**Comunicazione e gestione delle imprese della cultura e Regole della comunicazione d’impresa**

Prof. Luciano Argano; Prof. Ruben razzante

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Il corso si prefigge di fornire sia un quadro esaustivo degli strumenti per la gestione delle imprese, delle istituzioni e delle attività nei diversi ambiti dell’arte e della cultura, con particolare attenzione ai processi comunicativi. L’evoluzione tecnologica ha messo in discussione le regole giuridiche e deontologiche tradizionali e sta imponendo l’emanazione di nuove norme e principi di autoregolamentazione in grado di interpretare la complessità e le sfide dell’interattività e della convergenza multimediale. Questo corso intende esaminare le trasformazioni economiche e giuridiche in atto e i doveri che da esse discendono per gli operatori dei diversi ambiti della comunicazione pubblica e privata.

Il Corso sarà articolato in due moduli:

*Modulo A* – *Comunicazione e gestione delle imprese della cultura (Prof. Lucio Argano)*: fornirà le conoscenze teoriche e supporterà l’acquisizione delle competenze pratiche riconducibili al governo delle organizzazioni culturali, della loro dimensione progettuale e, più in generale, della produzione artistico-culturale all’interno dei diversi ambiti che popolano il settore della cultura e con le loro specifiche peculiarità.

*Modulo B* – *Regole della comunicazione d’impresa (Prof. Ruben Razzante)*: fornirà le categorie fondamentali del diritto della comunicazione, al fine di poter applicare le regole giuridiche e deontologiche al sistema dei media e delle imprese culturali, con un approccio pratico e un’analisi di casi concreti.

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

Con riferimento al *Modulo A*:

* acquisire e manifestare capacità critica e conoscenza rispetto allo scenario organizzativo culturale, alle sue politiche e alla sua rilevanza sociale;
* comprendere l’articolazione delle diverse forme gestionali nella cultura;
* saper costruire e governare la dimensione progettuale culturale sul piano strategico, manageriale e della comunicazione;
* saper comunicare il progetto in tutte le sue fasi e verso gli stakeholder;
* aver acquisito consapevolezza della stretta relazione tra condotta gestionale e processi di comunicazione.

Con riferimento al *Modulo B*:

- acquisire le nozioni fondamentali del diritto della comunicazione applicato al sistema dei media e alle imprese culturali;

- comprendere le dinamiche regolatorie dei singoli ambiti culturali e mediali;

- saper applicare ai casi concreti le regole apprese durante il corso;

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Il programma toccherà le seguenti tematiche:

*Modulo A* – *Comunicazione e gestione delle imprese della cultura*:

Il modulo si concentrerà sui temi di policy e management del settore culturale (nelle diverse configurazioni relative a beni e attività culturali, come musei, biblioteche, spettacolo dal vivo, arte visiva, festival, patrimonio immateriale). Partendo da una ricognizione degli assetti gestionali, formali e istituzionali nonché dei sistemi organizzativi pubblici e privati, profit e no-profit, e di funzionamento dei diversi ambiti della cultura, il corso si focalizzerà in particolare, anche con esempi pratici e casi di studio, sulle pratiche processuali e progettuali della produzione culturale, esplorandone gli aspetti di finanziamento, economici, procedurali e tecnici e ricollegando l’azione culturale alla centralità dei processi di comunicazione. Un focus rilevante sarà dedicato alle evoluzioni che caratterizzano attualmente le organizzazioni culturali e artistiche come il rapporto con l’innovazione sociale, i nuovi spazi culturali ibridi, la transizione digitale nell’offerta, la sostenibilità.

*Modulo B* – *Regole della comunicazione d’impresa*:

1. Le categorie fondamentali: informazione, comunicazione e connessione. Il diritto all’informazione e il bilanciamento con gli altri diritti. Assetto generale e gerarchia delle fonti. Le ultime frontiere dottrinali.

2. I media nell’era della convergenza. L’evoluzione del sistema radiotelevisivo in Italia e in Europa*.* La riforma della Rai. *Par condicio* e informazione politica. Le regole giuridiche del *web*.

3. La riforma della *privacy* in Europa. *Privacy* e tecnologie. Tutela dei minori e *Cyber*bullismo. Diffamazione *on-line*.

4. Gli organismi di controllo. Le autorità indipendenti. Il ruolo dell’Agcom e dell’*Antitrust*. Le attività dei Co.Re.Com.

5. Diritto d’autore “tradizionale” e diritto d’autore *on-line* dopo la riforma europea del *copyright* (Direttiva UE 2019/790 recepita in Italia). Tutela dei diritti *on-line* e qualità dell'informazione in Rete. Il fenomeno delle *fake news* e i condizionamenti commerciali e pubblicitari. Tentativi di regolamentazione in Europa e negli Usa.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

*Modulo A* – *Comunicazione e gestione delle imprese della cultura*:

L. Argano, *Manuale di progettazione della cultura. Filosofia progettuale, design e project management in campo culturale e artistico*, F. Angeli, Milano, 2012 (pp. 590). [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/argano-lucio/manuale-di-progettazione-della-cultura-9788820407810-179352.html)

Ulteriori materiali didattici e per la stesura del project work saranno resi disponibili su BlackBoard. Per gli studenti *non frequentanti* verrà predisposto un programma alternativo, comunicato in BlackBoard.

