

# C A R M E L

CONTEMPORARY ART MEDIA LAB

## CONTESTO

Il **binomio Arte Contemporanea – Media Digitali** si sta configurando come uno dei terreni più interessanti di sperimentazione creativa e di opportunità operative. All'ormai consolidato appeal che l'Arte Contemporanea esercita sul grande pubblico e sui media tradizionali, sui mercati specializzati, sulla determinazione dei flussi turistici, sulla ridefinizione degli spazi urbani, si aggiungono le possibilità offerte dall'uso del digitale come **strumento di produzione creativa** e come **sistema di gestione informativa-comunicativa**. Si tratta di una "terra di mezzo" soltanto in parte esplorata, dove sperimentazioni estremamente interessanti lasciano intravedere notevoli possibilità di sviluppo e quindi di ricadute lavorative nel settore delle cosiddette Industrie Creative e Culturali. Uno **scenario di sfida** dove diventa sempre più importante disporre di un saldo impianto teorico e concettuale, a cui vanno affiancate capacità ideative e progettuali accompagnate da competenze operative e laboratoriali.

## ORGANIZZAZIONE

Il **CARMEL - Contemporary Art Media Lab**, docente referente prof. **Giulio Lughì** ([www.giuliolughi.it](http://www.giuliolughi.it)), è svolto nell'ambito del Corso di laurea magistrale in Comunicazione e Culture dei Media con lo scopo di **indirizzare idee e progetti verso possibili sbocchi di lavoro** e verso la creazione di nuove realtà imprenditoriali nell'ambito culturale e creativo. Il laboratorio prevede una formazione teorica pari a circa il 20% del monte ore totale di 50 ore, mentre il restante 80% è interamente dedicato ad incontri con esperti esterni, ad attività di documentazione foto/video nei musei e nelle mostre di arte contemporanea, al lavoro progettuale individuale o in gruppo con l'utilizzo di software di postproduzione per prodotti interattivi.

Struttura delle attività:

- inquadramento teorico frontale-seminariale;
- individuazione e analisi dei prodotti di arte contemporanea su cui lavorare;
- acquisizione e pratica dei software da utilizzare per la progettazione e produzione;
- incontri con esperti esterni e con le istituzioni partner;
- attività progettuale e di produzione.

## OBIETTIVI

Il laboratorio elabora e sperimenta nuove forme di testualità digitale, in particolare **webdoc interattivi**, per rappresentare, documentare e valorizzare le **espressioni più complesse della creatività contemporanea**: installazioni, prodotti site-specific, storytelling urbano, ambienti interattivi *location based* e in mobilità.

Il laboratorio intende offrire la formazione di base necessaria per collaborare – anche con possibilità di stages - alle attività del [Progetto INVISIBILIA \(www.invisibilia.net\)](http://www.invisibilia.net) e dei suoi partner culturali; per sviluppare eventualmente tesi di laurea sull'argomento; per impostare in prospettiva post-laurea delle capacità autonome di attività e/o imprenditorialità creativa e culturale.

## OUTPUT

Al termine del laboratorio i partecipanti avranno sviluppato la capacità di:

- utilizzare i materiali foto/audio/video in funzione del progetto comunicativo dei prodotti finali;
- progettare e realizzare webdoc e prodotti multimediali / transmediali / interattivi capaci di restituire l'esperienza emozionale delle opere di Arte Contemporanea prese in esame;
- elaborare una strategia web di disseminazione e valorizzazione dei prodotti stessi.

## DESTINATARI

- studenti del Corso di laurea magistrale in Comunicazione e Culture dei Media dell'Università di Torino;
- studenti, laureandi e laureati di ogni università, che **non** abbiano ancora compiuto 36 anni di età.

Il laboratorio prevede la partecipazione di un limite massimo di 40 partecipanti: 20 posti max sono riservati agli studenti del Corso di laurea magistrale in Comunicazione e Culture dei Media (modalità 2 CFU = 50 ore); gli altri 20 (o più, se i primi non vengono occupati) sono aperti a studenti, laureandi o laureati di ogni università, purché non abbiano ancora compiuto 36 anni.

## MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE

Gli interessati sono tenuti ad inviare via mail al docente ([giulio.lughi@unito.it](mailto:giulio.lughi@unito.it)) entro il 20 gennaio 2018 una breve autopresentazione (max 1 cartella):

- a) specificando **nome, cognome, indirizzo email, il proprio status** rispetto all'Università e al Corso di Laurea a cui sono iscritti o si sono laureati;
- b) illustrando le proprie **competenze** e le **motivazioni** alla partecipazione;
- c) inserendo eventuali **link a progetti**, o portfolio, o applicazioni web già realizzati sui temi del laboratorio.

La mail di candidatura dovrà contenere tutte le informazioni richieste. I richiedenti riceveranno conferma della partecipazione o verranno convocati per un eventuale colloquio di selezione. Possono costituire elementi preferenziali per la selezione:

- validità delle motivazioni o di eventuali ipotesi progettuali;
- esami sostenuti, partecipazione a progetti o ad altre attività nel campo dell'arte contemporanea;
- esami sostenuti e/o competenze di progettazione e comunicazione editoriale, grafica e/o testuale;
- capacità di ripresa e postproduzione foto/audio/video digitali;
- conoscenze di programmazione e applicativi web.

## **DURATA**

Il laboratorio si sviluppa nel periodo tra febbraio e marzo 2018. Dopo alcune lezioni frontali di inquadramento teorico, l'impegno sarà flessibile: i partecipanti al laboratorio saranno divisi in gruppi con i quali verranno concordati - nei limiti del possibile - i tempi e i luoghi in cui svolgere le attività esterne e gli approfondimenti, fino a raggiungere il monte ore previsto.

## **REGISTRAZIONE CREDITI E ATTESTATO**

Il Laboratorio prevede due diverse modalità di riconoscimento del lavoro svolto, purché sia dimostrato l'impiego di almeno il 90% delle ore totali:

- per gli studenti di Comunicazione e Culture dei Media (formula 2 CFU = 50 ore), registrazione dei 2 crediti inseriti nel piano di studi e rilascio di Attestato sull'attività svolta;
- per gli altri partecipanti, rilascio di Attestato sull'attività svolta.