Tecniche dei nuovi media integrati (CFA 6)

A.A. 2026-2027

Prof. **Davide VASTA**

OBIETTIVI

Il corso si propone di fornire agli studenti una conoscenza approfondita e critica dei nuovi media digitali come strumenti di produzione culturale, espressione artistica e comunicazione integrata. Attraverso un approccio interdisciplinare, lo studente acquisirà le competenze necessarie per comprendere le logiche tecnologiche, economiche e sociali dei media contemporanei, sviluppando capacità progettuali e consapevolezza etica nell'utilizzo dei linguaggi digitali.

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

- Interpretare i nuovi media come ecosistema culturale in continua evoluzione.
- Analizzare gli impatti psicologici, sociali ed economici delle piattaforme digitali.
- Progettare contenuti multimediali integrati in funzione comunicativa, artistica o professionale.
- Utilizzare i media digitali con consapevolezza critica, conoscendo le logiche di algoritmo, business e interazione.

CONTENUTI

Il corso è articolato in moduli tematici che affrontano, in modo progressivo e integrato, i principali aspetti teorici e applicativi dei nuovi media:

Introduzione e contesto

- Definizione di nuovi media.
- Impatto culturale, cognitivo e sociale.
- Uso personale vs uso professionale.

Panorama dei media digitali

- Social network, piattaforme video, blog, podcast.
- App, wearable, videogame, ambienti partecipativi.
- Caratteristiche strutturali: interattività, velocità, ubiquità, ipertestualità.

Struttura dei nuovi media

- Modelli comunicativi (one-to-one, many-to-many).
- Ipertestualità e navigazione non lineare.
- Convergenza mediale e linguaggi ibridi.

Media e società

- Digital empowerment e partecipazione attiva.
- Digital divide: aspetti tecnologici, culturali e generazionali.
- Big Data, algoritmi, Internet of Things, Smart Cities.

Economia dei nuovi media

- Modelli di business digitali: pubblicità, freemium, transazioni.
- Sharing economy e piattaforme collaborative.
- Creator economy e trasformazioni del lavoro contemporaneo.

Sfide del digitale

- Democratizzazione e crisi dell’autorevolezza.
- Economia dell’attenzione e stimolazione continua.
- Omofilia algoritmica e polarizzazione sociale.
- Potere dei network e manipolazione informativa.

Marketing digitale

- Content marketing e ruolo del brand come media.
- Inbound marketing e customer journey.
- Funnel digitale e strategie di fidelizzazione.

Conclusione critica

- Sintesi delle trasformazioni in atto.
- Nuovi media come opportunità e responsabilità.
- Applicazioni pratiche in ambito artistico, comunicativo e professionale.

MODALITÀ DI VERIFICA DEL PROFITTO

METODOLOGIA DIDATTICA

- Lezioni frontali con analisi di casi studio.
- Discussioni guidate e attività interdisciplinari.
- Esercitazioni progettuali e lavori individuali o di gruppo.
- Utilizzo di piattaforme digitali per esperienze interattive.

MODALITÀ DI VERIFICA

La verifica finale consiste nella realizzazione di un progetto multimediale integrato, accompagnato da una relazione scritta che evidenzi:

- Capacità di analisi critica.
- Padronanza dei linguaggi digitali.
- Comprensione dei modelli comunicativi e strategici.

RISULTATI ATTESI

Al termine del corso, lo studente avrà acquisito una visione strutturata e contemporanea dei nuovi media, sarà in grado di usarli come strumenti consapevoli di progettazione artistica e comunicativa e saprà collocarsi in modo professionale nell’attuale scenario digitale.