



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

### COMUNICAZIONE MUSEALE

**ANTONELLA GIOLI**

Academic year	2019/20
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*

Il corso dal titolo **Comunicare un museo d'arte** è svolto in collaborazione con il Polo Museale della Toscana - Museo Nazionale di Palazzo Reale di Pisa, museo -partner di quest'anno, e 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/>).

Il corso 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 Palazzo Reale di Pisa 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*.

### Corequisiti

Per gli studenti di Scienze dei Beni Culturali, si consiglia di seguire in parallelo il corso di "Storia del collezionismo e del museo" del loro Corso di laurea.

### Prerequisiti per studi successivi

L'insegnamento è consigliato per chi intende sostenere l'esami di ambito museologico nei Corsi di laurea magistrali.

### 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 e al Museo saranno assolutamente obbligatorie;
- secondo la disponibilità degli operatori del Museo, le visite potrebbero non tenersi nei giorni e nell'orario di lezione.

Al corso collaboreranno: il dott. Fabrizio Vallelonga, direttore del Museo Nazionale di Palazzo Reale, le dott. Caterina Bay e Francesca Pupi del Polo Museale della Toscana e Serena Baldi della Soprintendenza Archeologia, Belle arti e Paesaggio di Pisa; il dott. Davide Musco laureando SAVS e tutor, la dott.ssa Martina Lerda assegnista di ricerca e cultore della materia, la dott.ssa Elena Janniello specializzanda e borsista 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 partner.

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 partner. 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 3 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 verranno indicati durante il corso o potranno essere concordati con il docente)

- 1) *Dal Museum Theatre al Digital Storytelling. Nuove forme della comunicazione museale fra teatro, multimedialità e narrazione*, a cura di Lucia



## UNIVERSITÀ DI PISA

Cataldo, Franco Angeli, Milano 2011

- 2) *Studio azzurro. Musei di narrazione. Percorsi interattivi e affreschi multimediali*, a cura di Studio Azzurro, Silvana Editoriale, Cinisello Balsamo (Milano), 2011
- 3) *Musei: narrare, allestire, comunicare*, a cura di Eloisa Gennaro, Angelo Longo Editore, Ravenna, 2013
- 4) 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>>)
- 5) 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>>)
- 6) 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>>)
- 7) *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>>)
- 8) *Museo Facile. Progetto sperimentale di comunicazione e accessibilità culturale*, a cura di Ivana Bruno, Università di Cassino, Dipartimento di Lettere e Filosofia, 2015
- 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) Nicolette Mandarano, *Musei e media digitali*, Carocci Editore, Roma 2019

### 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.). Per ciascuna museo, lo studente porterà all'esame i prodotti o la documentazione relativi a un aspetto di tale comunicazione (brochure oppure foto di didascalie e pannelli o sito o altro) che ha in particolare analizzato (possono essere 3 aspetti diversi per ogni museo o lo stesso aspetto di 3 musei)-

### 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.

#### MATERIALE DIDATTICO

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

Sono indicati i link da cui scaricare i testi in pdf.

I materiali utilizzati in aula coperti da diritti e copyright (e dunque non diffondibili) NON potranno essere distribuiti agli studenti tramite CD 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

La docente può essere tutor accademico per stage e tirocini presso:

- musei, gallerie, raccolte pubbliche e private;
- MUSEIA-Laboratorio di cultura museale del Dipartimento di Civiltà e Forme del Sapere, in base alle diverse caratteristiche e tempi delle attività e dei progetti in corso (vedi <https://www.cfs.unipi.it/dipartimento/laboratori/museia-laboratorio-di-cultura-museale/> Social: @labMuseia)

### Altri riferimenti web

Vedi piattaforma moodle.

### Note

SU QUESTO INSEGNAMENTO E' MUTUATO QUELLO DI "MUSEOLOGIA E MUSEOGRAFIA" DI SCIENZE DEI BENI CULTURALI - CURRICULUM STORICO-ARTISTICO. Gli studenti possono registrare l'esame con questa titolatura e codice purché abbiano sostenuto prima l'esame di "Storia del collezionismo e del museo".



## UNIVERSITÀ DI PISA

---

L'insegnamento si terrà nella prima parte del 2° semestre da mercoledì 19 febbraio a, presumibilmente, venerdì 10 aprile, con orario mercoledì 16-19 e venerdì 10.15-13.15.

E' necessario **isciversi entro l'inizio del corso, e massimo entro venerdì 21 febbraio** inviando un'email con oggetto "Iscrizione insegnamento "Comunicazione museale" alla dott.ssa Martina Lerda <lerdamartina23@gmail.com>. **Massimo 30 studenti, secondo ordine di iscrizione.**

Per l'impronta seminariale e laboratoriale del corso, sono consentite assenze (compresi ritardi e uscite in anticipo) a massimo 3 lezioni sulle 9 previste, e non alle lezioni che verranno indicate come obbligatorie.

### **COMMISSIONE D'ESAME EFFETTIVA**

prof. Antonella Gioli (presidente), dott. Martina Lerda, dott. Caterina Bay, dott. Michela Malvoti (cultori della materia)

### **COMMISSIONE D'ESAME SUPPLENTE**

prof. Sonia Maffei (presidente), prof. Marco Collareta, prof. Chiara Savettieri

*Ultimo aggiornamento 28/06/2020 14:54*