

Palermo capitale della Comunicazione

**IX Incontro nazionale dei Corsi di
Scienze della Comunicazione**

Università degli Studi di Palermo
Sala delle Capriate, Palazzo Chiaramonte-Steri
Piazza Marina, 59 - Palermo
Venerdì 14 dicembre 2018, ore 9.45 - 18.30

Ore 9.45 - Preludio

La sapienza della musica. Esecuzione di chitarre acustiche
di Manfredi Tumminello e Ferdinando Moncada

Ore 10 - Apertura

Fabrizio Micari, Magnifico Rettore Università di Palermo
Leoluca Orlando, Sindaco di Palermo
Girolamo Cusimano, Presidente Scuola di Scienze umane e del
patrimonio culturale
Michele Cometa, Direttore Dipartimento di Culture e società

Il "privilegio" e la passione di insegnare nei Corsi di Comunicazione
Videomessaggio di Maurizio Costanzo

Sessione antimeridiana

**Un rischio di assolutismo per la comunicazione?
Una mappa di criticità e punti di vista**

Ore 10.30 - Apertura e coordinamento

Le promesse mancate dei media e del digitale. Una riflessione critica dal punto di vista delle "Scienze della Comunicazione"
Mario Morcellini, Presidente Conferenza italiana di Scienze della Comunicazione

La società della disinformazione: dal dialogo al risentimento
Lectio brevis di Francesco Casetti, Yale University

Ore 11.30 - Interventi

L'ambivalenza delle piattaforme digitali
Carmen Leccardi, Università di Milano-Bicocca

Fake news: una teoria incompiuta
Ugo Volli, Università di Torino

Il fondamentalismo della rete
Adriano Fabris, Università di Pisa

12.45 - Conclusioni della mattinata

Maria Annunziata Astone, Presidente Corecom Sicilia,
Università di Messina
Fabio Massimo Lo Verde, Università di Palermo

13.30 - Light lunch

Sessione pomeridiana

14.30 - Forum dei corsi e dei laboratori di comunicazione

Coordinamento

Pina Lalli, Università di Bologna

Radio, atenei e network: coltivare la comunità attraverso la cultura delle #radiouniversitarie

Alice Plata, RadUni, Associazione operatori radiofonici universitari

Interventi dei rappresentanti delle sedi

Scienze della Comunicazione. Il ruolo della localizzazione regionale
Federica Viganò, Libera Università di Bolzano

Media, economia e comunicazione: una sintesi per il territorio
Cinzia Bianchi e Maria Cristiana Martini, Università di Modena e Reggio Emilia

Comunicazione è partecipazione

Andrea Sangiovanni, Università di Teramo

Innovazione nella didattica e nella terza missione.

Il modello CoRis - Sapienza

Mihaela Gavrilă e Barbara Mazza, Sapienza Università di Roma

Giornalismo e giornalismo. Idee e progetti per una didattica integrata
Giuseppe Federico Mennella, Università Tor Vergata

Scienze della Comunicazione. Innovazione didattica, modelli applicativi e ricerca

Ylenia De Luca, Università di Bari

Conclusioni

Comunicazione: la cooperazione scientifica e l'innovazione didattica
Stefano Cristante, Università del Salento

Interventi di salute delle Associazioni professionali

Comunicatore Pubblico: profilo professionale finalmente riconosciuto dallo Stato

Pier Carlo Sommo, Segretario generale Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale

Nuova comunicazione, rivoluzione in corso

Francesco Di Costanzo, Presidente PA Social

Interventi di studenti e dibattito

16.30 - Le nuove sfide del giornalismo nei corsi di Comunicazione

Coordinamento

Salvo Vaccaro, Coordinatore dei corsi in Scienze della Comunicazione, Università di Palermo

