



Università
per Stranieri
di Perugia

PROGRAMMA D'ESAME

Laurea: **Comunicazione Pubblicitaria**

Insegnamento: **Design della comunicazione**

Anno di corso: **II**

Semestre: **II**

Docente: **Fulvio Caldarelli**

SSD: **ICAR/13**

CFU: **9**

Carico di lavoro globale: **225 ore**

Ripartizione del carico di lavoro: **60 ore di lezioni**

frontali e 165 ore di studio individuale

Lingua di insegnamento: **italiano**

Anno Accademico 2010-2011

PREMESSA

Forse non esiste un metodo didattico riconosciuto per l'insegnamento del design e della comunicazione. L'offerta formativa universitaria, riferita alla disciplina del design della comunicazione e ai suoi campi di applicazione, permette di indagare all'interno delle componenti di base del progetto, mettendo in luce forme e caratteri distintivi del prodotto o dell'artefatto comunicativo.

La sperimentazione didattica e le esperienze compiute dentro e fuori il modulo formativo fanno agire lo studente su un campo di studio sensibile in continua trasformazione. Si evidenziano in questa attività le dimensioni fenomeniche e critiche della ricerca. Lo studio e l'approfondimento della materia allarga gli orizzonti di specializzazione e dipana dubbi circa le origini e le essenze della disciplina stessa. Si pensi ad esempio alle diverse denominazioni attribuite: dal graphic design, al visual design, al design della comunicazione fino alle aree di iper specializzazione dove i riferimenti all'industria della comunicazione e ai nuovi media sono molteplici.

PREREQUISITI

Impegno e puntualità.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il design della comunicazione è area di attività critica e di progetto dove le diverse competenze professionali e culturali interagiscono per produrre immagini, dispositivi, strategie, più in generale artefatti comunicativi al servizio delle imprese, delle istituzioni pubbliche e private, degli altri soggetti economici e sociali.

L'osservazione, l'ascolto, le pratiche di raccolta e di documentazione (letterature, notazioni grafiche, reportage fotografico, altre scritture) costituiscono le attività fondamentali che l'allievo è chiamato a svolgere durante la fase propedeutica del corso.

L'approccio multidisciplinare al progetto è caratteristica del designer che indaga sui nuovi linguaggi della comunicazione e sviluppa dispositivi strategici dalle forme innovative.

I crossover disciplinari e la lettura critica del design (case history, show-case, testimonianze) definiscono infine l'area di studio dove l'allievo apprende le metodologie di progetto, si confronta con il mondo della produzione, acquisisce conoscenze ed autonomia.

CONTENUTO DEL CORSO

PARTE PROPEDEUTICA

1.

- Progettare la comunicazione. Conoscenze, esperienze e attitudini;
- Strumenti di analisi, modi e forme del comunicare;
- Tra teoria e prassi. Processi generativi della comunicazione (metodi, sistemi e procedure).
- La specializzazione delle conoscenze.
- Indagine tra le nuove produzioni del sapere contemporaneo: design, arte, advertising, linguistica, semiotica, neuroscienze, comunicazione visiva, new media.
- La professione, l'impegno e la partecipazione
- Le attività intermediali e interdisciplinari

2.

- Design is one (il progetto totale);
- Scrivere il progetto. La forma, la lettera, le immagini aspetti tecnici e culturali;
- design dell'identità (architetture dell'identità) impresa, marca, prodotto tra ricerca, analisi, esplorazione, programmazione, sviluppo (case history, testimonianze);
- Nuovi territori del design. Specializzazioni e aree di intervento tecnologie e nuovi media le nuove interfacce mutamenti e nuove competenze

PARTE MONOGRAFICA

La città. Segni e segnali nel paesaggio contemporaneo.

L'idea di città/

Leggere la città /

I contorni della città /

Informare la città

Le interfacce e la rete: nuove forme di organizzazione delle informazioni (intelligenze urbane e pratiche digitali)

METODI DIDATTICI

Didattica frontale. Proiezioni

TIPO DI ESAME

Colloquio/discussione di un progetto a tema

TESTI DI RIFERIMENTO

- Laszlo Moholy-Nagy, *Pittura Fotografia Film*, Torino, Piccola Biblioteca Einaudi, 2010;
 - Elio Carmi, Elena Israella Wegher, *Branding. Una visione design oriented*, Bologna, Logo Fausto Lupetti Editore, 2009;
 - J. Marie Floch, *Identità visive*, Milano, Franco Angeli, 1994;
- La domenica de Il sole 24 ore (inserto della domenica).

TESTI DI CONSULTAZIONE E APPROFONDIMENTO

- Maurizio Vitta, *Il progetto della bellezza. Il design fra arte e tecnica*, Torino, Piccola Biblioteca Einaudi, 2001;
- Maurizio Vitta, *Il paesaggio. Una storia fra natura e architettura*, Torino, Piccola Biblioteca Einaudi, 2005;
- Ugo La Pietra, *Abitare la città*, Torino, Allemandi & C., 2011;
- Gillo Dorfles, *Introduzione al disegno industriale*, Torino, Piccola Biblioteca Einaudi, 2001;
- Gillo Dorfles, *Mode & modi*, Milano, Mazzetta, ristampa 2010;
- Italo Calvino, *Lezioni americane*, Milano, Oscar Mondadori, 2000;
- Fulvio Caldarelli (a cura di) *La città senza nome. Segni e segnali nella metropoli moderna*, Roma, de Luca Editore, 1995;
- Stefano Lucchini e Gianni Di Giovanni, *Niente di più facile, niente di più difficile*, Manuale (pratico) per la comunicazione, Bologna, Logo Fausto Lupetti Editore, 2010;

www.aiap.it

(Associazione italiana progettazione per la comunicazione visiva)

www.icograda.org

(International Council of Graphic Design Associations – Icograda)

www.aiga.org

AIGA, (USA) the professional association for design, stimulates thinking about design, demonstrates the value of design and empowers the success of designers at each stage of their careers.

www.a-g-i.org/

Alliance Graphique International

www.landor.com

www.pentagram.com

www.inarea.com

Brandchannel (Interbrand)

<http://www.foundrycollective.com/?id>

www.edenspiekermann.com

<http://www.strichpunkt-design.de/en/>

www.huberundco.com

www.mediafix.net

<http://www.sonnervallee.de/>

(vedi bibliografia allegata)

ALTRE INFORMAZIONI

La frequenza al corso è condizione essenziale per l'iscrizione all'esame di fine corso

E-mail docente: [caldarelli \(at\) blueforma.com](mailto:caldarelli@blueforma.com)