con l'obiettivo principale di trasmettere messaggi chiari e mirati ad un pubblico specifico attraverso un processo strategico e l'utilizzo di media diversi.

(J. Frascara, 2004)

1 Service Learning
(40 ore)

3 Intelligenza artificiale generativa
(15 ore)

2 Peer-to-peer mentoring



ALL STUDENTS DESERVE ACCESS TO
PROJECT-BASED LEARNING

OBIETTIVI

- Apprendimento interdisciplinare
- Gestione di risorse come tempo e materiali
- Percorso collaborativo
- Abilità comunicative
- Autonomia di giudizio
- Impatto tangibile
- Design per l'innovazione sociale

ATTIVITÀ

1 Service Learning
(40 ore)

3 Intelligenza artificiale generativa
(15 ore)

2 Peer-to-peer mentoring

24 HOURS —

Urban Journey of Palermo

26 — Ottobre
— 2024

Collegio dei Crociferi

Via Maqueda — Palermo

COU
NTL
ESS
CITY MUSEUM
OF CITIES IN
THE WORLD

2024 CULTURAL PARK

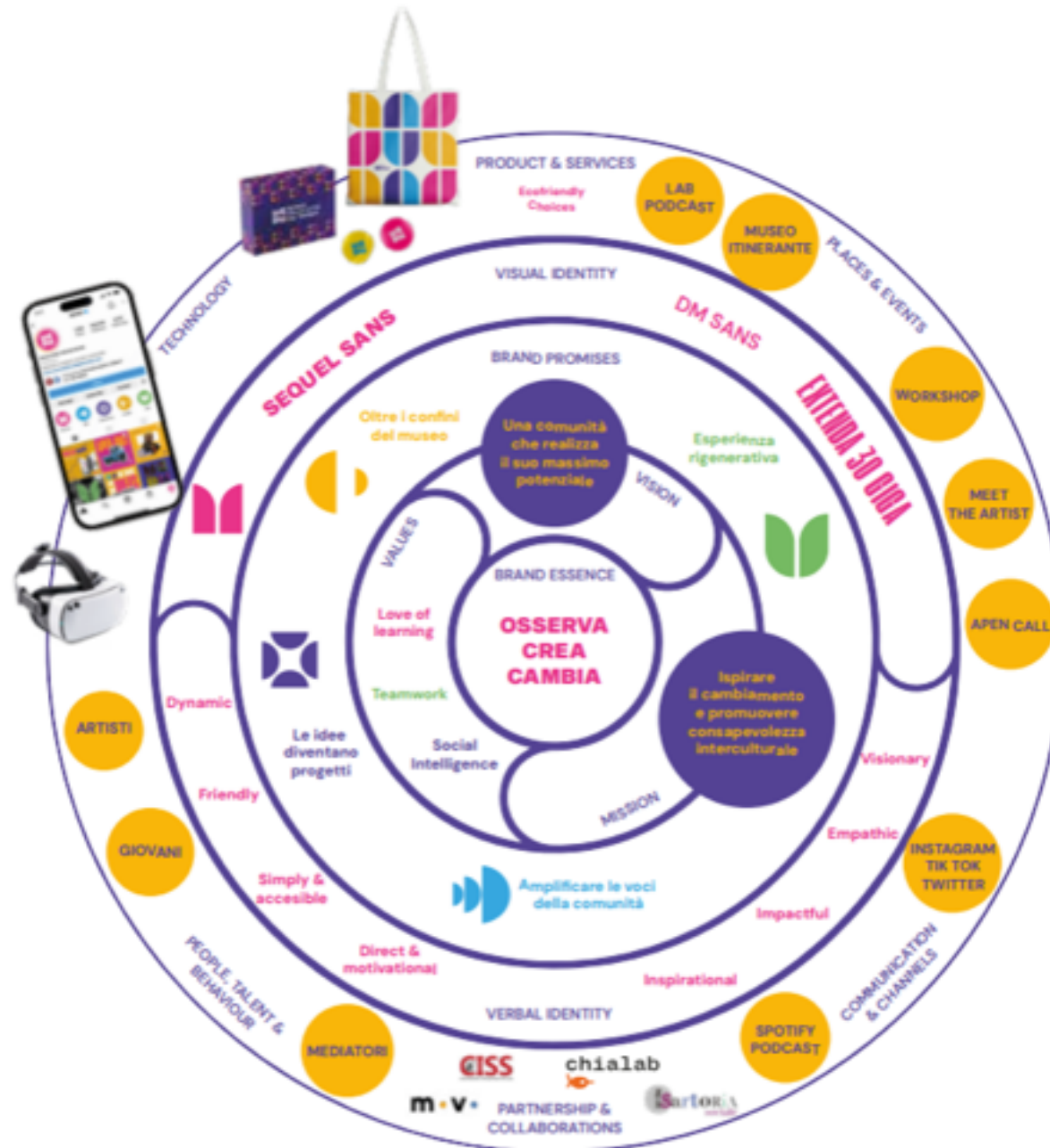
Foto di Sandro Sciala







Brand Guidelines



Form_Responses1								
Informazioni cronologiche	Indirizzo email	Qual è il tuo team?	Quale team stai valutando?	Come giudichi complessivamente il progetto?	Come giudichi le slide?	Come giudichi l'esposizione?	Come giudichi lo storytelling?	Co
12/11/2024 10.08.58	federica.mazzel@comm	G3 - Gene	G1 - BoJack	4	3	4		3
12/11/2024 10.08.59	emanuela.augello@com	G1 - Diane	G1 - BoJack	4	4	4		4
12/11/2024 10.09.01	martina.amoroso02@co	G1 - Pinky	G1 - BoJack	3	3	3		3
12/11/2024 10.09.04	marco.musso04@comr	G3 - Wayne	G1 - BoJack	3	2	3		5
12/11/2024 10.09.18	davidepietro.glovenco@	G3 - Wayne	G1 - BoJack	3	3	2		1
12/11/2024 10.09.21	simone.lafranca01@con	G3 - Wayne	G1 - BoJack	3	2	3		2
12/11/2024 10.09.36	simoneamedeo.pecorari	G3 - Summer	G1 - BoJack	3	3	3		3
12/11/2024 10.09.40	silvia.difresco@commur	G1 - Pinky	G1 - BoJack	3	3	4		3
12/11/2024 10.09.48	flavia.nizza@community	G3 - Jessica	G1 - BoJack	3	2	3		3
12/11/2024 10.09.55	salvatoremaria.miranda@	G3 - Jessica	G1 - BoJack	3	3	3		2
12/11/2024 10.10.23	francesca.cozzo01@cor	G1 - Pinky	G1 - BoJack	3	3	4		3
12/11/2024 10.10.25	silvia.colletta@commun	G3 - Gerry	G1 - BoJack	3	3	3		4
