

FACOLTÀ	Facoltà di Scienze della Formazione
ANNO ACCADEMICO	2014-2015
CORSO DI LAUREA	L20: Scienze della comunicazione per i media e le istituzioni
INSEGNAMENTO	Storia della musica
TIPO DI ATTIVITÀ	Affini e integrative
AMBITO DISCIPLINARE	Affini e integrative
CODICE INSEGNAMENTO	06932
ARTICOLAZIONE IN MODULI	NO
SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI	L-ART/07
DOCENTE RESPONSABILE	Ivano Cavallini (PA) Dipartimento di Beni Culturali – Studi Culturali Università di Palermo
CFU	9
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	165
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE	60
PROPEDEUTICITÀ	Nessuna
ANNO DI CORSO	3
SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI	http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	Lezioni frontali, Esercitazioni in aula
MODALITÀ DI FREQUENZA	Facoltativa
METODI DI VALUTAZIONE	Prova Orale. Presentazione di un progetto
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi
PERIODO DELLE LEZIONI	http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform.
CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE	http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform.
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	Dopo le lezioni

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

Si riferiscono all'insegnamento e non ai singoli moduli che lo compongono.
Vanno espressi utilizzando i descrittori di Dublino

Conoscenza e capacità di comprensione

Capacità di riconoscere e classificare le relazioni formali di base tra musica, immagine e parola.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di analizzare la musica per il film, per il video e per lo spot applicando metodi sperimentali o consolidati nel passato recente.

Autonomia di giudizio

Abilità nel proporre case studies nei quali il codice sonoro abbia valenze plurime.

Abilità comunicative

Abilità nell'indagare forme innovative di spettacolo in video e pubblicità, ove la musica sia un elemento narrativo autosufficiente o qualificante.

Capacità d'apprendimento

I discenti, opportunamente guidati del docente, dovranno procedere all'autoverifica in forma di esercitazione di gruppo, che consiste nel simulare la preparazione della musica per uno spot o per un video promozionale.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il corso si svolge in tre fasi. La prima comprende l'esame dei processi acustici provenienti dalla natura e dai sintagmi codificati dai regimi compositivi, che insieme contribuiscono a formare il paesaggio sonoro e a renderlo portatore di significato. La dialettica che si instaura in tal senso tra natura e cultura, in stretto collegamento con la semanticità della musica, è ancor oggi oggetto di studio, ed è ulteriormente complicata dai modi più vari in cui la musica si associa alle immagini. Allo scopo si prendono in considerazione le teorie sviluppate intorno alla musica per il film muto agli inizi del Novecento e le categorie di livello interno, mediato ed esterno nel film sonoro. Saranno visionati e analizzati, alla luce delle proposte normative di Erdmann-Becce-Braw, Ejzenstein e Lissa, alcuni film di Nino Oxilia, Jean Renoir, Federico Fellini e Sergio Leone, con le musiche originali di Erik Satie, Pietro Mascagni, Nino Rota, Ennio Morricone, di contro alle musiche adattate di autori noti al pubblico, di cui si serve Stanley Kubrik per attuare un percorso provocatorio di decontestualizzazione e risemantizzazione.

La seconda fase, di carattere sperimentale, si basa sullo studio dei jingles e degli spot pubblicitari per classificare l'incidenza del prodotto e/o del consumatore virtuale nella scelta dei brani ritenuti più adatti alla veicolazione del messaggio. Alcuni esempi provengono dalle ricerche di connessioni, spesso mediate dal target di riferimento, tra musica e cibo, musica ed elettrodomestici, musica e profumi, musica e ambiente, musica e automobili, etc. Inoltre si procederà a valutare le condizioni che permettono di fare ricorso a musiche celebri, carpite alla cultura classica o al jazz, in altri tipi di spot. Da ultimo uno sguardo al fenomeno Muzak, alla musica dei non luoghi, e alla musica nei luoghi di sociabilità limitata come il punto vendita.

Nella terza fase gli studenti dovranno creare dei modelli grafici per illustrare le dinamiche di sovrapposizione dei codici sonoro, visuale e verbale in alcuni case studies.

ORE FRONTALI	LEZIONI FRONTALI
6	La musica nel dibattito su natura e cultura dal Settecento a Claude Lévy-Strauss
3	L'invenzione del Leitmotiv e del tema nel poema sinfonico: Richard Wagner, Franz (Ferenc) Liszt
3	La musica nel film muto come terza dimensione. Antologie, musica composta e musica adattata
3	Rapsodia satanica - musica di Pietro Mascagni
3	Entr'acte - musica di Erik Satie
6	Mickey mousing, montaggio e teoria del contrappunto di Sergej Ejzenstein
3	Analisi della musica per film: diegesi, intradiegesi, extradiegesi, livello interno, livello esterno, livello mediato
12	Analisi di 8 ½ di Federico Fellini-Nino Rota, di Per qualche dollaro in più di Sergio Leone-Ennio Morricone, di Arancia meccanica di Stanley Kubrik
12	Musica e spot. Musica per il video. Muzak
	ESERCITAZIONI
9	I discenti, opportunamente guidati del docente, dovranno procedere all'autoverifica in forma di esercitazione di gruppo, che consiste nel simulare la preparazione della musica per uno spot o per un video promozionale.
TESTI CONSIGLIATI	FONTI (in CD, video, Mp3 etc.) Nino OXILIA-Pietro MASCAGNI, Rapsodia satanica Jean RENOIR-Erik SATIE, Entr'acte Federico FELLINI-Nino ROTA, 8 ½ Sergio LEONE-Ennio MORRICONE, Per qualche dollaro in più Stanley KUBRIK, Arancia meccanica Spot profumi, spot automobili, spot cibi, spot moda LETTERATURA Enrico FUBINI, Musica: natura e storia, Torino, Einaudi, 2004 Cristina CANO, La musica nel cinema. Musica, immagine, racconto, Roma, Gremonese, 2002 Ennio SIMEON, Per un pugno di note. Storia, teoria, estetica della musica per il cinema, la televisione e il video, Milano, Rugginenti, 1995 Sergio MICELI, Musica e cinema nella cultura del Novecento, Milano, Sansoni, 2000 Cesare ORSELLI, Mascagni coglie l'occasione cinematografica, in IDEM, Le occasioni di Mascagni, Siena, Barbablù, 1990, pp. 93-103