



UNIVERSITÀ DI PISA

COMUNICAZIONE MUSEALE

ANTONELLA GIOLI

Anno accademico	2018/19
CdS	DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO E DELLA COMUNICAZIONE
Codice	833LL
CFU	6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
COMUNICAZIONE MUSEALE	L-ART/04	LEZIONI	36	ANTONELLA GIOLI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Il corso dal titolo **Comunicare un museo d'arte**, svolto in collaborazione con MUSEIA-Laboratorio di cultura museale del Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere dell'Università di Pisa (<http://www.cfs.unipi.it/dipartimento/laboratori/museia-laboratorio-di-cultura-museale/>) e con il Museo nazionale di San Matteo di Pisa ha una forte impronta seminariale, laboratoriale e progettuale, al fine di unire apprendimenti di conoscenze e competenze sul piano teorico, progettuale, pratico e di comunicazione. Alle lezioni frontali si uniranno perciò visite approfondite al Museo nazionale di San Matteo guidate da un suo operatore, seminari per l'individuazione e sviluppo individuale o di gruppo di un prodotto di comunicazione riferito a quel Museo, presentazioni in aula e nel Museo dei prototipi e progetti proposti.

Al termine del corso, gli studenti avranno acquisito conoscenze di base in merito a

- principi fondamentali della comunicazione museale e le sue connessioni con gli ambiti della promozione, mediazione, educazione, valorizzazione museale;
- pratiche e prodotti di comunicazione museale delle diverse tipologie (cartacei, multimediali, digitali, web ecc.);
- processi di ideazione, progettazione, elaborazione e realizzazione di un prodotto di comunicazione;
- modalità di efficace presentazione di proposte e prodotti.

Modalità di verifica delle conoscenze

- Partecipazione attiva al lavoro in aula e nel Museo partner;
- Seminario in aula di presentazione dei prodotti realizzati dagli studenti;
- Presentazione finale al Museo partner dei prodotti;
- Esame orale con voto

Capacità

- Sapere individuare, analizzare e valutare le varie tipologie e modalità di comunicazione.
- Sapere analizzare e valutare criticamente specifici prodotti di comunicazione.
- Sapere partecipare a brainstorming e discussioni collettive.
- Sapere condurre, individualmente o in gruppo, un lavoro di focalizzazione di obiettivi di comunicazione - individuazione delle riposte - ideazione di un prodotto - sviluppo del prototipo - discussione in itinere - realizzazione e presentazione.
- Sapere esporre nel Seminario in aula, individualmente o in gruppo, il proprio prodotto di comunicazione in tutti i suoi aspetti (obiettivi, contenuti, destinatari, modalità, costi ecc.), sottoponendolo alla discussione in aula.
- Sapere presentare il proprio prodotto in maniera rigorosa, efficace e sintetica nella presentazione finale nel Museo.

Modalità di verifica delle capacità

- Partecipazione attiva al lavoro in aula e nel Museo dell'insegnamento;
- Seminario in aula di presentazione dei prodotti realizzati dagli studenti;
- Presentazione finale al Museo partner dei prodotti;
- Esame orale con voto

Comportamenti

- Attivare e sviluppare la creatività per ideare, su basi di rigorosa conoscenza, progetti e prodotti di comunicazione
- Sviluppare l'interazione e il lavoro in gruppo
- Sviluppare la capacità di presentare la propria idea e il proprio lavoro
- Partecipare, seguire e apprendere dalle presentazioni degli altri studenti (che costituiranno parte integrante del programma d'esame)



UNIVERSITÀ DI PISA

Modalità di verifica dei comportamenti

- Partecipazione attiva al lavoro in aula e nel Museo;
- Seminario in aula di presentazione dei prodotti realizzati dagli studenti;
- Presentazione finale al Museo partner dei prodotti;
- Esame orale con voto

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

È consigliato avere sostenuto i seguenti esami, o almeno seguito i corsi:
studenti di DISCO: *Etica della comunicazione* o *Filosofia della Comunicazione*
studenti di SBC: *Storia del collezionismo e del museo*.

Per questioni organizzative, i frequentanti sono pregati di iscriversi prima dell'inizio del corso con email a antonella.gioli@unipi.it

Corequisiti

È fortemente consigliato avere visitato in tempi recenti, o visitare durante il corso e prima dell'esame, un buon numero di musei (non mostre), prestando attenzione in particolare alle modalità e ai prodotti di comunicazione.

Prerequisiti per studi successivi

Tale esame è fortemente consigliato per chi intende chiedere la tesi in *Storia del collezionismo e del museo* o in *Museologia e museografia*. È inoltre fortemente consigliato per chi intenda seguire nel corso di laurea magistrale il corso di *Museologia e museografia*.

Indicazioni metodologiche

L'insegnamento prevede:

- lezioni frontali in aula ed esterne tenute dal docente e da operatori del Museo partner;
- lezioni seminariali per la verifica e il supporto in itinere all'elaborazione dei prodotti;
- presentazioni degli studenti al Seminario in aula e alla Presentazione finale al Museo partner.

