

ISTITUTO SUPERIORE INDUSTRIE ARTISTICHE - FAENZA

anno accademico	2018-2019
nome dell'insegnamento	STORIA E CULTURA DELLA COMUNICAZIONE
docente	Prof.ssa Giuseppina Petruzzelli
tipologia dell'attività formativa	di base
settore scientifico disciplinare	ISSC/02
anno di corso	I
Livello	II
Semestre/Annuale	Semestrale
CFA	6
totale ore insegnamento	75

Nome del docente e breve curriculum

Giuseppina Petruzzelli è docente di ruolo di Storia dell'arte e docente incaricata di Estetica delle arti visive all'Accademia di Belle Arti di Bari dove è anche docente coordinatrice Erasmus e Bologna Process. È docente incaricata di Storia e cultura della comunicazione all'ISIA di Faenza.

Principali interessi di ricerca sono la relazione fra le scritture degli artisti e le loro opere e il rapporto fra il Contemporaneo e il Moderno. Presso l'Università di Bari si è laureata sia Lettere sia in Filosofia e vi ha conseguito il dottorato di ricerca. Ha ottenuto un diploma di perfezionamento in Didattica museale dall'Università di Roma 3 e un D.E.A. in Lettere dall'Università di Ginevra. È stata borsista della Fondazione Cini di Venezia, dell'Istituto Banfi di Reggio Emilia, del Centro Internazionale di Studi di Architettura Palladio di Vicenza, dell'Istituto Italiano per gli Studi Filosofici di Napoli, dell'Istituto di Ricerca su Canova e il Neoclassicismo di Bassano del Grappa. Ha collaborato come docente a contratto in corsi di laurea dell'Università di Bari (corso di laurea specialistica in Comunicazione e Multimedialità con l'insegnamento di Arte e comunicazione figurativa, LART/03) e master post-laurea; partecipa come relatrice in convegni in Italia e all'estero. Alla saggistica associa la militanza critica. È giornalista pubblicista, iscritta all'Albo dei Giornalisti della Puglia.

Indirizzo di posta elettronica: petruzzelli_giuseppina@isiafaenza.it

Obiettivi formativi

Il corso si propone di illustrare lo sviluppo storico dei fenomeni comunicativi, considerandone gli aspetti relativi allo sviluppo delle tecniche e dei linguaggi, visivi e multimediali. La finalità e/o la potenzialità comunicativa si evidenzierà sia per i livelli cosiddetti "alti" della produzione culturale, sia per i livelli più bassi: a fronte di tale finalità si farà comprendere come la comunicazione avvenga non solo tramite l'oggetto, ma anche tramite l'immagine dell'oggetto, immagine che, pur con illustri precedenti storici, soprattutto dalla seconda metà del Novecento diviene icona mediatica. Opere e testi presi in considerazione, quali casi esemplificativi del design della comunicazione, saranno analizzati come prodotto del complesso sistema di fattori sociali, economici e culturali, che caratterizzano la produzione della società pre-industriale, industriale e postindustriale.

Contenuto del corso

La storia della comunicazione - dall'oralità alla chirografia alla tipografia all'elettronica - con l'attraversamento dei vari media, sia scritti sia visuali; il rapporto nel tempo fra immagine e scrittura; il linguaggio e l'uso delle immagini fra tradizione e contemporaneità: dall'immagine fisica all'immagine digitale, dall'immagine colta all'immagine popolare, dall'immagine della storia dell'arte all'immagine della comunicazione di massa. La funzione semiofora dell'immagine, quale portatrice di segni e di sensi anche in relazione al discorso che le è sotteso. Il ruolo di alcuni fondamentali prodotti culturali nello sviluppo storico: i carmina figurata greci e latini, i codici miniati, i libri a stampa, le mappe della terra e del cielo, geroglifici e imprese, *l'Iconologia* di Cesare Ripa con i numerosi precedenti ed epigoni nel rapporto retorico testo-immagine, la comunicazione tecnico-scientifica e le sue rappresentazioni, la forma comunicativa del sapere nell'*Encyclopédie*, il ruolo del giornale per lo sviluppo della grafica editoriale e pubblicitaria, la cartellonistica, la fotografia, il cinema, la poesia visiva, la comunicazione radio-televisiva, l'evoluzione digitale. Gli aspetti cognitivi e psicologici delle diverse forme della comunicazione verbo-visiva.

Testi di riferimento obbligatori ai fini dell'esame

Z. CIUFFOLETTI, E. TABASSO, *Breve storia sociale della comunicazione*, Carocci 2007.
C. BRANZAGLIA, *Comunicare con le immagini*, B. Mondadori 2011.

Webgrafia

Fonti visuali sul web, siti specializzati, archivi delle immagini, progetti di ricerca on-line saranno indicati durante il corso e costituiranno parte essenziale nel reperimento dei contenuti.

Metodi didattici

Alle lezioni frontali, con l'utilizzo di immagini proiettate, si affiancheranno esercitazioni di didattica assistita in cui si abiliteranno gli studenti alla lettura storico-critica di immagini e testi, considerati nelle loro valenze comunicative (valenze lette con metodo formalistico e iconologico) e quali prodotti socio-culturali.

Modalità della verifica del profitto

Durante lo svolgimento del corso gli studenti potranno esporre in aula approfondimenti individuali, che concorreranno alla loro valutazione. Al termine del corso l'esame finale verterà sull'analisi di prodotti simbolo per la loro funzione comunicativa, del presente e del passato, tra quelli illustrati durante le lezioni frontali e le esercitazioni ed i prodotti a scelta dello studente, alla luce dello studio dei contenuti appresi dai testi indicati in bibliografia e webgrafia. Lo studente potrà presentare in seduta d'esame un proprio elaborato sotto forma digitale, concordato preventivamente con la docente.

Orario delle lezioni:

Lunedì h. 14-17,40

Orario di ricevimento

La docente sarà a disposizione degli studenti per colloqui individuali e di gruppo prima e dopo le lezioni ed in altro orario da concordare. Ogni quesito degli studenti troverà risposta via mail. Una pagina social/gruppo chiuso consentirà di riversarvi e rendere disponibili agli studenti tutti i materiali del corso.

Tags del corso

Geroglifico, carne figurato, iconologia, impresa, emblema, impresa, enciclopedia, mappa, poesia visiva, iconema, metaimmagini, fototesti.