

$$\frac{A10}{71}$$



# Arte media e comunicazione

Atti del Convegno  
Gaeta, 20–21 giugno 2003

a cura di Ilaria Pagani

*Contributi di*

Raffaella Iscra, Pia Grazia Celozzi Baldelli, Elena Baldassarri,  
Roberta Fidanzia, Angelo Gambella, Cinzia Pierantonelli,  
Anthony Reale, Carolina Facioni, Raffaella Leproni, Annibale  
Vasile, Marinella Rocca Longo, Enrico Baraldini.



Copyright © MMIV  
ARACNE editrice S.r.l.

[www.aracneeditrice.it](http://www.aracneeditrice.it)  
[info@aracneeditrice.it](mailto:info@aracneeditrice.it)

via Raffaele Garofalo, 133 a/b  
00173 Roma  
(06) 93781065

ISBN 88-7999-695-9

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,  
di riproduzione e di adattamento anche parziale,  
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie  
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: marzo 2004

*A Brunella e Silvana*

*"Ma prima di tutto s'ha da stare attenti  
che non ci succeda un guaio.  
- che guaio? domandai.  
- Questo, disse: che non diventiamo  
misologi come si diventa misantropi.  
Perché non può capitare a uno peggior  
guaio di questo, che gli vengano in odio  
i ragionamenti".*

*Platone  
Fedone*

## Ringraziamenti

Maria Pia Alois, Assessore alla Cultura Comune di Gaeta

Regione Lazio

Parco Regionale del Monte Orlando

Biblioteca dell'Istituto Nazionale di Archeologia e Storia dell'Arte

Master in Storia e Storiografia Multimediale Università Roma Tre

Asiciao: Francesco Antonelli e Pierpaolo Terranova

Dott. Marco Guarracino Università di Roma Tre

Dott.ssa Deborah Fogliani

## **Comunicazione e nuovi media.**

### **Note introduttive**

La comunicazione è il riconoscimento della distanza che esiste tra due persone, di uno spazio che va superato per trasmettere un pensiero. Per costruire questa relazione occorre gettare un ponte per collegare i vari settori di esperienza di chi si occupa di comunicazione. Questa l'idea su cui si è costruito il convegno "Arte Media e Comunicazione" (Gaeta 20/21 giugno 2003). In questa raccolta sono appunto presentate le relazioni tenute sui temi della comunicazione, in rapporto sia ai media tradizionali che a quelli più innovativi. All'inizio del volume Raffaella Iscra analizza i meccanismi attraverso i quali avviene ogni forma di comunicazione, i suoi mezzi e i suoi modi. Il passo successivo è stato indagare come da diversi settori di provenienza professionale sia possibile procedere ad un'analisi di specifici problemi legati alla comunicazione. La ricerca universitaria nel settore degli studi storici, per esempio, ha iniziato da alcuni anni ad interrogarsi sulle possibili applicazioni delle nuove tecnologie multimediali nel campo della ricerca (contributo di Elena Baldassarri), dello studio, ma anche della divulgazione storica, senza dimenticare gli aspetti di impegno civile che questo comporta (di questo problema in particolare si è occupata Pia Celozzi Baldelli).

Un'esperienza applicativa sui nuovi sistemi di comunicazione on-line dei risultati delle ricerche storiche viene presentata da Angelo Gambella e Roberta Fidanzia, curatori della rivista telematica [storiadelmondo.com](http://storiadelmondo.com).

Un altro possibile campo applicativo che coinvolge insieme ricerca storica, vecchi e nuovi media della comunicazione, è quello turistico su cui riferiscono le analisi di Cinzia Pierantonelli ed Anthony Reale.

Carolina Facioni invece utilizza i risultati delle indagini Istat per puntualizzare i modi di fruizione culturale a seconda del genere.

Ma la comunicazione è primariamente qualcosa che riguarda il linguaggio verbale, la lingua parlata: questa va insegnata attraverso strategie precise e con sistemi innovativi (contributo di Raffaella Leproni). Ad un secondo livello la comunicazione verbale e scritta deve far passare i contenuti del ragionamento da una cultura all'altra, quindi tra codici diversi, un aspetto questo che viene approfondito

