

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca  
Alta Formazione Artistica e Musicale



**ACCADEMIA DI BELLE ARTI "FIDIA"**  
**STEFANACONI – VIBO VALENTIA**

Teoria e metodo dei massmedia (ABPC65) Docente: prof. Vito Marcelletti  
Il Fascia Trevisani Edoardo

Il settore definisce la fenomenologia dei media nel loro rapporto con i linguaggi artistici e i loro mutamenti sia nel contesto comunicativo sia in quello espressivo. Sono campi di analisi specifica la teoria degli audiovisivi e l'analisi delle strutture linguistiche e comunicazionali connesse all'evoluzione ed alla trasformazione dei mezzi di comunicazione di massa.

Il corso di TEORIA E METODO DEI MASS MEDIA intende tracciare una sintetica mappa dei principali media, esplorando i rapporti tra i diversi ambiti dell'arte e della comunicazione, concentrandosi soprattutto sui New Media e sulla loro rapida evoluzione nell'era della cultura digitale e ipermediale, che ha prodotto una nuova concezione della rappresentazione come ipertesto.

Uno degli aspetti centrali è rappresentato dalla cosiddetta "remediation" (Bolter-Grusin 2005), ovvero la trasformazione, la rielaborazione e l'adattamento dei vecchi media in nuovi. I media si sovrappongono e si completano a vicenda anche grazie all'evoluzione dei supporti e dei dispositivi. Non c'è più una separazione, ad esempio, tra il cinema e la televisione, ma una loro coesistenza all'interno di un sistema complesso e articolato. Insieme ad alcune componenti ontologiche, come il passaggio da analogico a digitale, a cambiare deve essere anche la terminologia.

Corollario di questa analisi sarà l'esigenza di focalizzare l'attenzione sui processi di comunicazione e distribuzione del prodotto-arte definendo i termini di apprendimento e uso a fini artistici delle tecnologie digitali dal video digitale all'applicazione estetica dei nuovi media nelle modalità dell'interattività, dell'immagine virtuale, della comunicazione via rete. A tal fine alcune lezioni verranno svolte attraverso la diretta collaborazione e interazione con differenti attori del mercato editoriale dell'arte e dei mass media: artisti, critici, curatori, editori, giornalisti ecc.

Il corso si prefigge l'obiettivo di soddisfare la necessità di conoscenza delle problematiche tecniche e funzioni comunicative relative dei mezzi oggi a disposizione di chi opera nel mondo dell'arte e contestualmente evidenziare la trasversalità dei linguaggi utilizzabili nella pratica quotidiana come segno di bisogno ed esigenza del comunicare attraverso il principale mezzo attualmente utilizzato: internet.

#### OBIETTIVI FORMATIVI:

Lo studente sarà in grado di conoscere i principali modelli della comunicazione. Lo studente sarà in grado di conoscere la storia e le teorie dei media del Novecento e i principali paradigmi di ricerca sull'influenza dei media nella società. Lo studente sarà in grado di conoscere le principali caratteristiche del fare comunità e della comunicazione in rete. Lo studente conosce e studia le culture digitali, le cyberculture e le culture hacker, approfondendone gli aspetti filosofici e le principali implicazioni artistiche, estetiche, antropologiche, scientifiche, economiche e sociologiche. Lo studente conosce le principali storie e caratteristiche dell'arte dei nuovi media.

#### FASI DEL CORSO

Secondo un approccio socio-semiotico saranno analizzate strategie comunicative attuate da pubblicitari e copywriter mettendole a confronto con i linguaggi visivi dell'avanguardia. Verranno presentate alcune campagne pubblicitarie storiche quali Volkswagen, Benetton, e saranno esaminati oggetti culto quali il jeans ed alcuni case-history riferiti al logo della francese RATP, ai promo attuati dalla network televisivo CNN, e ai manifesti dell'emittente radiofonica pubblica Info France.