12/11/2024 10.10.26	roberta.surruasca@comn	G1 - Diane	G1 - BoJack	4	4	4		4
12/11/2024 10.10.26	sara.rizzo04@communit	G3 - Summer	G1 - BoJack	3	4	3		4
12/11/2024 10.10.26	denise.rizzo@communit	G1 - Princess	G1 - BoJack	2	2	3		2
12/11/2024 10.10.26	maddalena.maggiore@c	G1 - Lenny	G1 - BoJack	3	3	3		3
12/11/2024 10.10.28	laura.spasari@communi	G1 - Princess	G1 - BoJack	4	4	3		3
12/11/2024 10.10.29	fabiana.cavaleri@comm	G3 - Gene	G1 - BoJack	4	5	3		3

A	B	C	D	I	J	K	L
Form_Responses1							
Informazioni cronologiche	Indirizzo email	Qual è il tuo team?	Quale team stai valutando?	Come giudichi il marchio?	Come giudichi la verbal identity?	Come giudichi la visual identity?	Come giudichi la proposta di valore per gli uti
12/11/2024 10.08.34	mattia.ponni@communi	G1 - Princess	G1 - BoJack	3	3	3	4
12/11/2024 10.08.46	anastasiaadele.martora	G1 - Lenny	G1 - BoJack	4	2	2	3
12/11/2024 10.08.54	gaia.nicosia01@commu	G3 - Jessica	G1 - BoJack	3	3	3	3
12/11/2024 10.08.58	sabrina.bendi@commun	G1 - Pinky	G1 - BoJack	4	4	3	4
12/11/2024 10.08.58	federica.mazzei@comm	G3 - Gene	G1 - BoJack	3	3	4	3
12/11/2024 10.08.59	emanuela.augello@com	G1 - Diane	G1 - BoJack	5	4	3	3
12/11/2024 10.09.01	martina.amoroso02@co	G1 - Pinky	G1 - BoJack	4	3	4	3
12/11/2024 10.09.04	marco.musso04@comr	G3 - Wayne	G1 - BoJack	3	3	3	4
12/11/2024 10.09.18	davidepietro.giovenco@	G3 - Wayne	G1 - BoJack	4	3	4	3
12/11/2024 10.09.21	simone.lafranca01@con	G3 - Wayne	G1 - BoJack	2	2	2	3
12/11/2024 10.09.36	simoneamedeo.pecorari	G3 - Summer	G1 - BoJack	4	3	3	3
12/11/2024 10.09.40	silvia.difresco@commur	G1 - Pinky	G1 - BoJack	4	3	3	3
12/11/2024 10.09.48	flavia.nizza@community	G3 - Jessica	G1 - BoJack	3	3	2	3
12/11/2024 10.09.55	salvatoremaria.miranda	G3 - Jessica	G1 - BoJack	4	3	3	3
12/11/2024 10.10.23	francesca.cozzo01@cor	G1 - Pinky	G1 - BoJack	4	4	3	3
12/11/2024 10.10.25	silvia.colletta@commun	G3 - Gerry	G1 - BoJack	4	3	4	4
12/11/2024 10.10.26	roberta.surrusca@comn	G1 - Diane	G1 - BoJack	4	4	4	4
12/11/2024 10.10.26	sara.rizzo04@communit	G3 - Summer	G1 - BoJack	3	3	3	4
12/11/2024 10.10.26	denise.rizzo@communit	G1 - Princess	G1 - BoJack	1	2	2	4