prima nel settore linguistico e quindi da Annibale Vasile per il giornalismo, con particolare riguardo all'esperienza del corrispondente dall'estero. Le ultime riflessioni riguardano due espressioni artistiche, il teatro e le arti figurative. Marinella Rocca Longo esamina il teatro elisabettiano quale mezzo di comunicazione di massa; esso era nella sua epoca medium per eccellenza, come oggi la tv, come si avvia ormai ad essere internet. Il teatro riusciva a superare i limiti dell'analfabetismo e delle censure. Quindi in chiusura si propone una riflessione su alcune immagini tra le più conosciute della storia dell'arte occidentale, per mostrare come la figurazione artistica sia usata da sempre per arrivare a comunicare un messaggio in maniera evidente e immediata, qualcosa di simile all'odierno marketing politico. Il rapporto tra arte e comunicazione politica e ideologica è quindi da sempre molto stretto, dai programmi augustei resi manifesti nei rilievi della Ara Pacis, al sabotaggio del politicamente corretto secondo la recente definizione di Roger Kimball che, in "The rape of the Masters. How political correctness sabotages Art", ha sottolineato come la lettura critica delle opere d'arte sia spesso ostaggio della cultura dominante.

Ilaria Pagani



## INDICE

<i>Comunicazione</i> di Raffaella Iscra.....	1
<i>La multimedialità come mezzo didattico e di comunicazione per una cittadinanza attiva</i> di Pia Grazia Celozzi Baldelli.....	7
<i>Comunicare la memoria: la storia del territorio on-line</i> di Elena Baldassarri.....	17
<i>Studi storici in rete: esperienze progettuali e nuove iniziative</i> di Roberta Fidanzia e Angelo Gambella .....	28
<i>Comunicare il Turismo, valorizzare il territorio. Nuovi metodi di insegnamento e informazione</i> di Cinzia Pierantonelli.....	38
<i>La realtà turistica e la multimedialità</i> di Anthony Reale.....	45
<i>Vecchie e nuove frontiere della differenza. Il genere tra lettura e nuove tecnologie</i> di Carolina Facioni.....	61
<i>Le nuove metodologie comunicative nell'insegnamento della lingua straniera</i> di Raffaella Leproni.....	73
<i>Corrispondente e inviato: comunicare una cultura altra</i> di Annibale Vasile.....	84
<i>Il Teatro come forma di comunicazione</i> di Marinella Rocca Longo.....	91
<i>Comunicazione visiva: arti figurative e comunicazione di massa</i> di Ilaria Pagani.....	97
Il Parco Regionale Urbano di Monte Orlando Scheda di Enrico Baraldini.....	112



## Comunicazione

Raffaella Iscra

“Comunicare” è una parola molto in voga oggi. Negli ultimi anni pare sia venuta a nuova luce, rinata dalle sue ceneri, riscoperta nella sua essenza. Come se all’improvviso il mondo avesse risolto tutti i suoi problemi grazie alla comunicazione. Una sorta di “scoperta dell’acqua calda”. C’è sempre stata, ma mai Le si era dato un ruolo così rilevante nella gestione dei rapporti. Sia che essi siano di natura professionale che di natura personale.

E così... viaaa.... Sono spuntati come funghi uffici ed esperti di comunicazione, corsi di laurea in comunicazione, studi sulla comunicazione, siti sulla comunicazione e chi più ne ha più ne metta. Ma prima?... Lo so sembra pazzesco, ma la verità è... che l’essere umano ha sempre comunicato, dalla notte dei tempi.

Comunicare viene dal latino communis, cioè mettere a parte altri di un qualcosa. Ovvero condividere il proprio pensiero, la propria esperienza con altre persone.

Bene, se ci soffermiamo un attimo ci accorgiamo che questo concetto sta alla base della società e che ne è una caratteristica imprescindibile. Quindi... noi comunichiamo sempre e comunque. E non solo a parole.

### **Le vie della comunicazione.**

Ma vediamo quali sono le vie della comunicazione. La prima via è quella che tutti conosciamo: parlare, trasmettere ad altri un’informazione tramite la parola. Una specie di viaggio d’andata del messaggio.

La seconda via è sempre nota a tutti, ma spesso e volentieri passa in sordina e non ci si pensa...: ascoltare, recepire da altri un messaggio. Questa volta la possiamo leggere come il viaggio di ritorno del messaggio. Ed è solo alla fine di questo secondo momento che la comunicazione è avvenuta ed è stata completata.

Comunicare, infatti, è in realtà la sommatoria delle due vie e non solo l’andata! E delle due vie la più rilevante è la seconda, quella del ritorno. E’ nel cosiddetto feedback il cuore della comunicazione, l’elemento caratterizzante l’efficacia o meno del processo di comunicazione.

*No ritorno= no comunicazione.*

*Ritorno differente da quello previsto = comunicazione sbagliata.*

E' solo in questo secondo momento che si determina se il messaggio è passato. Non basta inviarlo, bisogna che qualcuno lo recepisca così come voluto in origine!

