



UNIVERSITÀ DI PISA

COMUNICAZIONE MUSEALE

ANTONELLA GIOLI

Academic year	2017/18
Course	DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO E DELLA COMUNICAZIONE
Code	833LL
Credits	6

Modules	Area	Type	Hours	Teacher(s)
COMUNICAZIONE MUSEALE	L-ART/04	LEZIONI	36	ANTONELLA GIOLI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

CORSO Strategie di comunicazione per il Museo Stibbert: idea, processo e prodotto in collaborazione con il Museo Stibbert di Firenze, dal 21 settembre al 7 novembre 2017

- Apprendere i principi fondamentali della comunicazione museale e le sue connessioni con gli ambiti della promozione, mediazione, educazione, valorizzazione museale;
- Conoscere pratiche e prodotti di comunicazione museale delle diverse tipologie (cartacei, audiovisivi, digitali, web ecc.)
- Conoscere pratiche e prodotti di comunicazione delle case-museo, in particolare quelle di collezionisti con diverse diverse tipologie di raccolte, italiane (Villa Necchi Campiglio, Museo Poldi Pezzoli, Museo Bagatti Valsecchi, Casa Boschi di Stefano a Milano; Villa La Pietra New York University e Museo Horne a Firenze; Villa Brandi a Siena; Fondazione Magnani Rocca a Mamiano di Traversetolo, Castello D'Albertis-Museo delle Culture del Mondo di Genova) e straniere (Musée Jacquemart-André a Parigi, Isabella Stewart-Gardner Museum a Boston).

Modalità di verifica delle conoscenze

- Partecipazione attiva al lavoro in aula e nel Museo Stibbert
- Presentazione finale
- 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 delle case museo.
- Sapere partecipare a brainstorming e discussioni collettive.
- Sapere condurre, individualmente o in gruppo, un lavoro di focalizzazione di obiettivi di comunicazione - individuazione delle risposte - 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 illustrare e valorizzare nella Presentazione finale, individuale o di gruppo, il proprio prodotto al "committente" Museo Stibbert.

Modalità di verifica delle capacità

- Partecipazione attiva al lavoro in aula e nel Museo Stibbert
- Seminario in aula e Presentazione finale
- 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



UNIVERSITÀ DI PISA

- 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)

Modalità di verifica dei comportamenti

- Partecipazione attiva al lavoro in aula e nel Museo Stibbert
- Seminario in aula e Presentazione finale
- 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*.

E' inoltre fortemente consigliato per chi intenda seguire nel corso di laurea magistrale il corso di *Museologia e museografia*.

Indicazioni metodologiche

CORSO Strategie di comunicazione per il Museo Stibbert: idea, processo e prodotto

Dato il carattere fortemente seminariale e progettuale del corso, è necessaria fin dall'inizio del corso la frequenza sia alle lezioni in aula (ciascuna di 2 ore accademiche + una di 4 ore accademiche), sia alle lezioni esterne al Museo Stibbert (tre lezioni esterne ciascuna di 6 ore accademiche), assolutamente non sostituibili né da appunti né da visite autonome al Museo.

Il corso di svolgerà dal **21 SETTEMBRE AL 7 NOVEMBRE**, come precisato nel Calendario in "Programma".

L'insegnamento prevede:

- lezioni frontali in aula tenute dal docente e dal referente del Museo Stibbert dott.ssa Elena Janniello della durata di 2 ore accademiche ciascuna;
- 3 Lezioni esterne (Visita, Verifica, Presentazione finale) al Museo Stibbert di 6 ore accademiche ciascuna
- presentazioni degli studenti al Seminario in aula e alla Presentazione finale al Museo Stibbert.

Programma (contenuti dell'insegnamento)

CORSO Strategie di comunicazione per il Museo Stibbert: idea, processo e prodotto

Il corso è ideato e svolto in collaborazione con il Museo Stibbert di Firenze, la cui referente dott.ssa Elena Janniello parteciperà attivamente ai lavori del corso.

E' impostato come *project work* finalizzato allo studio, progettazione, realizzazione e presentazione di progetti, prototipi e prodotti di comunicazione del Museo Stibbert, particolare e affascinante casa-museo nato dalla dimora e raccolte di armi e armature, opere d'arte e d'arte applicata di Frederick Stibbert.