Direzione Generale
Creatività Contemporanea

Laboratorio di
Creatività
Contemporanea

FARM CULTURAL PARK

OPPI!
FESTIVAL

ENERGIE U18

CELEBRATING DIVERSITY, EMPOWERING TOMORROW'S LEADERS

YOUTHOPIA

19-20 DICEMBRE 2024

FARM CULTURAL PARK - PALAZZO TORTORICI - MAZZARINO (CL)



Il progetto è sostenuto da Laboratorio di Creatività Contemporanea promosso dalla Direzione Generale Creatività Contemporanea del Ministero della Cultura

MAZZARINO
ISTITUTO SUPERIORE CARLO MARIA CARAFA

20 DICEMBRE

CREA IL TUO POSTER

LASCIA IL
SEGNO

LASCIA UN SEGNO È UN WORKSHOP CREATIVO DOVE L'ARTE
INCONTRA AMBIENTE E INCLUSIONE.
UNISCITI A NOI PER VALORIZZARE DIVERSITÀ, SENSIBILIZZARE SUI
TEMI SOCIALI E CELEBRARE LA BELLEZZA DEL TERRITORIO!
ESPRIMI LA TUA VISIONE REALIZZANDO POSTER UNICI CHE
DECORERANNO LE STRADE DEL PAESE, TRASFORMANDOLE IN UNA
GALLERIA A CIELO APERTO.





FLAVOURS AND COLORS

Un abbinamento perfetto tra
design e dolcezza: nel nostro
laboratorio, packaging e
creatività si incontrano per dare
vita a biscotti unici, ispirati ai più
grandi capolavori del Design.

20 DICEMBRE

10:00 - 10:45

Mazzarino (CL)
Istituto superiore
Carlo Maria Carafa



IO COSA POSSO FARE?

Quando?

17 DIC/h 22

Dove?

Moltivolti

Via G. Mario Puglia 21, Palermo

Una mostra del Laboratorio
di Design della comunicazione
a sostegno della campagna
X Gaza Posso promossa da **CISS**.



m • It'v • It'

CISS

FARM CULTURAL PARK

AISA

LETZI!

1 Service Learning
(40 ore)

3 Intelligenza artificiale generativa
(15 ore)

2 Peer-to-peer mentoring



Letizia Rosaria Cardinali, Sara Scicolone, Marco Di Maio, Danil Michele Urso, Riccardo Quagliano

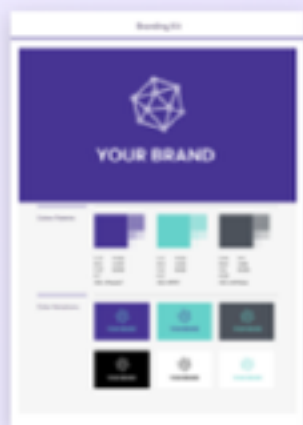
1 Service Learning
(40 ore)

3 Intelligenza artificiale generativa
(15 ore)

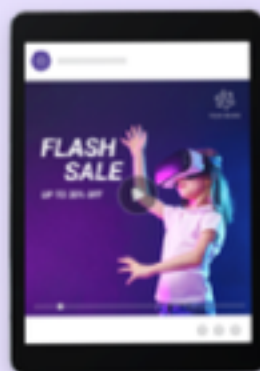
2 Peer-to-peer mentoring

Create logos, videos, banners, mockups with A.I. in 2 minutes

What would you like to create with Designs.ai?