### **Come comunichiamo**

Comunicare a due vie, ma in che modo? Oltre all'uso delle parole come trasferiamo questo messaggio? Se analizzassimo la comunicazione vedremmo che è composta da una parte verbale, cioè dal contenuto delle parole. Ovvio, ma...udite udite, questa fetta rappresenta solo il 7% della comunicazione stessa.

Molto più rilevante (con ben il 33%) è la componente vocale della comunicazione. E quindi il tono della voce, alto o basso, triste o allegro... Il modo d'esprimersi, lo stile che caratterizza il parlar "forbito" dal parlar "volgare". Attenzione, lo stile è determinante per esempio, per mettere a proprio agio l'interlocutore... o viceversa metterlo in difficoltà!

Infine non dimentichiamo la grossissima fetta (60%) della componente non verbale. Ovvero il linguaggio corporale, la propria immagine, quello che traspare da noi al di là delle parole. E' il primo elemento che balza agli occhi del nostro interlocutore, è il biglietto da visita del nostro messaggio. Quante volte ci capita di valutare in anticipo..."che aria tira"...dalla mimica facciale, dall'aspetto, dall'insieme della persona che sta per parlare!

### **I modi di comunicare**

Soffermiamoci un momento ora e vediamo quali modi comunicare utilizziamo correntemente per "impacchettare" il contenuto del nostro messaggio.

La voce, il suo peso nella comunicazione è facilmente riconoscibile quando siamo al telefono. Ecco che osserviamo il linguaggio utilizzato, il tono, il volume.

Il corpo e l'interpretazione che dà al messaggio, come quando osserviamo due persone da lontano e pur non sentendo ci facciamo un'idea di quello che accade. O ancor meglio quando vediamo delle scene di un film in una lingua sconosciuta.... tutto sommato, se

togliamo il volume, il senso lo afferriamo!

La persona nella sua interezza, perché si comunica con tutto il nostro essere, non solo con le parole. L'atteggiamento è importante e distintivo, come anche lo stile di vita.... Quanto è vera la massima "l'abito non fa' il monaco", quando noi ci facciamo influenzare dall'aspetto del nostro interlocutore!

Spesso non ci pensiamo o non teniamo in considerazione tutt'e tre i tipi di comunicazione, fossilizzando i nostri sforzi su quel piccolo 7% legato al contenuto. E ci perdiamo tutto il resto...

### **I mezzi della comunicazione.**

Comunicare quindi è un'attività complessa che si avvale di molti mezzi di comunicazione. Vediamoli seguendo una sorta di excursus storico!

Il primo è facile, è il linguaggio. Alla base delle prime comunicazioni (che ricordo essere un'attività sociale) vi è la necessità di attribuire ai suoni un valore ed un significato, venendo a creare l'alfabeto fonetico. Un percorso che si ripete all'infinito e che ogni essere umano riproduce quando nasce per comunicare con chi lo circonda.

Poi è arrivato il disegno, ovvero attribuire ad ogni suono un'immagine identificabile in realtà sfruttando la medesima percezione visiva. Ed anche questo lo fanno i bambini!

Da qui alla scrittura il passo è breve. In fin dei conti le lettere non sono altro che dei disegni convenzionali che rappresentano suoni. La loro sequenza riproduce immagini presenti nella realtà che ci circonda. Ed ecco che siamo alle elementari!

Comunicare per l'essere umano è così naturale che in breve le immagini ed i suoni si sono fusi nelle arti figurate e nel teatro, arrivando ad utilizzare in modo appropriato la comunicazione non verbale...

Oggi i mezzi di comunicazione si sono evoluti e ad essi si è aggiunta la tecnologia. Grazie alla tecnologia i mezzi di comunicazione sono più "potenti" e ci consentono un maggior raggio d'azione con un minimo sforzo. Si pensi al telefono, alla televisione ed ad Internet. Si tratta sempre di utilizzare la voce, le immagini e la scrittura, ma lo strumento tecnologico ne consente una maggiore diffusione, più rapida e più estesa alla popolazione. In particolare con l'avvento dell'apparecchio televisivo, coincidente con il boom economico del dopoguerra in Italia, si ha un'accelerazione della comunicazione ed

un'espansione. Nasce la comunicazione di massa.

### **Scopo della comunicazione**

Quali gli obiettivi della comunicazione? Qual è lo scopo ultimo del comunicare? Fondamentalmente due sono gli obiettivi, legati alle due vie di comunicazione (andata e ritorno): dare e ricevere. Pensiamo alla realtà quotidiana.

