

Creactive Learning (Gianfranco Tusset)

- Corso: Business History (28 h)
- LM: BA
- Studenti: 80 (metà internazionali)

1

Creactive Learning

Creative

- Uso di dipinti nella presentazione dei contenuti (medesimo spazio e tempo)
- Creative corner

Active

- Uso di TOP HAT → elevato livello di interazione in classe
- Opinion program

2

Creative

- Ossimoro: storia creativa → reazione emozionale, oltre che razionale
- *È sufficiente la visione dei dipinti per avere una sollecitazione creativa?*
- Successione parola-immagine o immagine-parola → obbliga a coniugare apprendimento razionale ed emozionale
- Reazioni: non prevedibili e assolutamente personali
- La componente creativa non è immediatamente misurabile

3

Precisionism and managerial capitalism in America

*Silos,
factories,
chimneys,
machines,
skyscrapers,
bridges ...*



obsessive attention to detail

*individuals
disappeared from the
painting*

R. Crawford, *Buffalo Grain Elevator*, 1937

4

The imperfect convergence: differences between US and Europe

*goods are no longer
just objects, they
become part of the
human life*



*What better
than Depero's
futurist
motorcyclist to
argue that
man and
industrial good
were becoming
a unique thing*

F. Depero, *The biker*, 1923

5

British small and craft enterprises



Stanley Spencer, *The Garage*, 1929

6

American Business Diversification



James Rosenquist, *House of Fire*, 1989

7

Active

- Top Hat o altra piattaforma
- Invio domande o test → risposte entro 1 minuto → visualizzazione delle risposte → commenti
- I quesiti posti durante la lezione non sono utilizzati per fini valutativi, ma per attivare un diverso piano comunicativo

8

Creative Learning

- Comments are welcome!
- gianfranco.tusset@unipd.it



T.H. Benton, *America Today*, 1930