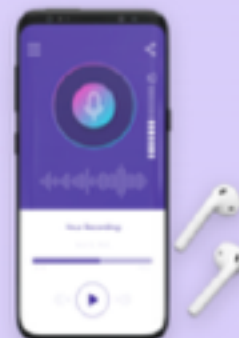
Logo



Video



Social media



Voiceover

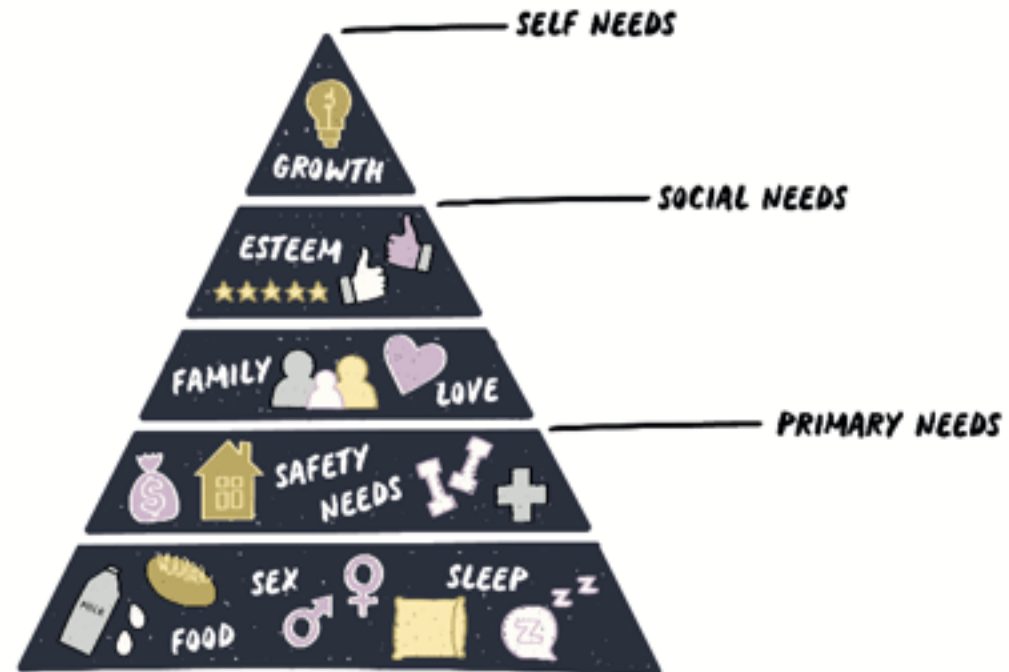




TESTO



IMMAGINI



The Invisible Gorilla Experiment

To better understand how selective attention works, let's consider the famous *invisible gorilla experiment*. This experiment, conducted by psychologists Daniel Simons and Christopher Chabris (1), demonstrates in a surprising way how our attention can be so focused on a specific task that we miss seemingly obvious elements in the scene. It's like being so engrossed in finding Waldo that you miss the T-Rex eating him.

[You can watch the video here: <https://www.youtube.com/watch?v=wJG698U2Mvo>]

This experiment teaches us several crucial lessons:

1. **Attention is highly specific:** when we focus on a particular task, we tend to exclude other information, even if it's clearly visible. It's like having tunnel vision, but the tunnel is so narrow you might miss a parade of elephants.
2. **Multitasking is a myth:** our brain isn't capable of paying attention to multiple things simultaneously with the same effectiveness. Instead, it rapidly switches from one task to another. It's not so much multitasking as it is multi-dropping-the-ball.
3. **The brain economizes energy:** by focusing on specific tasks, our brain limits energy consumption, avoiding processing all available information simultaneously. It's like your brain is on a strict energy diet, and anything not immediately relevant is considered empty calories.

These lessons are fundamental for communication design. They remind us that, in a world overloaded with information, we must be **extremely strategic** in how we present our messages to capture and maintain our audience's attention. It's not just about shouting louder; it's about whispering the right words at the right moment.

