

ARTE, COMUNICAZIONE E CONSUMO: LEGGERE LE IMMAGINI NELLA SOCIETA' CONTEMPORANEA

RESPONSABILE DEL PROGETTO:

prof. Alessandro Del Puppo – DIBE alessandro.delpuppo@uniud.it

MEMBRI DEL CONSIGLIO DI CORSO:

prof. Alessandro Del Puppo

dott.ssa Giorgia Gastaldon – DIBE giorgia.gastaldon@gmail.com

NATURA DEL PROGETTO

Attività didattica laboratoriale per i ragazzi del II ciclo

Competenze umanistiche

DESTINATARI

Studenti delle scuole secondarie del II ciclo iscritti al IV e/o V anno

OBIETTIVI

Sensibilizzare gli studenti al tema della lettura delle immagini che ci circondano quotidianamente, al fine di avere nei confronti di queste ultime un atteggiamento più consapevole e meno passivo. Fornire strumenti di lettura delle immagini stesse a cavallo tra la storia dell'arte ed i linguaggi dei mass media. Fornire spunti per la comprensione dell'importante ruolo che la Storia dell'Arte può avere oggi all'interno della cosiddetta società dell'immagine.

ESITI DI APPRENDIMENTO (LEARNING OUTCOMES)

Alla fine del percorso qui proposto lo studente avrà sviluppato una maggior consapevolezza nei confronti dei messaggi visivi cui è sottoposto quotidianamente. L'analisi di alcuni fenomeni storici (appartenenti sia alla storia dell'arte che al mondo della cultura popolare) metterà infatti a disposizione dei partecipanti nuovi strumenti di lettura delle immagini della società contemporanea. Il seminario è inoltre pensato come "Laboratorio di maturità": mira cioè a offrire strumenti critici per la stesura di tesi di maturità di ambito storico artistico e con approccio interdisciplinare (storia, letteratura, società).

STRUMENTI E METODI

Incontri interattivi con gli studenti

Strumenti tratti dalle discipline dell'iconologia e iconografia

Elementi di storia della società contemporanea e delle telecomunicazioni

Esercizi di lettura delle immagini (della storia dell'arte, della pubblicità, dei mass media)

Strumenti critici per la ricerca

Strumenti di scrittura di una tesi di maturità

ASPETTI INNOVATIVI

Applicare strumenti della Storia dell'Arte all'interpretazione di immagini contemporanee di ambito non strettamente storico-artistico

Insegnare strategie di lettura delle immagini che ci circondano

FASI

3 lezioni, ciascuna delle quali divisa in

- momenti di interazione con gli studenti (esercizi di lettura delle immagini, indagine sulla differenza delle capacità di lettura prima e dopo aver fornito agli studenti strumenti e strategie d'interpretazione delle immagini stesse)
- pillole di iconologia e iconografia
- brevi lezioni di storia della società
- spunti di storia delle telecomunicazioni e dei linguaggi della telecomunicazione
- verifica finale con esercizi in cui si applicano gli strumenti di cui si è parlato nel corso delle lezioni

Alla fine del ciclo di incontri ci sarà una lezione in cui si illustrano le strategie e le modalità con cui svolgere una ricerca di ambito storico-artistico con un approccio multidisciplinare.

PROGRAMMA

tre incontri, incentrati sulle seguenti tematiche:

- **Leggere le immagini oggi** (2 ore, prof. Alessandro Del Puppo)

Mai come oggi la società in cui viviamo può essere definita una “società dell'immagine”, per la gran quantità di stimoli visivi con cui veniamo continuamente in contatto. Lo scopo di quest'incontro è quindi quello di sensibilizzare gli studenti al tema della lettura delle immagini che ci circondano quotidianamente, al fine di essere, nei loro confronti, osservatori più attenti e meno passivi.

- **Fraintendimenti e dimenticanze** (2 ore, dott.ssa Giorgia Gastaldon)

Attraverso alcuni esempi di lettura iconologica ed iconografica di opere figurative dell'Arte Moderna si cercherà di dimostrare come la mancata conoscenza di alcuni codici linguistici provochi, inevitabilmente, una perdita nella ricezione dei contenuti di una determinata immagine ed il fraintendimento di alcuni messaggi. La presentazione di alcuni esempi di “storia della società” (perché ci si copre la bocca con una mano mentre si sbadiglia, perché ci si toglie il cappello in segno di saluto, e così via) dimostreranno come, invece, siano rimasti nelle consuetudini della cultura occidentale gesti di cui si è dimenticato il senso originario. Questi due percorsi – che verranno svolti con un'intensa partecipazione diretta degli studenti – saranno utili a dimostrare come alcuni strumenti tipici dello studio della storia dell'arte possano essere utili per capire più in profondità la società in cui viviamo.

- **Società delle immagini** (2 ore, dott.ssa Giorgia Gastaldon)

Gli anni Cinquanta e Sessanta del Novecento rappresentano un periodo di rivoluzione per quel che riguarda il mondo delle comunicazioni, attraverso diversi fenomeni come la diffusione del mezzo televisivo (sia per quantità di ore di trasmissioni che per una sempre maggiore capillarità di diffusione degli apparecchi), un notevole aumento dell'uso delle immagini (giornali, cartellonistica pubblicitaria, cinema, ecc.), una sempre maggior diffusione dei mass media. Di fronte a questa, che per l'epoca era una novità, molti intellettuali ebbero modo di formulare delle osservazioni su queste nuove tecnologie che dimostravano una coscienza che oggi, a causa di una sorta di assuefazione, pare in parte mancare, individuando come meccanismi tipici dei linguaggi visivi in analisi fenomeni ancor oggi di grande attualità: la serialità e ridondanza delle immagini, i messaggi nascosti e quasi subliminali contenuti in esse, e così via. La lettura dei fenomeni di un'epoca apparentemente così lontana sarà utile per individuare dei meccanismi presenti anche nei linguaggi visivi odierni.

Gli strumenti di lettura delle immagini, mutuati dallo studio della storia dell'arte o da quello dei linguaggi dei mass media, sono certamente oggi utilizzati, in quantità massiva, proprio nel mondo della pubblicità. Non a caso, infatti, la pubblicità ha sempre stretto un forte legame con il mondo dell'arte contemporanea. Attraverso l'enucleazione di alcuni esempi di casi di collaborazione tra il mondo dell'arte e quello della pubblicità sarà possibile portare lo studente ad applicare in maniera

autonoma tali meccanismi o meccanismi simili alla lettura ed interpretazione del mondo della pubblicità di oggi.

MATERIALI DISPONIBILI

Alla fine del corso verranno resi disponibili i seguenti materiali

- slide del corso
- breve dispensa con le linee guida per la stesura di una tesina di maturità di ambito storico-artistico

PRODOTTI

Nel corso delle lezioni si raccoglieranno le risposte date dagli studenti nelle fasi interattive del corso, per studiare i cambiamenti tra il prima e il dopo l'aver fornito alcuni strumenti di lettura storico-artistica.

Per gli interessati si produrrà una guida su come realizzare una tesina con temi storico-artistici e multidisciplinari

MODALITA' DI VALUTAZIONE DEI PARTECIPANTI, DEL PROGETTO, DELL'ATTUAZIONE

I partecipanti verranno valutati soprattutto per la loro partecipazione più o meno attiva alle attività proposte.

Il progetto e la sua attuazione saranno valutati per mezzo di un questionario di gradimento compilato dagli stessi studenti partecipanti, che sarà utile a migliorare le modalità del corso stesso per eventuali edizioni future.