

**Modulo tirocinio indiretto**  
*Proponente: Maria Grazia Imarisio*

**Titolo:**  
***Tra messaggio verbale e messaggio iconico***  
*percorsi di lettura/interpretazione del messaggio pubblicitario*

<b>Disciplinare</b> (se sì, indicare la classe di concorso interessata)	
<b>Trasversale</b> ( se sì, indicare le classi di concorso coinvolte)	AO36-A043-A050-A051-A052

**Il progetto**

**Obiettivi:**

- ◇ Saper analizzare gli strumenti, i livelli e gli effetti delle comunicazioni visuali dal punto di vista della creatività pubblicitaria, in quanto fatto sia culturale che tecnico-progettuale
- ◇ Saper analizzare gli aspetti creativi più propriamente linguistico-iconici dei messaggi pubblicitari
- ◇ Saper analizzare la comunicazione pubblicitaria come fatto persuasivo visivo (iconico e verbale)
- ◇ Saper interpretare i meccanismi generali della comunicazione, della percezione e dell'informazione, legandoli alla pratica pubblicitaria
- ◇ Saper scegliere e utilizzare pertinenti metodologie di analisi/interpretazione del testo pubblicitario (iconico e verbale)

**Descrizione sintetica del progetto:**

► Tre incontri di formazione (ore tot.: 3+3+3; in ogni incontro almeno 30 min. per quesiti e discussione), nel corso dei quali saranno trattati in forma multimediale i seguenti argomenti:

- *Introduzione* (breve storia della pubblicità - immagine/parola-testo)
- *dal segno all'immagine* (meccanismi comunicazione - percepire/progettare)
- *layout e nascita dell'idea*
- *corporate image* (definizioni e ambiti - presupposti teorici)
- *naming* (il nome come segno - analisi del nome: aspetti lessicali)
- *comunicazione e informazione* (immagine e parola)
- *retorica, semiotica e pubblicità* (effetti retorici nella comunicazione visiva - strategie iconico-verbali - le figure morfologiche - le figure sintattiche: chiarismo, ripetizione, enumerazione, ellissi - le figure semantiche: definizione, parologismo, metonimia e sineddoche, metafora, cataresi, ossimoro, luogo comune, epifonema, iperbole, preterizione, litote, antifrasi, ironia, personificazione, sinestesia - ridondanza)
- *retorica delle associazioni di pensiero* (frasi fatte, motti proverbiali)
- *strutture del discorso e strutture del desiderio*
- *visualità del gesto* (come segno - gesto e contesto)
- *immagini della merce tra natura e cultura: il bisogno immaginario* (incantesimi/realità)
- *per un'analisi del testo pubblicitario* (livello descrittivo, livello referenziale, livello interpretativo)
- *glossario* di comunicazione pubblicitaria
- *locuzioni e proverbi*
- *bibliografia* di riferimento

► Un incontro (ore: 4) di laboratorio guidato: esame critico di alcune metodologie consolidate di analisi del testo pubblicitario (iconico e verbale); scelta motivata di schemi/modelli di lettura/interpretazione del messaggio pubblicitario (iconico e verbale). Produzione di materiali finalizzati alla didattica da parte degli specializzandi.

► Un incontro (ore: 4) di laboratorio guidato: sperimentazione di alcune metodologie consolidate e degli gli schemi/modelli progettati per la lettura/interpretazione del messaggio pubblicitario (iconico e verbale). Produzione di materiali finalizzati alla didattica da parte degli specializzandi.

**Numero max di specializzandi a cui il progetto è rivolto (indicare anche se vi sono vincoli rispetto al primo o al secondo anno): 20** (nessun vincolo)

**Periodo (indicare eventuali vincoli temporali):**  
- calendario: 8/03; 15/03; 22/03; 5/04; 12/04 - 2005 - martedì ore 14,00

### La realizzazione

Ore dedicate a lezioni/seminari/lavori di gruppo	<b>9</b>
Ore di discussione/riflessione/progettazione insieme al SV	<b>8</b>
Ore di discussione/riflessione/progettazione insieme al/ai tutor	
Ore di partecipazione al lavoro degli studenti	
<b>Totale ore in presenza</b>	<b>17</b>

### I soggetti coinvolti

Scuole convenzionate (quali)	
Enti, associazioni (quali)	
Supervisor (quali)	Maria Grazia Imarisio
Altro (specificare)	

### Esigenze logistiche

Le attività si svolgono in SIS	<b>Necessaria aula con...</b> (indicare il numero di posti ed eventuali attrezzature necessarie)	Aula dotata di video proiettore per tutti gli incontri. Posti: 20
Le attività si svolgono in scuole	<b>Necessari</b> ....(progetto della scuola, disponibilità attrezzature e locali, ...)	
Le attività si svolgono in sedi di enti, associazioni...	<b>Necessari</b> ... (autorizzazione dell'ente/associazione, locali, ...)	
Altro (specificare)		

### Il docente proponente

**Maria Grazia Imarisio**

Torino 18 novembre 2004