The Basics of Communication

Before diving into specific communication design strategies, it's essential to remember the **three fundamental pillars of communication**:

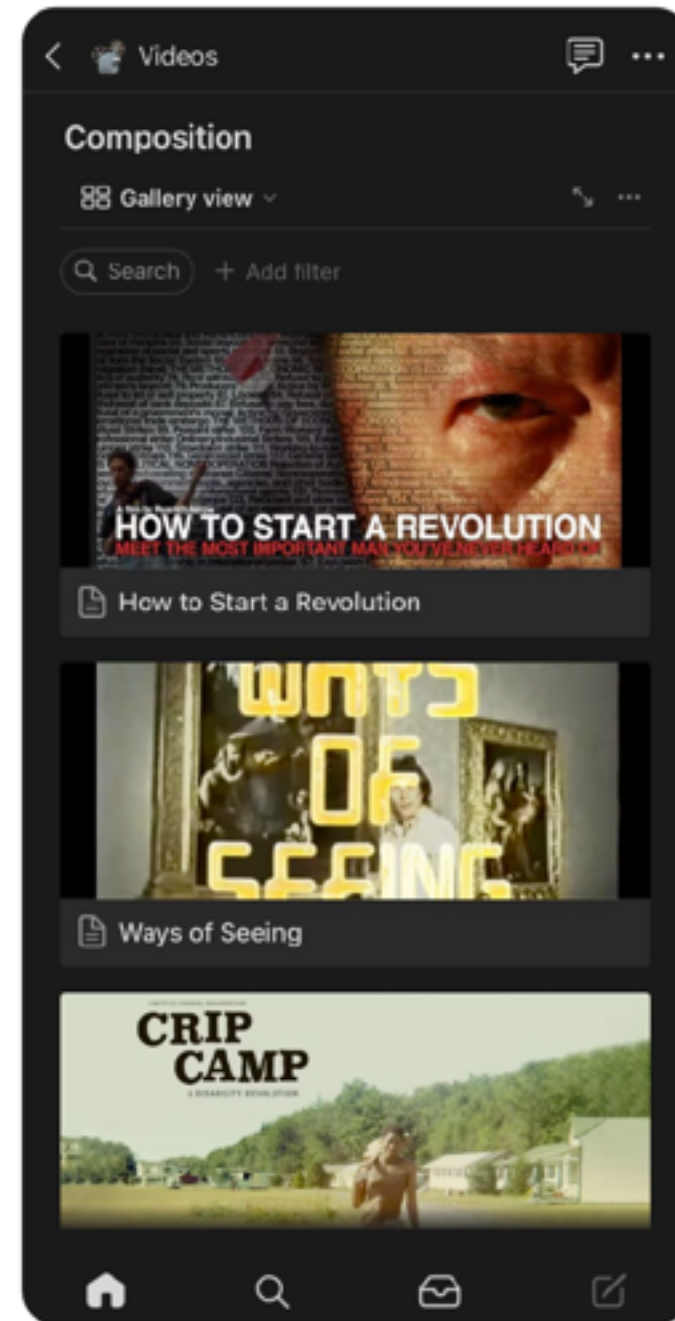
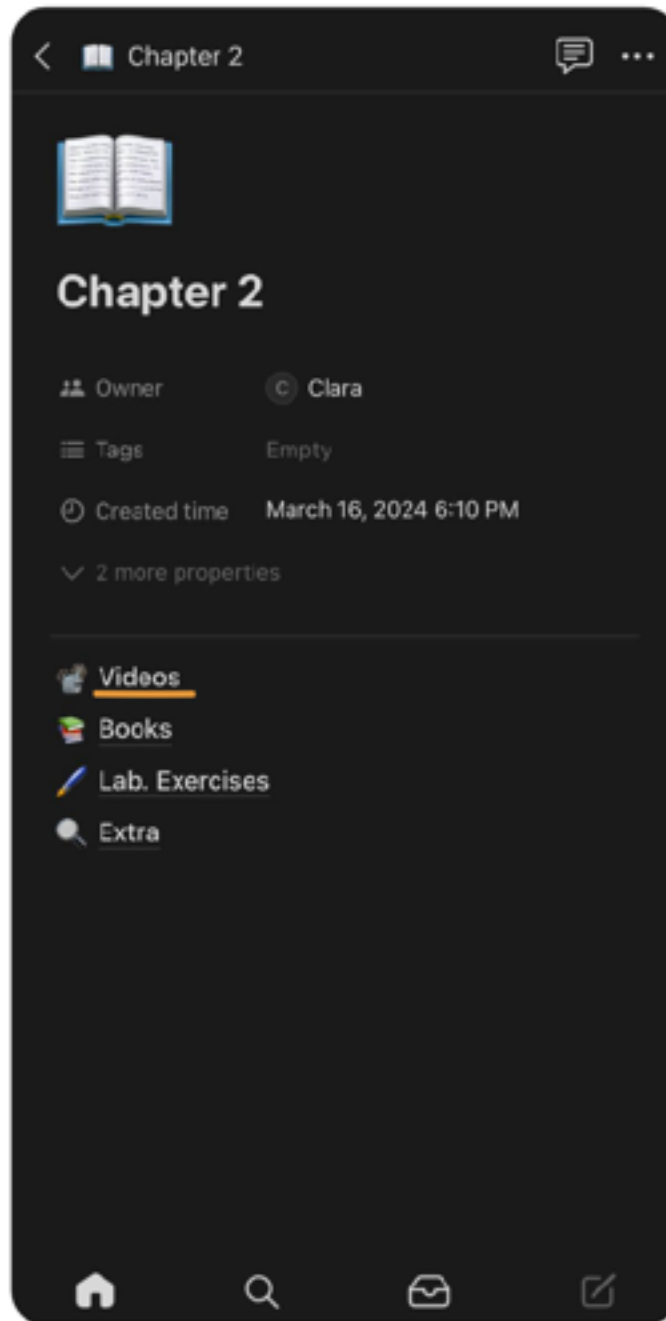
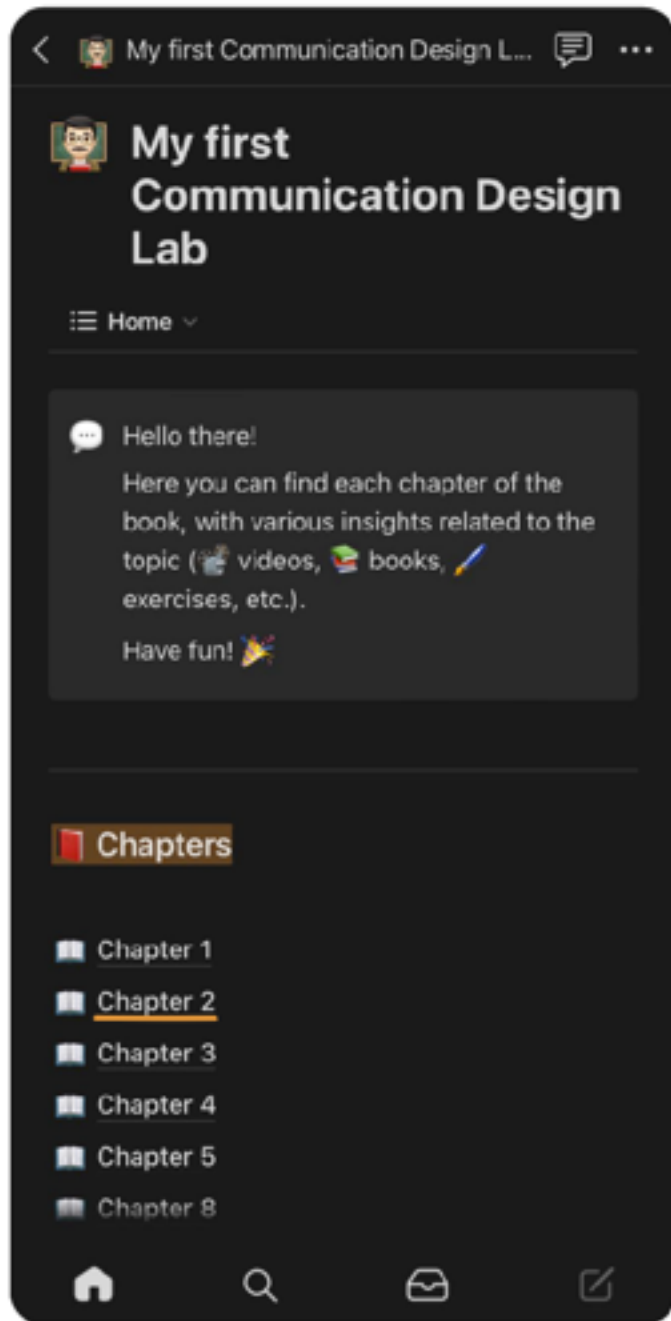
1. **Verbal communication:** This concerns the words we use, both written and spoken. In design, this translates to the textual content of our materials. It's not just what you say, but how you say it – in 12pt Helvetica.
2. **Paraverbal communication:** This includes elements like tone, volume, and rhythm of voice. In visual design, we can consider the equivalent of these elements in the use of color, size, and arrangement of elements. It's the visual equivalent of speaking in ALL CAPS or ^whispers^.
3. **Non-verbal communication:** This refers to body language, facial expressions, and gestures. In design, this aspect is reflected in the use of images, icons, and the overall composition of the layout. It's how your design would communicate if it suddenly became mute.

