



## TID – TAVOLO DI INNOVAZIONE DIDATTICA

SCHEDA DI PROPOSTA

PER L'ATTIVAZIONE DI UN PROGETTO DI INNOVAZIONE DIDATTICA SCUOLA- UNIVERSITA' PID-SU 2015 –  
2016

### **PID-SU Nr 13**

---

PROGETTO PID DI AREA: Umanistica

TITOLO: **Arte, comunicazione e consumo: leggere le immagini nella società contemporanea**

NOME DEL RESPONSABILE: **Alessandro Del Puppo**

TIPO DI CORSO:

- **Attività didattica laboratoriale per ragazzi del II Ciclo**
- **Diffusione culturale**

STRUTTURA PROPONENTE: TID

DURATA: 6 ore

#### OBIETTIVI

Sensibilizzare gli studenti al tema della lettura delle immagini, 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 e i linguaggi dei mass media. Preparare gli studenti alla redazione di una tesi di maturità di carattere interdisciplinare nel settore della storia dell'arte del Novecento

REQUISITI DEI PARTECIPANTI: Studenti delle scuole secondarie di II grado

NUMERO MASSIMO DEI PARTECIPANTI 3 classi per volta

SEDE DELLE ATTIVITA': Università degli Studi di Udine

COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI CORSO Alessandro Del Puppo, Giorgia Gastaldon

#### ESITI / PRODOTTI / PROFILO PROFESSIONALE FORMATO

Alla fine del percorso qui proposto lo studente avrà sviluppato una maggior consapevolezza nei confronti dei messaggi visivi. 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 Laboratorio di maturità offrirà strumenti per la redazione della tesi di maturità.

RISORSE DI PERSONALE assegnista di ricerca Giorgia Gastaldon

La SEGRETERIA CORSISTI (procedure amministrative relative ai corsisti, rilascio del titolo finale e archiviazione atti, gestione generale del capitolo di spesa relativo al Corso) è curata dal TID (e-mail tid@uniud.it).

La SEGRETERIA di SUPPORTO TECNICO-CONTABILE sarà individuata all'attivazione (indicare eventuali proposte).

La SEGRETERIA DIDATTICA e di DIREZIONE (supporto organizzativo per lo svolgimento delle attività) sarà curata dal TID



## PROGRAMMA

Il progetto è finalizzato alla sensibilizzazione degli studenti al tema della lettura delle immagini che li circondano quotidianamente, al fine di avere nei confronti di queste ultime un atteggiamento più consapevole e meno passivo; il progetto coinvolge l'Università degli Studi di Udine ed il Dipartimento di Storia e Tutela dei Beni Culturali.

Il progetto ha come premessa la constatazione di come oggi la società contemporanea sia di fatto sempre più una "società dell'immagine e delle immagini". Talvolta, però, non si ha una totale consapevolezza di ciò: le immagini sono infatti spesso fruite in maniera completamente passiva e non vengono utilizzati al massimo delle loro potenzialità quegli strumenti che si hanno a disposizione per "smontare" queste immagini nei molteplici, e spesso nascosti, messaggi di cui si fanno portatrici.

Una serie di incontri interattivi con gli studenti delle classi del IV e/o V anno delle scuole secondarie di secondo livello, incentrati su tematiche a cavallo tra la storia dell'arte e la storia dei mass media, sarà utile per concentrare l'attenzione dei ragazzi sull'esistenza di codici e strumenti di lettura fondamentali per interpretare le immagini, siano esse ascrivibili alla cosiddetta "cultura alta" (opere d'arte) o a quella "bassa" (grafica, pubblicità, linguaggi della televisione, e così via).

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).

I contenuti del corso potranno in particolare essere sfruttati per la redazione di lavori su argomenti quali, per fare alcuni esempi:

1. la rappresentazione della guerra e della distruzione nei grandi conflitti novecenteschi: dalla prima guerra mondiale al crollo del World Trade Center;
2. L'iconografia del benessere: come la pittura del Novecento, e in particolar modo la Pop art, ha raccontato l'emergere della classe media e dei suoi consumi simbolici.
3. Narrazione e finzione: come l'esperienza artistica racconta la società contemporanea

Nello specifico il progetto sarà strutturato in tre incontri, incentrati sulle seguenti tematiche:

### - FRAINTENDIMENTI E DIMENTICANZE (2 ore)

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)

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.

### - ARTE E PUBBLICITÀ (2 ore)

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.

