



# UNIVERSITÀ DI PISA

---

## COMUNICAZIONE MUSEALE

### ANTONELLA GIOLI

|                 |   |
|-----------------|---|
| Anno accademico | 2023/24   |
| 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  | SARA BRUNI<br>ANTONELLA GIOLI |

#### Obiettivi di apprendimento

##### *Conoscenze*

Il corso unisce apprendimenti di conoscenze e competenze sul piano teorico, progettuale, pratico e di comunicazione.

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

- principi della comunicazione museale e delle sue connessioni con gli ambiti della promozione, mediazione, educazione, valorizzazione museale;
- caratteristiche e analisi di prodotti e attività di comunicazione museale delle diverse tipologie (cartacei, multimediali, digitali, web ecc.);
- ideazione, progettazione e sviluppo di prodotti, iniziative e attività di comunicazione museale.

##### *Modalità di verifica delle conoscenze*

- Partecipazione alla discussione e alle esercitazioni in aula;
- Intervento di analisi su prodotto e attività di comunicazione in aula;
- 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 individuare, analizzare, sviluppare e esporre il proprio Intervento di analisi su un prodotto o attività di comunicazione.

##### *Modalità di verifica delle capacità*

- Partecipazione alla discussione e alle esercitazioni in aula;
- Intervento di analisi su prodotto e attività di comunicazione in aula;
- Esame orale con voto.

##### *Comportamenti*

- Sviluppare l'interazione e il lavoro in gruppo;
- Sviluppare la capacità di presentare un intervento di analisi;
- Partecipare, seguire e apprendere dagli interventi degli altri studenti.

##### *Modalità di verifica dei comportamenti*

- Partecipazione alla discussione e alle esercitazioni in aula;
- Intervento di analisi su prodotto e attività di comunicazione in aula;
- 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*, Laboratorio MUSEIA.



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

### Corequisiti

-

### Prerequisiti per studi successivi

-

### Indicazioni metodologiche

L'insegnamento prevede:

- lezioni in aula ed eventuali lezioni presso musei del territorio;
- esercitazioni individuali e in gruppo;
- Interventi di analisi degli studenti.

Dato il carattere fortemente seminariale dell'insegnamento, è richiesta la massima frequenza sia alle lezioni in aula sia alle lezioni esterne, non sostituibili né da appunti né da visite autonome. Per tale motivo, verranno registrate le presenze e non sarà possibile superare il limite massimo di 6 ore d'assenza sulle 36 del corso (compresi ritardi e uscite anticipate superiori a 15 minuti).

### Programma (contenuti dell'insegnamento)

#### TITOLO: **Comunicare un museo d'arte**

Il corso è tenuto in codocenza dalla prof. Antonella Gioli e dalla dott.ssa Sara Bruni, assegnista di ricerca del progetto *PA.CO.net – Patrimoni e Comunità in rete. Progetto per nuove pratiche culturali partecipative a Empoli*.

Oltre che con tale Progetto, il corso è svolto in collaborazione con MUSEIA-Laboratorio di cultura museale del Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere dell'Università di Pisa ([museia.cfs.unipi.it](http://museia.cfs.unipi.it)).

Contenuti dell'insegnamento sono: principi della comunicazione museale e sue connessioni con gli ambiti della promozione, mediazione, educazione, valorizzazione museale; caratteristiche e analisi di prodotti e attività di comunicazione museale delle diverse tipologie (cartacei, multimediali, digitali, web ecc.); ideazione, progettazione e sviluppo di prodotti, iniziative e attività di comunicazione museale.

### Bibliografia e materiale didattico

#### PROGRAMMA D'ESAME

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

- 1) **Bibliografia:** frequentanti 2 titoli, non frequentanti 3 titoli;
- 2) **Visite a 3 musei;**
- 3) **Contenuti del corso.**

#### 1) Bibliografia

Per tutti:

M.V. Marini Clarelli, *Che cos'è un museo. Nuova edizione*, Carocci, collana Le bussole, 2021

chi lo avesse già in bibliografia per *Storia del collezionismo e del museo* lo sostituisca con un libro tra quelli a scelta

#### 1 libro (2 non frequentanti) a scelta tra:

1-5): Pubblicazioni del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, pdf scaricabili (link generale

<<http://musei.beniculturali.it/risorse?filtra=pubblicazioni>>):

1) Ludovico Solima, *Il museo in ascolto. Nuove strategie di comunicazione per i musei italiani*, collana Quaderni della valorizzazione n. 1, 2012