These three elements work together to create a coherent and impactful message. In communication design, we must carefully consider how each of these aspects contributes to the overall message we want to convey. It's like conducting an orchestra, but instead of musicians, you're coordinating fonts, colors, and white space.

The Five Categories of Media

In the world of communication design, we have several media categories at our disposal. Each of these offers unique opportunities to capture attention and convey our message. Here are the **five main categories**:

1. **Out of Home (OOH):** This category includes all means of communication we encounter outside the home. It includes



- Origini
- Seleziona tutte le origini ☒
- Testo incollato ☒

Aggiungi nota

* Guida al blocco note

Aiutami a creare

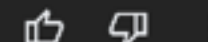
- Domande frequenti
- Guida allo studio
- Sommario
- Sequenza temporale
- Documento di briefing

Riepilogo

L'articolo esplora l'importanza della tipografia nel design della comunicazione, approfondendo i diversi aspetti del font, dalla sua storia ai dettagli tecnici, dalle sue capacità di trasmettere emozioni alle strategie per la creazione di brand e loghi. L'autore guida il lettore attraverso un viaggio nella tipografia, analizzando i diversi tipi di font, i loro significati, e come la scelta di un font possa influenzare la percezione del pubblico. Si parla anche di come la tipografia può essere utilizzata per rendere la lettura più accessibile e per migliorare la comunicazione visiva, come nel caso della segnaletica. L'articolo include inoltre esercizi pratici per aiutare i lettori a sviluppare le proprie capacità di progettazione, oltre a esempi di come la tipografia viene utilizzata da Netflix e da altre aziende per costruire brand e comunicazioni efficaci.

Riassunto audio

Capitolo 3



00:05 / 13:31

Domande suggerite

- Quali sono le principali differenze tra serif e sans serif?
- Come può il font influenzare la percezione di un brand nel mercato attuale?
- In che modo la tipografia può contribuire a una comunicazione visiva efficace e accessibile?

Visualizza chat

1 origine

Inizia a digitare...



* Guida al blocco note

3

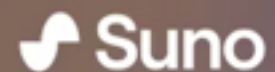


Principi

old school rap

[Intro]

Yo, yo, ascolta il suono, è il rap del calore,
Parliamo di termodinamica, con ritmo e vigore.
Tre leggi fondamentali che governano il
mondo,
Ora te le spiego, andiamo a fondo.

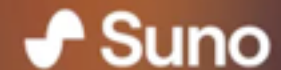


The Golden Circle

melancholic electro pop

[Verse]

In a world that's ever turning,
Where voices rise and fall,
There's a light that keeps on burning,
A truth that guides us all.
It's not the how or what we do,





You



231113 Service Design.pdf
PDF

Hello bot, potresti analizzare queste slide ed estrapolare 20 domande a risposta multipla, indicando la risposta esatta e altre 3 sbagliate?



Prova in itinere

1 play • 101 players



Start

Assign

Play solo

A private kahoot

salvatoreddidio

Updated 3 weeks ago

Questions (12)

Show answers

1 - Quiz

Ne *La camera chiara*, Barthes definisce le modalità di significazione della fotografia. Quali tra queste è corretta?



20 sec

2 - Quiz

Secondo Berger, a partire dall'epoca della sua riproducibilità tecnica, l'opera d'arte:



20 sec

3 - Quiz

In *Affrontare la complessità*, Butera dimostra che l'alternativa all'attuale modello capitalista neoliberista:



20 sec

4 - Quiz

Chi ha detto "you can't just expect great ideas to spread on its own. You need to spread great ideas"?



20 sec

5 - Quiz

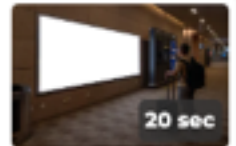
Come deve essere una gabbia affinché sia un efficace strumento di progettazione?



20 sec

6 - Quiz

Quali tra questi progetti non è presentato da Michael Bierut?



20 sec

7 - Quiz

Il linguaggio non verbale influenza cosa gli altri pensano di noi. Partendo da questo insight, cosa si chiede Amy Cuddy?



