

# —Syllabus

Dipartimento di Progettazione e Arti Applicate DAPL08— Diploma Accademico di Primo livello in Nuove Tecnologie dell'Arte corso in **Nuove Tecnologie dell'Arte**

## **Comunicazione multimediale per il web**

**Codice ABST 45 — 60 ore 8 CFA** a.a. 2024-2025

**Professoressa Martina Tolaro** a contratto

**Posta elettronica istituzionale (PEO):** [martinatolaro@abacatania.it](mailto:martinatolaro@abacatania.it)

**Orario di ricevimento** ogni lunedì ore 17:00 (previa prenotazione tramite PEO)

**Sede:** Microsoft Teams gruppo Comunicazione multimediale per il web. Codice Teams: mjhs6u2

## **Cultore della materia —**

**Obiettivi formativi** Il corso ha l'obiettivo di far comprendere la comunicazione digitale nelle sue varie e ibride sfaccettature: dagli aspetti di marketing attraverso lo studio della *digital strategy*, agli aspetti umanistici con lo *storytelling*; dagli aspetti semantici come la SEO agli aspetti informatici come l'analisi dei dati. Si tenterà inoltre di rendere consapevoli gli studenti delle insidie come anche delle potenzialità della comunicazione sul web, insegnando loro a riconoscere i principali fenomeni di disinformazione (*fake news*, *click baiting* e bolle di filtraggio), nonché gli strumenti per una comunicazione di qualità. Si studieranno le basi della multimedialità e dunque il dialogo tra i vari canali e mezzi di comunicazione che concorrono al comune obiettivo della promozione. Infine si accenneranno le tendenze dettate dalla crossmedialità per una comunicazione digitale sempre più partecipativa e vicina al reale.

## **— Modalità di svolgimento dell'insegnamento**

semestre: I dalla VII settimana (60 ore) il lunedì, martedì e mercoledì.

Le lezioni inizieranno con **un primo percorso storico-teorico** volto a conoscere l'*habitat* operativo dei professionisti della comunicazione digitale e multimediale: il web. Dunque si comprenderà l'avvento della cosiddetta "rivoluzione digitale" come *continuum* degli strumenti mediatici già esistenti in precedenza e delle conseguenze della società e della cultura di massa. Si analizzeranno poi le principali professioni che riguardano la comunicazione digitale oggi e come esse operano divergendosi tra loro. Si passerà poi a **un secondo percorso tecnico-teorico** dedicato all'apprendimento dei fenomeni di disinformazione e di cattiva comunicazione nonché della *digital*

*attitude* per costruire un ecosistema digitale di qualità. Si osserveranno inoltre le operazioni necessarie per costruire una *digital strategy* di comunicazione per l'impresa culturale. Le lezioni saranno corredate da *slide*.

– **Esercitazioni e revisioni** È previsto un **test intermedio durante il corso**, necessario per poter valutare l'apprendimento dello studente. Esso riguarderà il percorso storico-teorico e il percorso teorico-tecnico, e sarà composto da *item* a risposta multipla e a risposta aperta.

– **Elaborato finale** Non è previsto nessun elaborato finale.

– **Modalità d'esame** L'esame sarà orale e verterà sulla valutazione della conoscenza del percorso didattico tecnico-teorico. Per poter sostenere l'esame è necessario aver partecipato al test intermedio. Lo studente che non potrà sostenere il test intermedio dovrà prepararsi sull'intero programma didattico (storico-teorico e tecnico-teorico).

– **Prerequisiti richiesti** Per alcune lezioni – che verranno segnalate in anticipo dalla docente – sarà richiesto l'utilizzo di un pc o di un *tablet* o di un *mobile*.

– **Frequenza lezioni** La frequenza è obbligatoria, non inferiore al 50% della totalità della didattica frontale come previsto da palinsesto, con esclusione dello studio individuale come da Art.10 del DPR n. 212 del 8 luglio 2005.