Il primo scopo è quello di trasferire la conoscenza. L'obiettivo è che l'interlocutore abbia ricevuto le informazioni contenute nel messaggio. Le azioni successive sono a discrezione di chi ha ricevuto il messaggio. Esempio di tale comunicazione è l'insegnamento o l'educazione. In entrambe i casi l'obiettivo della comunicazione è trasferire la cultura e lo stile di vita alla generazione successiva.

Viceversa il secondo obiettivo è ottenere un comportamento specifico, a prescindere dal messaggio. Non è rilevante in questo caso il contenuto del messaggio, ma l'azione che ne consegue. Un esempio eclatante è la vendita. Il venditore punta ad ottenere l'azione dell'acquisto, il contenuto del messaggio è strumentale all'obiettivo. Pensate solo al cliente a cui si rivolge il venditore. Per ogni tipologia di persona verrà applicata una strategia differente ed un diverso messaggio. Ciò che accomunerà tutti sarà l'azione dell'acquisto, non le motivazioni. Un altro esempio si ha in politica. La comunicazione viene fatta con contenuti diversi ma l'obiettivo di tutti è coinvolgere, mobilitare, far sì che il cittadino voti!

### **Componenti della comunicazione**

Una volta analizzato e compreso il modo di comunicare, i mezzi e lo scopo, rimane un ultimo quesito che attanaglia e divide tutti gli "addetti ai lavori" nel mondo della comunicazione. Di cosa si compone la comunicazione? La comunicazione è fatta di talento e tecnica, ma quale delle due è più rilevante e perché? Se si ha un gran talento da comunicatore, le tecniche non servono e viceversa se ci si prepara molto si può sopperire al talento? No, nessuna delle due componenti può evitare l'altra. La compresenza è fondamentale, ma vediamo come e in che misura. Se consideriamo un'ottima comunicazione pari a 100, vedremo che la tecnica ne rappresenta il

20% ed il talento l' 80%. Questo significa che se si studia molto e si applica un'ottima tecnica, ma manca il talento, si potrà ottenere una comunicazione efficace al 20%. Se il talento è discreto si arriverà al 60% delle potenzialità, ma mai al 100%. Viceversa se si ha un ottimo talento, ma non ci si avvale di tecnica .... beh ..... l'efficacia sarà al massimo pari all' 80%. Quindi ambedue, tecnica e talento sono importanti, sebbene la presenza di talento dia molte più chance di successo alla comunicazione.

### **Conclusioni**

Comunicare è un'attività naturale, che accomuna tutti gli esseri umani. Al tempo stesso la sua potenzialità è assolutamente superiore all'utilizzo che ne viene fatto.

Chi lavora nel settore, soprattutto alla fine del secolo scorso, ha imparato a conoscere le vie, i modi, i mezzi e le componenti della comunicazione e a sfruttare al meglio questa potenzialità. L'avvento dei supporti tecnologici e la comunicazione di massa hanno dato un'iniezione di accelerazione in tal senso ed oggi più che mai si ha molta cura ed attenzione per la comunicazione.

L'efficienza del professionista della comunicazione è assolutamente migliorata.

Ma l'efficacia? Il famoso 100%? Questa è la nota dolente del settore. In modo inversamente proporzionale più aumenta l'efficienza e più diminuisce l'efficacia della comunicazione. I professionisti preparati ed efficienti stanno aumentando a dismisura, fino a saturare il settore stesso, ma di professionisti efficaci ce ne sono sempre di meno in proporzione! Pochi sono gli esperti che hanno la marcia in più del talento. E purtroppo per quanto in voga possa essere il settore e per quanti sforzi formativi si facciano... il talento non si può insegnare né apprendere. O si ha o no.

Questo rende ancor oggi la comunicazione una forma d'arte, dove il talento fa la differenza e chi ne ha fa da guida per tutti gli altri.

Pensate alla pittura per esempio. Tutti possiamo fare un corso di pittura ad acquerelli, ma quanti di noi saranno in grado di dipingere dei bei quadri e quanti diverranno pittori? Ed ancora quanti saranno famosi?

Nessuna scoperta dell'acqua calda, solo un po' più di attenzione ai particolari. In fin dei conti questa propensione al particolare caratterizza il passaggio del secolo in tutti i campi.

Anche per la comunicazione è così.

Alla fine di questa lettura avrete guardato con occhi diversi la comunicazione ed avrete giudicato in un modo nuovo il vostro modo di comunicare con gli altri, ma non avrete imparato di più di quello che sapete fare. Questa presentazione vuol essere come un paio di occhiali da mettere sul naso per mettere a fuoco quanto *vediamo* tutti i giorni, ma per abitudine non *guardiamo*!