

UNIVERSITA' PER STRANIERI DI PERUGIA
LAUREA MAGISTRALE
IN COMUNICAZIONE PUBBLICITARA

CORSO DI DESIGN DELLA COMUNICAZIONE PROF. FULVIO CALDARELLI

ANNO ACCADEMICO 2011 - 2012



"La filosofia è scritta in questo grandissimo libro
che continuamente ci sta aperto innanzi agli occhi (io dico l'universo),
ma non si può intendere se prima non s'impara
a intender la lingua, e conoscere i caratteri, nei quali è scritto.
Egli è scritto in lingua matematica, e i caratteri sono triangoli, cerchi
ed altre figure geometriche, senza i quali mezzi è impossibile
intenderne umanamente parola; senza questi è un aggirarsi vanamente
per un oscuro labirinto."

[Galileo Galilei, Il Saggiatore, Roma 1623. Ediz. moderna: Milano, Feltrinelli, 1992]



"Tutte le 'realtà' e le 'fantasie' possono prendere forma solo attraverso la scrittura, nella quale exteriorità e interiorità, mondo e io, esperienza e fantasia appaiono composte della stessa materia verbale; le visioni polimorfe degli occhi e dell'anima si ritrovano contenute in righe uniformi di caratteri minuscoli o maiuscoli, di punti, di virgole, di parentesi; pagine di segni allineati fitti fitti come granelli di sabbia rappresentano lo spettacolo variopinto del mondo in una superficie sempre uguale e sempre diversa, come le dune spinte dal vento del deserto".

(Italo Calvino, "Visibilità", Lezioni americane, p. 110).



"Viviamo sotto una pioggia ininterrotta d'immagini; i più potenti media non fanno che trasformare il mondo in immagini e moltiplicarlo attraverso una fantasmagoria di giochi di specchi: immagini che in gran parte sono prive della necessità interna che dovrebbe caratterizzare ogni immagine, come forma e come significato, come forza d'imporsi all'attenzione, come ricchezza di significati possibili. Gran parte di questa nuvola d'immagini si dissolve immediatamente come i sogni che non lasciano traccia nella memoria; ma non si dissolve una sensazione d'estraneità e di disagio."

(Italo Calvino, "Esattezza", Lezioni americane, p. 67)



"Un'altra falsissima idea che pure ha corso attualmente è l'equivalenza che si stabilisce fra ispirazione, esplorazione del subconscio e liberazione; tra caso, automatismo e libertà. Ora, questa ispirazione che consiste nell'ubbidire ciecamente a ogni impulso è in realtà una schiavitù. Il classico che scrive la sua tragedia osservando un certo numero di regole che conosce è più libero del poeta che scrive quel che gli passa per la testa ed è schiavo di altre regole che ignora"

(Raymond Queneau, Segni, cifre, lettere, Torino, Einaudi, 1981).



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**



UNIVERSITA' PER STRANIERI DI PERUGIA
LAUREA MAGISTRALE
IN COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA
A.A. 2011 - 2012

CORSO DI DESIGN DELLA COMUNICAZIONE
PROF. FULVIO CALDARELLI

Percorsi



Il design della comunicazione è l'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.



Il design della comunicazione è progetto della comunicazione, complesso delle conoscenze, delle esperienze e delle attitudini che delineano una specifica area di studio.

L'area di studio fornisce:
strumenti di analisi dei modi e delle forme del comunicare;

L'area di studio esplora:
i processi generativi della comunicazione attraverso
metodi, sistemi e procedure
tra
teoria e prassi.



Il design della comunicazione
è disciplina di riferimento per
la specializzazione delle conoscenze nell'area della
comunicazione pubblicitaria;

Fornisce opportunità per
indagare tra le nuove produzioni
del sapere contemporaneo:
design, arte, advertising, linguistica, semiotica,
neuroscienze, comunicazione visiva, new media.



Il programma del corso è articolato attraverso:

- attività propedeutica,
- moduli didattici,
- testimonianze professionali.



BIBLIOGRAFIA

Testi di riferimento

- Emanuela Bonini Lessing, *INTERFACCE METROPOLITANE*, Milano, et al./edizioni, 2010
- J. Marie Floch, *IDENTITÀ VISIVE*, Milano, Franco Angeli, 1994;
- *La domenica* de Il sole 24 ore (inserto della domenica);

Lettture di approfondimento

- Maurizio Vitta, *IL PROGETTO DELLA BELLEZZA*. Il design fra arte e tecnica, 1851-2001, Piccola Biblioteca Einaudi, Torino 2001;
- Roy Harris, *L'ORIGINE DELLA SCRITTURA*, Stampa Alternativa & Graffiti, Viterbo 1998;
- Giovanni Lussu, *LA LETTERA UCCIDE*. Storie di grafica, Stampa Alternativa & Graffiti, Viterbo 1999;
- Adrian Frutiger, *IL MONDO DEI SIMBOLI* Passeggiate tra i segni, Le mappe di "scritture"- Stampa Alternativa & Graffiti, Roma 1998;
- Sergio Polano, Pierpaolo Vetta, *ABECEDARIO*. La grafica del novecento, Electa, Milano 2002;
- Ruggero Pierantoni, *ATOMI, VORTICI E SIRENE*. Immagini e forme del pensiero esatto, Electa, Milano 2003;
- Giuseppe Di Napoli, *DISEGNARE E CONOSCERE* La mano, l'occhio, il segno Piccola Biblioteca Einaudi, Torino 2004;



BIBLIOGRAFIA

Altri autori

Gillo Dorfles, Tomas Maldonado, Rudolf Arnheim
Paul Rand, Herbert Lubalin, Saul Bass, Herman Zapf
Aldo Novarese, Pino Tovaglia, Massimo Vignelli
Erik Spiekermann, David Carson

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 Internationale

per ogni approfondimento:

Vedi bibliografia (allegato) oppure contatta il docente prof. Fulvio Caldarelli