L'approccio *focus oriented* porterà ad esaminare in aula strategie e prodotti di comunicazione di case-museo, soprattutto di collezionisti, italiane (Villa Necchi Campiglio, Museo Poldi Pezzoli, Museo Bagatti Valsecchi, Casa Boschi di Stefano a Milano; Villa La Pietra New York University e Museo Horne a Firenze; Villa Brandi a Siena; Fondazione Magnani Rocca a Mamiano di Traversetolo, Castello D'Albertis-Museo delle Culture del Mondo di Genova) e straniere (Musée Jacquemart-André a Parigi, Isabella Stewart-Gardner Museum a Boston), approfondendo e facendo approfondire agli studenti alcuni casi studi.

Parallelamente verranno ideati e sviluppati, secondo un processo dal brainstorming al project work, progetti e prodotti di comunicazione sul Museo Stibbert. Al termine, gli studenti terranno una presentazione *elevator pitch* delle proprie proposte alla Direzione del Museo Stibbert. 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 e competenze di comunicazione, creatività e rigore metodologico, realizzazione e presentazione.

Dato il carattere fortemente seminariale e progettuale del corso, è necessaria la massima frequenza sia alle lezioni in aula (ciascuna di 2 ore accademiche + una di 4 ore accademiche) sia alle lezioni esterne al Museo Stibbert a Firenze (tre lezioni esterne dalle 11 alle 17.00 circa, ciascuna di 6 ore accademiche), assolutamente non sostituibili né da appunti né da visite autonome al Museo.

Il corso di svolgerà in **11 lezioni dal 21 SETTEMBRE AL 7 NOVEMBRE** secondo il seguente Calendario (al 18.8.2017, fatti salvi cambiamenti per cause di forza maggiore) e le lezioni obbligatorie indicate:

21 settembre, 2 ore - aula



UNIVERSITÀ DI PISA

26 "	2 ore	- aula
28 "	2	- aula (lezione annullata)
3 ottobre	6	- Museo Stibbert OBBLIGATORIA
5 "	2	- aula
10 "	2	- aula
12 "	2	- aula
17 "	6	- Museo Stibbert OBBLIGATORIA
19 "	2	- aula
26 "	4	- aula OBBLIGATORIA
7 novembre	6	- Museo Stibbert OBBLIGATORIA

Dato il carattere fortemente seminariale e progettuale del corso, è possibile iscriversi soltanto entro la 2° lezione (26 settembre 2017). Sarà inoltre essenziale la partecipazione alle 4 lezioni "lunghe" (al Museo Stibbert martedì 3 e 17 ottobre e 7 novembre, in aula giovedì 26 ottobre) e non mancare più di 2 delle 10 lezioni complessive (verranno registrate le presenze).

Bibliografia e materiale didattico

PROGRAMMA D'ESAME

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

- 1) Bibliografia
- 2) Visite a musei
- 3) Contenuti del corso (per frequentanti) o Contenuti integrativi concordati (per non frequentanti).

Chi avesse già sostenuto tale esame con titolatura diversa 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 libri:

Verranno indicati durante e al termine del corso (novembre 2017)

2) Visite a musei

Visita recente e attenta a 3 case-museo tra quelle che verranno indicate durante e al termine del corso, con particolare riferimento alla loro comunicazione; per ciascuna, 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 (per frequentanti) o Contenuti integrativi concordati (per non frequentanti)

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 dell'arte.

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

Ciascun iscritto all'esame, frequentante e non frequentante, è pregato di indicare nelle note d'iscrizione

- il libro/i libri selezionati tra quelli a scelta

- i 3 musei visitati e i relativi prodotti di comunicazione analizzati

Stage e tirocini

È possibile svolgere tirocini legati alle tematiche del corso rivolgendosi alla docente.

Altri riferimenti web



UNIVERSITÀ DI PISA

Su piattaforma moodle: da attivare

Note

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

Per sostenere l'esame da frequentante è necessario non mancare più di 2 lezioni (verranno registrate le presenze)

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

Ogni studente è pregato di indicare all'inizio dell'esame se questo è da verbalizzare come "Museologia e museografia" o "Comunicazione museale".

Se il proprio piano di studio lo consente, è possibile sostenere l'esame due volte (ovviamente con diverso programma) con le due titolazioni.

ORARIO DEL CORSO: dal 21 settembre al 7 novembre 2017

Martedì e Giovedì ore 16-17.30 lezioni in aula (1 1/2 ore reali = 2 ore accademiche)

+ martedì 3 ottobre, 17 ottobre, 7 novembre circa 11.00-17.00 tre lezioni esterne al Museo Stibbert a Firenze (ciascuna 6 ore accademiche)

+ giovedì 26 ottobre 16-19 lezione in aula (3 ore reali = 4 ore accademiche)

Ultimo aggiornamento 01/10/2017 19:32