Dato il carattere fortemente seminariale e progettuale dell'insegnamento, è necessaria la massima frequenza sia alle lezioni in aula sia alle lezioni esterne al Museo, assolutamente non sostituibili né da appunti né da visite autonome al Museo partner. Per tale motivo,

- è necessario iscriversi soltanto entro la 2° lezione
- verranno prese le presenze e non sarà possibile superare il limite massimo di ore d'assenza che verrà indicato dal docente;
- alcune lezioni in aula quelle e al Museo saranno assolutamente obbligatorie;
- secondo la disponibilità degli operatori del Museo partner, le visite potrebbero non tenersi nei giorni e nell'orario di lezione.

Al corso collaboreranno la dott. Caterina Bay e altro personale del Museo Nazionale di S. Matteo, il dott. Andrea Ginocchi laureando SAVS, la dott.ssa Martina Lerda assegnista di ricerca del Dipartimento e collaboratrice di Museia.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

TITOLO: *Comunicare un museo d'arte*

L'insegnamento è impostato come *project work* finalizzato allo studio, progettazione, realizzazione e presentazione di progetti, prototipi e prodotti di comunicazione per il Museo Nazionale di S. Matteo di Pisa. Il Museo, nato come raccolta civica passata nel secondo dopoguerra alla proprietà dello Stato, ha sede nell'ex Convento di S. Matteo, conserva ed espone eccezionali raccolte di pittura e scultura soprattutto dall'XI al XVI secolo di scuola pisana e non solo.

L'approccio *focus oriented* porterà ad esaminare in aula strategie e prodotti di comunicazione di musei storico-artistici in particolare con raccolte di arte del Medioevo, approfondendo alcuni casi studi.

Verranno ideati e sviluppati, secondo un processo dal brainstorming al *project work*, progetti e prodotti di comunicazione sul Museo Nazionale di S. Matteo. Al termine, gli studenti terranno una presentazione *elevator pitch* delle proprie proposte a funzionari e operatori del Museo.

Obiettivo del corso è di coinvolgere gli studenti attivamente nella produzione di contenuti che rispettino da un lato le richieste e possibilità reali del Museo e dall'altro le dinamiche di comunicazione *off e on line*, imparando a coniugare conoscenze disciplinari almeno di base e competenze di comunicazione, creatività e rigore metodologico, realizzazione e presentazione.

Bibliografia e materiale didattico

PROGRAMMA D'ESAME

Il programma d'esame si costituisce di 3 parti, e cioè:

- 1) Bibliografia
- 2) Visite a musei con analisi di un prodotto di comunicazione ciascuno
- 3) Contenuti del corso e prodotto di comunicazione presentato (per frequentanti) o Contenuti integrativi concordati (per non frequentanti).

Chi avesse già sostenuto tale esame con titolatura diversa (è infatti possibile sostenerlo come "Comunicazione museale" di DISCO o come il mutuato "Museologia e museografia" di SBC) dovrà concordare con il docente libri diversi da quelli del programma già portato.

1) Bibliografia

1 Libro per tutti, frequentanti e non frequentanti:

Comunicare il museo oggi. Dalle scelte museologiche al digitale, Atti del Convegno internazionale di studi Roma, Università di Roma 18-19 febbraio 2016, a cura di Lida Branchesi, Valter Curzi, Nicolette Mandarano, Milano, Skira, 2016.

Libro a scelta: 1 (frequentanti) o 2 (non frequentanti) tra i seguenti 10 libri (altri potranno essere concordati con il docente)

- 1) Francesco Antinucci, *Comunicare nel museo*, Laterza, Bari-Roma, prima edizione 2004, nuova edizione con DVD 2010.