*Modulo B* – *Regole della comunicazione d’impresa*:

R. Razzante, *Manuale di Diritto dell’informazione e della comunicazione*, Padova, Cedam-Wolters Kluwer, nona edizione, 2022. È obbligatorio acquistare la nuova edizione del Manuale. Le altre edizioni non sono valide. Si ricorda che le fotocopie dei libri di testo sono vietate dalla legge. Altre indicazioni bibliografiche verranno fornite dal docente durante le lezioni. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/ruben-razzante/manuale-di-diritto-dellinformazione-e-della-comunicazione-9788813379797-708868.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Il corso si svilupperà nel seguente modo:

*Modulo A* – *Comunicazione e gestione delle imprese della cultura*:

Lezione frontale, integrata da esercitazioni collettive, analisi di *case histories,* visione di materiale audiovisivo, incontri con professionisti del settore.

*Modulo B* – *Regole della comunicazione d’impresa*:

Lezione frontale

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

La valutazione sarà espressa nel seguente modo:

*Modulo A* – *Comunicazione e gestione delle imprese della cultura*:

Valutazione sulla base di un project work (70%) su cui verteranno domande per verificare la comprensione e la conoscenza dei contenuti discussi in aula e approfonditi sul libro di testo (30%).

Nella valutazione si terrà conto dei seguenti elementi:

* Conoscenza del contesto culturale.
* Competenze creative, operative e pratiche.
* Capacità di progettazione, concretezza nelle soluzioni pratiche, dominio della strumentazione tecnica.
* Abilità nel comunicare efficacemente i progetti.

Il voto assegnato rispetto al modulo avrà un peso del 50% rispetto al voto finale dell’insegnamento.

*Modulo B* – *Regole della comunicazione d’impresa*:

La valutazione relativa al modulo di “Regole della comunicazione d’impresa” (prof. Ruben Razzante) si baserà sui seguenti criteri. L’esame sarà orale. La valutazione avverrà attraverso una serie di domande poste al candidato al fine di verificare la comprensione, da parte sua, delle dinamiche del mondo della comunicazione e delle modalità di tutela dei diritti nell’ambiente virtuale. Si valuterà, altresì, la padronanza del linguaggio giuridico e di settore. Si chiederà al candidato di applicare a casi pratici le nozioni acquisite durante il corso. Votazioni superiori ai 28/30 verranno attribuite soltanto agli studenti in grado di padroneggiare il linguaggio tecnico-giuridico, limitatamente agli argomenti affrontati durante il corso.

Il voto assegnato rispetto al modulo avrà un peso del 50% rispetto al voto finale dell’insegnamento.

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Per essere proficuamente frequentato il corso prevede i seguenti prerequisiti:

*Modulo A* – *Comunicazione e gestione delle imprese della cultura*:

Contribuisce a una migliore comprensione degli argomenti trattati nel modulo la conoscenza dei principi di marketing e di economia aziendale relativi agli insegnamenti programmati nel 1 anno.

*Modulo B* – *Regole della comunicazione d’impresa*

Importante seguire le lezioni studiando contestualmente il Manuale di diritto dell’informazione e della comunicazione del prof. Ruben Razzante.

Gli studenti che fossero, per ragioni curriculari (come tirocinii curriculari, mobilità internazionale, ecc.), impossibilitati a frequentare l’insegnamento dovranno prendere contatto con i docenti dei due moduli all’inizio del semestre per concordare il programma alternativo.

L’iscrizione alla piattaforma BlackBoard del corso è obbligatoria per tutti gli studenti. Le comunicazioni relative a iniziative, incontri, workshop e altre attività inerenti il corso saranno fornite attraverso la mailing list di BlackBoard.

COVID-19

Qualora l'emergenza sanitaria dovesse protrarsi, sia l’attività didattica, sia le forme di controllo dell’apprendimento, in itinere e finale, saranno assicurati anche “in remoto”, attraverso la piattaforma BlackBoard di Ateneo, la piattaforma Microsoft Teams e gli eventuali altri strumenti previsti e comunicati in avvio di corso, in modo da garantire il pieno raggiungimento degli obiettivi formativi previsti nei piani di studio e, contestualmente, la piena sicurezza degli studenti.

*Orario e luogo di ricevimento*

Gli orari e le modalità di ricevimento delle docenti sono pubblicati nelle rispettive pagine personali:

Prof. Luciano Argano: <https://docenti.unicatt.it/ppd2/it/backoffice/docenti/17289/lucio-argano/profilo>

Prof. Ruben Razzante: il prof. Ruben Razzante riceverà gli studenti a margine delle lezioni oppure su appuntamento

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)