20 sec

3

VERITÀ SVELATE - Ascolta il brano Suggestionabili di Paolo Benvegnù feat Fast Animals and Slow Kids e lasciati guidare dalle emozioni che ti suscita. Il tema della consegna è la verità. Ad ogni team sono stati assegnate "false verità" tratte da famosi fatti di cronaca.

Trova una foto significativa del fatto di cronaca a te assegnato (potete decidere con il team di lavorare sulla stessa immagine o su immagini diverse) e trasforma poi tale immagine con l'AI per mostrare la verità.

9/12/2024 - 10.1

False Verità

Prompt: Create a dramatic and realistic image representing the epilogue of the Elizabeth Holmes and Theranos case. In the foreground, Elizabeth is depicted with lifelike accuracy. She is dressed entirely in black, looking at the Nanotainer in her hand. Her facial expression reflected a lack of guilt. In the background, the scene is set in her blood-testing laboratory. To the right is the defective Theranos machine, highlighted as the focus of the scene. The floor around it is stained with blood. Sparks and smoke visibly emerge from the Theranos machine. Around and behind Elizabeth are 10-15 people, including scientists in white lab coats and investors in suits. The scientists have expressions of doubt, frustration, or disbelief; some hold their heads in their hands, while others look at the Theranos machine in despair. The investors appear visibly distraught, holding documents and papers revealing the false test results. Their faces display intense emotions: some looks shocked and are holding the papers on which the truth is written, some are angry, and others are shouting at Elizabeth.

Software: Krea.ai



Suggestionabili - Paolo Benvegnù ft. Fast Animals and Slow Kids



3

AUTORITRATTO CARTOON - Ascolta il brano Lavorare per il male di Tre Allegri Ragazzi Morti e lasciati guidare dalle emozioni che ti suscita. A partire da questo, utilizza l'AI creando una fusione fra il tuo autoritratto e il personaggio dei Simpson / Spongebob che dà il nome al tuo team. Commentalo spiegandone le scelte creative e includi il prompt e il sito utilizzato.

03/12/2024 - 9

L'AI è il male!

A combination of Gaia and Bart Simpson

Software: Fal Flux

Affidare il proprio volto a un'AI per creare immagini divertenti riflette una crescente disattenzione verso la nostra privacy e identità. In un'epoca in cui la tecnologia permea ogni aspetto della vita, l'AI, per quanto potente e innovativa, incarna un "male globale": sfrutta enormi risorse inquinanti e alimenta un sistema capitalista insaziabile. Il design stesso, spesso guidato dall'attrattiva del profitto, rischia di allontanarsi da valori etici e sostenibili, favorendo invece la produzione di massa e il consumismo sfrenato. L'ironia di queste creazioni evidenzia il bisogno di riflettere su un uso più consapevole e responsabile della tecnologia e della creatività.



Lavorare Per Il Male - Tre Allegri Ragazzi Morti



3

IMMAGINARSI NEL FUTURO - Ascolta il brano Un giorno nuovo dei Sick Tamburo e lasciati guidare dalle emozioni che ti suscita. A partire da questo, realizza un autoritratto e modificalo utilizzando l'AI simulando la tua immagine fra 10 anni mentre fai il lavoro che hai sempre sognato. Commentalo spiegandone le scelte creative e includi il prompt utilizzato nella descrizione.

27/11/2024 - 9.2

"Close-up portrait of Alessandro wearing a realistic astronaut suit and helmet, inspired by the cartoon character Sandy Cheeks from SpongeBob SquarePants. The helmet is detailed with a large glass visor reflecting soft indoor lighting, showcasing the subject's face clearly. The astronaut suit is white, detailed with mechanical elements like screws and tubing, and appears slightly weathered. The background is softly blurred, with indoor lighting filtering through large windows. Realistic, cinematic lighting, and high detail."

AI: fal-ai/flux-lora



Lavorare per il male - Tre Allegri Ragazzi Morti



3

RISULTATI



YOUTH
on
BOARD

PROSPETTIVE DI APPROFONDIMENTO

PROSPETTIVE DI APPROFONDIMENTO

PROSPETTIVE DI APPROFONDIMENTO

INDEDRISSTING SERVICE LEARNING

SERVI

SERVICE LEARNING

SERVICE LEARNING

COMMUNICATION
DESIGN

COMMUNICATION
DESIGN

AI

PEER-TO-PEER MENTORING

SOCIAL IMP



*Continuerò a servirmi delle macchine e della loro potenza, senza mai
invidiare la loro incoscienza*

*(A. D'Avenia, "Ultimo Banco" ne *Il Corriere della Sera*, 12/01/2025)*