– **Contenuti e programmazione del corso**

1. Cenni sulla società di massa
2. Il processo di comunicazione dei *mass media*
3. Gli esordi del web
4. Infosfera e blogosfera
5. Nascita dei *social media*
6. L'auto-comunicazione di massa
7. Le insidie del web: *fake news*, *click baiting*, bolle di filtraggio
8. La *digital attitude*: una proposta positiva di comunicazione per il web
9. Il principio EAT (*Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness*), ossia come creare contenuti di qualità
10. Indicizzazione: la semantica SEO
11. Dal multimediale al crossmediale
12. Strumenti e tecniche di *digital strategy*
13. *Storytelling* digitale

## **– Testi di riferimento obbligatori**

Percorso storico-teorico:

Giulia Rossi - Francesco Tisconi, *Social Network. Comunicazione e marketing*, Maggioli Editore, 2022 (alcuni capitoli segnalati dalla docente durante le lezioni);

Mario Ricciardi, *Comunico. Linguaggi, immagini, algoritmi*, Tab Edizioni, 2021 (alcuni capitoli segnalati dalla docente durante le lezioni).

Percorso tecnico-teorico:

il già citato Giulia Rossi - Francesco Tisconi, *Social Network. Comunicazione e marketing*, Maggioli Editore, 2022 (tutto l'intero libro).

**– Altro materiale didattico** Dispense erogate dalla docente tramite Microsoft Teams gruppo Comunicazione multimediale per il web. Codice Teams: mjhs6u2

**– Strumenti per studenti con disabilità e/o DSA** Gli studenti con disabilità e/o DSA (Disturbi Specifici dell'Apprendimento) sono supportati da professori e da tutor didattici (se assegnati) attraverso la consulenza con il CInAP (Centro per l'integrazione Attiva e Partecipata). Gli studenti possono, mediante PEO (e-mail istituzionale) o eventualmente anche attraverso i tutor, chiedere al professore del corso un colloquio in modo da concordare obiettivi didattici ed eventuali strumenti compensativi e/o dispensativi, in base alle specifiche esigenze. Tale colloquio sarebbe opportuno che avvenisse prima dell'avvio delle lezioni e comunque non oltre la prima settimana di corso. Per rivolgersi direttamente al CInAP è possibile utilizzare la mail istituzionale [cinap@abacatania.it](mailto:cinap@abacatania.it)

**– Nota di trasparenza** Il seguente Syllabus è l'unico documento a cui gli studenti possono fare riferimento per la fruizione e il conseguimento della disciplina nell'a.a. in oggetto, non saranno pubblicati né presi in considerazione altri programmi didattici. Le informazioni inserite nel presente documento, con particolare attenzione alle caratteristiche delle esercitazioni intermedie, degli elaborati finali e dei testi di riferimento obbligatori, non potranno essere modificate dopo l'avvio della disciplina in oggetto. Tutto ciò che non è specificatamente descritto in questo Syllabus e/o effettivamente svolto a lezione non potrà essere chiesto in fase di esame.

# Calendario revisioni

**Professoressa Martina Tolaro a.a. 2023-2024 – Obiettivo degli incontri** Gli incontri sono volti a guidare lo studente alla corretta assimilazione del materiale didattico.

– **Modalità di svolgimento** Disciplina: Comunicazione multimediale per il web (ABST 45). Orario di revisione: ogni lunedì ore 17:00. Sede: Microsoft Teams gruppo Comunicazione multimediale per il web. Codice Teams: mjhs6u2

## — Profilo professore

### – Profilo biografico

Giornalista pubblicista iscritta all'Ordine Nazionale dei Giornalisti Regione Sicilia, nonché *editor* e *art curator*. Cronista e giornalista culturale con formazione umanistica, si interessa da anni al movimento “Giornalismo Costruttivo” volto a un’informazione meno sensazionalistica e centrata sulle soluzioni. Lotta contro la disinformazione, promuovendo un tipo di giornalismo che faccia di ogni cittadino non un consumatore di notizie ma un attore del miglioramento sociale e culturale. Crede nel *debunking*, nel *data analytics* e in tutte quelle strategie atte a costruire una comunicazione digitale di qualità. Scrive per La Sicilia e il Quotidiano di Sicilia.