Partendo dal libro di Marco Senaldi *Arte e Televisione* verrà tracciata la natura “mediata” del linguaggio televisivo, i suoi tratti distintivi, i suoi punti critici e la sua nuova realtà di ipertelevisione legata ai format dei reality show. Secondo una nuova prospettiva di analisi verranno individuati artisti che hanno lavorato all’interno del sistema televisivo, considerato come medium artistico: da John Cage, Andy Warhol, Nam June Paik, Chris Burden, Bruce Nauman, a Gillian Wearing, Pierre Huyghe, Omer Fast e Christian Jancowski.

Parte laboratoriale. Il corso prevede in itinere una *pars destruens* laboratoriale realizzata insieme agli studenti. Il laboratorio mira allo smontaggio del linguaggio televisivo: immortalando immagini e suoni dal monitor di casa gli studenti giungeranno ad individuare l’estetica veicolata quotidianamente dalla televisione. Il lavoro sarà presentato durante l’anno.

Integrazioni e focus monografico: Editoria e mass media.

L’ambito editoriale dell’arte ha raggiunto un livello di sofisticazione tecnologica e di competitività che non concede spazio all’improvvisazione. Attraverso il confronto tra differenti modalità di gestione dei contenuti (casi di successo e casi assolutamente negativi, sia nell’offerta cartacea che digitale) lo studente dovrà acquisire alcuni “modelli di gestione e organizzazione di contenuto”; elaborare competenze specifiche relative all’interazione tra testi, immagini, fumetti e illustrazioni; definire esempi e progetti di distribuzione multimediale dei contenuti (sito web, applicazioni, codici qr, guide audio/video, sistemi interattivi, interaction design, ecc...).

Infine verranno offerti allo studente tutti gli strumenti utili a produrre l’intera immagine coordinata di un progetto espositivo (brand image, logo, grafiche e allestimenti, didascalie, indicatori sezioni, percorsi, materiale di comunicazione e invito, comunicazioni e ufficio stampa, catalogo, brochure e documentazione, ecc...)

#### ARGOMENTI

Introduzione al Corso. Introduzione al concetto di informazione.

Introduzione al concetto di comunicazione.

Dal gesto al segno. Rapporti tra linguaggio, conoscenza e società.

La comunicazione non verbale. La comunicazione interpersonale.

La comunicazione come sistema relazionale e come rappresentazione. Introduzione all’etnometodologia e alla sociolinguistica.

Spiegazione dei progetti per l’esercitazione.

La comunicazione mediata dal computer. L’identità in rete.

Le comunità virtuali.

Storia della comunicazione: dall’oralità a Internet.

Dai mass media ai new media: caratteristiche e differenze.

Storia dei rapporti tra arte e media. Storia della New Media Art.

Storia della Net Art.

Storia e teorie dei media

La società in rete.

I nuovi movimenti della società in rete. Dal software libero alla libera conoscenza.

Arte di opposizione.

AMBITI DI RICERCA:

1. Comunicazione

a. Radio, telefono, televisione

b. giornali, fotografia, manifesti, pubblicità

2. la stampa

a. Da Gutenberg alla stampa digitale

3. cinema

a. produzione cinematografica

b. generi cinematografici

4. video

a. arte digitale

b. videoarte

c. happening

5. web e social network

- a. world wide web
- b. posta elettronica
- c. chat, mailing list, newsgroup
- f. video sharing
- g. blog
- h. videoclip

Sperimentazione e progettazione di un BLOG:

1. Brief: il blog
2. tipologie e strategie di comunicazione
3. template, thread
4. piattaforme
5. pubblicazione e vita di un blog

Testi TEORIA E METODO DEI MASS MEDIA

Libro di testo

Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi

J.D. Bolter / R. Grusin

Alfanet

<http://www.amazon.it/Remediation-Competizione-integrazione-media-vecchi/dp/8883354745>

Dispense

- I nuovi strumenti del comunicare [pdf]

- Linguistica e Semiotica. Parti seguenti:

La linguistica (58-67)

I percorsi della semiotica (83-86 fino alla nota 113)

La ricerca degli elementi costitutivi (146 - fino alla fine)