2) Cristina Da Milano, Erminia Sciacchitano, *Linee guida per la comunicazione nei musei: segnaletica interna, didascalie e pannelli*, collana Quaderni della valorizzazione Nuova Serie n. 1, 2015 + *Approfondimento per la redazione di didascalie e pannelli*, 2019

3) Alessandro Bollo, *La conoscenza del pubblico dei musei. Studi, ricerche, sistemi di monitoraggio e valutazione a livello nazionale e internazionale*, collana Quaderni della valorizzazione NS n. 2, Roma, 2016

4) *Il Patrimonio culturale per tutti. Fruibilità, riconoscibilità, accessibilità*, a cura di Gabriella Cetorelli e Manuel R. Guido, collana Quaderni della valorizzazione NS n. 4, 2017

5) *Accessibilità e Patrimonio Culturale. Linee guida al Piano strategico-operativo, buone pratiche e indagine conoscitiva per la fruizione ampliata nei luoghi della cultura italiani*, a cura di Gabriella Cetorelli e Manuel Roberto Guido, collana Quaderni della valorizzazione NS n. 7, Roma, 2020.

6) Giovanna Vitale, *Il museo visibile. Visual design, museo e comunicazione*, con CD ROM, Lupetti 2010

7) *Dal Museum Theatre al Digital Storytelling. Nuove forme della comunicazione museale fra teatro, multimedialità e narrazione*, a cura di Lucia Cataldo, Milano, Franco Angeli, 2011

8) Giovanna Vitale, *Design di sistema per le istituzioni culturali. Il museo empatico*, Firenze, Zanichelli 2013

9) Nicolette Mandarano, *Musei e media digitali*, Roma, Carocci Editore, 2019

10) Maria Elena Colombo, *Musei e cultura digitale. Fra narrativa, pratiche e testimonianze*, Editrice Bibliografica 2020.

Altri titoli potranno essere indicati o concordati con la docente.

2) **Visite a musei:** Visita recente e attenta a 3 Musei a scelta dello studente, con particolare riferimento alla loro comunicazione globale e specifica (espositiva, testuale, web, social, audiovisiva, pubblicitaria, ecc.); di ciascuno dei 3 musei visitati lo studente porterà all'esame l'analisi di 1 prodotto di comunicazione.

3) **Contenuti del corso** (frequentanti) o Relazione scritta su un tema concordato o ulteriore titolo concordato (non frequentanti).

I materiali e le presentazioni utilizzati in aula coperti da diritti e copyright NON potranno essere distribuiti agli studenti.



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

### 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. In ogni caso, per il programma da non frequentanti vedi **Bibliografia e materiale didattico**

### Modalità d'esame

Esame orale con voto

### Stage e tirocini

E' possibile svolgere tirocinio con MUSEIA-Laboratorio di cultura museale del Dipartimento (<https://museia.cfs.unipi.it/>).  
La docente può essere tutor accademico per tirocini di studenti DISCO e SBC.

### Altri riferimenti web

Insegnamento attivato su Moodle.

### Note

**Il corso si tiene il MERCOLEDI, ore 16-19.15, Polo Guidotti Aula G1 (anziché G5 come precedentemente indicato), a partire dal 21 febbraio 2024 (ogni lezione 3 ore effettive = 4 ore accademiche x 9 lezioni TOT 36 ore).**

**E' necessario iscriversi al corso sulla piattaforma moodle: [elearning22.humnet.unipi.it](https://elearning22.humnet.unipi.it)**

Si sottolinea quanto già scritto sopra: "Dato il carattere fortemente seminariale dell'insegnamento, è richiesta la massima frequenza sia alle lezioni in aula sia alle lezioni esterne, non sostituibili né da appunti né da visite autonome. Per tale motivo, verranno **registrate le presenze e non sarà possibile superare il limite massimo di 6 ore d'assenza sulle 36 del corso (compresi ritardi e uscite anticipate superiori a 15 minuti).**"

**Per gli studenti SBC:** sull'esame di "Comunicazione museale" mutua quello di "**Museologia e museografia**" (esame Caratterizzante SBC, codice 380LL), dunque può essere registrato come questo purché si sia già sostenuto l'esame di *Storia del collezionismo e del museo* (codice 381LL). Verificare comunque sul proprio piano di studio o con la Segreteria didattica.

#### COMMISSIONE D'ESAME

EFFETTIVA: prof. Antonella Gioli (presidente), dott. Sara Bruni, dott. Gemma Bolognesi (cultori della materia)

SUPPLENTE: prof. Sonia Maffei (presidente), prof. Chiara Savettieri, dott. Claudia Marchese (cultore della materia).

Ultimo aggiornamento 21/03/2024 16:48