UNIVERSITÀ DI PISA

- 2) *Dal Museum Theatre al Digital Storytelling. Nuove forme della comunicazione museale fra teatro, multimedialità e narrazione*, a cura di Lucia Cataldo, Franco Angeli, Milano 2011
- 3) *Studio azzurro. Musei di narrazione. Percorsi interattivi e affreschi multimediali*, a cura di Studio Azzurro, Silvana Editoriale, Cinisello Balsamo (Milano), 2011
- 4) *Musei: narrare, allestire, comunicare*, a cura di Eloisa Gennaro, Angelo Longo Editore, Ravenna, 2013
- 5) Ludovico Solima, *Il museo in ascolto. Nuove strategie di comunicazione per i musei italiani*, collana Quaderni della valorizzazione 1, Ministero per i Beni e le Attività Culturali-Direzione Generale per la Valorizzazione del Patrimonio Culturale, Rubettino, 2012 (pdf scaricabile da <<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2017/03/Il-museo-in-ascolto-Nuove-strategie-di-comunicazione-per-i-musei-statali-Quaderni-della-Valorizzazione-Rubettino-Editore-Roma-2012.pdf>>)
- 6) Cristina Da Milano, Erminia Sciacchitano, *Linee guida per la comunicazione nei musei: segnaletica interna, didascalie e pannelli*, collana Quaderni della valorizzazione NS 1, Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo-Direzione generale Musei, Roma, 2015 (pdf scaricabile da <<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2017/01/Linee-guida-per-la-comunicazione-nei-musei-segnaletica-interna-didascalie-e-pannelli.-Quaderni-della-valorizzazione-NS1.pdf>>)
- 7) Alessandro Bollo, *Il monitoraggio e la valutazione dei pubblici dei musei. Gli osservatori dei musei nell'esperienza internazionale*, collana Quaderni della valorizzazione NS 2, Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo-Direzione generale Musei, Roma, 2016 (pdf scaricabile da <<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2017/01/Il-monitoraggio-e-la-valutazione-dei-pubblici-dei-musei.-Quaderni-della-valorizzazione-NS-2.pdf>>)
- 8) *I Musei e la Rete: nuovi modi di comunicare. Linee guida per una comunicazione innovativa per i musei*, a cura di Regione Veneto e Fondazione Fitzcarraldo, 2014 <http://www.fitzcarraldo.it/ricerca/pdf/museorete_lineeguida_ricerca.pdf>
- 9) *Un patrimonio di storie. La narrazione nei musei, una risorsa per la cittadinanza culturale*, a cura di Simona Bodo, Silvia Mascheroni, Maria Grazia Panigada, Mimesis Edizioni, Milano 2016
- 10) *Il Patrimonio culturale per tutti. Fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*, a cura di Gabriella Cetorelli e Manuel R. Guido, collana Quaderni della valorizzazione NS 4, Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo e del turismo-Direzione generale Musei, Roma, 2017 (pdf scaricabile da <<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2018/06/Il-patrimonio-culturale-per-tutti.-Fruibilita%CC%80-riconoscibilita%CC%80-accessibilita%CC%80.-Quaderni-della-valorizzazione-NS-4.pdf>>)

2) Visite a musei

Visita recente e attenta a 3 Musei a scelta dello studente, con particolare riferimento alla loro comunicazione; per ciascuna visita, analisi di un aspetto o prodotto di comunicazione (espositiva, testuale, web, social, audiovisiva, pubblicitaria, ecc.) portando all'esame i relativi materiali (brochure, fotografie, screenshot ecc.)

3) Contenuti del corso e prodotto di comunicazione (per frequentanti) o Contenuti integrativi concordati (per non frequentanti)

I contenuti del corso saranno oggetto di verifica durante l'esame; sarà inoltre valutato l'iter di sviluppo, la presentazione e il risultato finale del prodotto di comunicazione elaborato dagli studenti.

I contenuti integrativi verranno concordati con il docente a ricevimento (non per email).

MATERIALE DIDATTICO

I libri in Bibliografia saranno consultabili presso la Biblioteca di Storia delle arti.

Saranno indicati i link da cui scaricare alcuni testi in pdf e alcune presentazioni di lezioni caricate su moodle.

I materiali coperti da diritti e copyright (e dunque non diffondibili) NON potranno essere distribuiti agli studenti tramite CD e altro o caricati su moodle.

Indicazioni per non frequentanti

L'insegnamento è caratterizzato da elementi che ne consigliano fortemente la frequenza: impostazione seminariale e progettuale; utilizzo di immagini, materiali, video, filmati che essendo coperti da diritti e copyright non potranno essere distribuiti agli studenti o caricati su piattaforme; lezioni tenute da esperti e operatori.

Coloro che volessero comunque sostenere l'esame da non frequentante, vedi sopra "Bibliografia e materiale didattico" con Contenuti integrativi da concordare con il docente a ricevimento (non per email).

Modalità d'esame

- Esame orale con voto

Stage e tirocini

E' possibile svolgere stage e tirocini presso MUSEIA-Laboratorio di cultura museale del Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere, responsabile prof. Antonella Gioli, vedi

<http://www.cfs.unipi.it/dipartimento/laboratori/museia-laboratorio-di-cultura-museale/>

Altri riferimenti web

Vedi piattaforma moodle.

Note

SU QUESTO INSEGNAMENTO E' MUTUATO QUELLO DI "MUSEOLOGIA E MUSEOGRAFIA" DI SCIENZE DEI BENI CULTURALI - CURRICOLO STORICO-ARTISTICO.

Il corso si terrà nella seconda metà del I semestre, con inizio MARTEDI' 20 NOVEMBRE.

Le lezioni in aula avranno orario MARTEDI' e GIOVEDI' 16-19, aula G2. Le lezioni presso il Museo Nazionale di S. Matteo si potranno tenere anche in giorni e orari diversi da quelli delle lezioni in aula.

Per questioni organizzative, i frequentanti sono pregati di iscriversi prima dell'inizio del corso e fino alla 2° lezione con email a



UNIVERSITÀ DI PISA

antonella.gioli@unipi.it

Per l'impronta seminariale e laboratoriale del corso, alcune lezioni in aula e al Museo saranno obbligatorie; sono consentite assenze a un massimo di 2 lezioni, in cui verranno calcolati ritardi e uscite anticipate.

Ultimo aggiornamento 15/01/2019 15:30