Interventi

Massimo Bellomo, Assostampa Sicilia

Salvatore Cusimano, Direttore sede RAI Sicilia

Giulio Francese, Presidente Ordine dei Giornalisti di Sicilia

Alberto Spampinato, Presidente Ossigeno per l'informazione

ONLUS

18.00 - Conclusioni

Sergio Scamuzzi, Università di Torino

Mario Morcellini, Presidente Conferenza italiana di Scienze della Comunicazione

Chiusura

Fabrizio Micari, Rettore Università di Palermo

Indice dei contributi

Conferenza italiana di Scienze della Comunicazione	9
Le promesse mancate dei media e del digitale. Una riflessione critica dal punto di vista delle "Scienze della Comunicazione" <i>Mario Morcellini</i>	11
La società della disinformazione: dal dialogo al risentimento <i>Francesco Casetti</i>	14
L'ambivalenza delle piattaforme digitali <i>Carmen Leccardi</i>	16
Fake news: una teoria incompiuta <i>Ugo Volli</i>	18
Il fondamentalismo della rete <i>Adriano Fabris</i>	19
Conclusioni della mattinata <i>Maria Annunziata Astone</i>	21
Le sfide per i Corsi di Comunicazione tra saperi disciplinari e competenze formative <i>Pina Lalli</i>	23
Radio, atenei e network: coltivare la comunità attraverso la cultura delle <i>#radiouniversitarie</i> <i>Alice Plata</i>	27
Scienze della Comunicazione. Il ruolo della localizzazione regionale <i>Federica Viganò</i>	30
Media, economia e comunicazione: una sintesi per il territorio <i>Cinzia Bianchi e Maria Cristiana Martini</i>	33

Comunicazione è partecipazione <i>Andrea Sangiovanni</i>	36
Innovazione nella didattica e nella terza missione. Il modello CoRiS - Sapienza <i>Mihaela Gavrilă e Barbara Mazza</i>	37
Giornalismo e giornalismo. Idee e progetti per una didattica integrata <i>Giuseppe Federico Mennella</i>	41
Scienze della Comunicazione. Innovazione didattica, modelli applicativi e ricerca <i>Ylenia De Luca</i>	44
Comunicazione: la cooperazione scientifica e l'innovazione didattica <i>Stefano Cristante</i>	46
Comunicatore Pubblico: profilo professionale finalmente riconosciuto dallo Stato <i>Pier Carlo Sommo</i>	48
Nuova comunicazione, rivoluzione in corso <i>Francesco Di Costanzo</i>	54
Difendere la libertà di stampa: dalla media literacy al monitoraggio delle violazioni <i>Alberto Spampinato</i>	58
I relatori.....	61

Media, economia e comunicazione: una sintesi per il territorio

Cinzia Bianchi e Maria Cristiana Martini
Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia

Per comprendere le caratteristiche specifiche del Corso di Scienze della Comunicazione dell'Università di Modena e Reggio Emilia è necessario far riferimento al contesto culturale e sociale in cui è nato e dal quale in questi anni ha trovato energia vitale per la sua proposta didattica e per la sua ricerca.

Era il 2001 quando, per volontà delle istituzioni locali e degli organi accademici, si è concretizzato a Reggio Emilia un progetto culturale con il preciso obiettivo di integrare, sia nelle attività didattiche sia nella ricerca, competenze multidisciplinari per lo studio e l'insegnamento di temi legati alla comunicazione, all'economia e alla gestione d'impresa. In questo contesto, prima la Facoltà di Comunicazione ed Economia e poi il Dipartimento omonimo si sono impegnati nella costruzione di un'offerta formativa innovativa nei contenuti e nei metodi, offrendo due corsi di laurea triennale (Marketing e Organizzazione d'Impresa e Scienze della Comunicazione) e tre corsi di laurea magistrale (Pubblicità, Comunicazione digitale e Creatività d'Impresa; Management e Comunicazione d'Impresa; Economia e Diritto per le Imprese e le Pubbliche Amministrazioni).

Il corso di Scienze della Comunicazione, recentemente ri-progettato nelle sue linee generali, è frutto di questa multidisciplinarietà del Dipartimento, a cui afferiscono molti docenti e ricercatori di area economica, oltre a psicologi, sociologi, linguisti e semiotici. La vicinanza di diverse anime e competenze ha portato i componenti del Corso a proporre una riflessione sulle varie opportunità dei metodi e dei processi propri della comunicazione d'impresa, senza però abbandonare un'impostazione critica sui nuovi orizzonti comunicativi e senza assecondare la tendenza generale a concentrarsi solo sulle

“tecnicità”. Il Corso cerca quindi di trovare un equilibrio tra riflessione teorica e pratica comunicativa: la proposta formativa si articola nello studio della psicologia, della sociologia, dell'informatica, della linguistica e della semiotica che consente allo studente di acquisire le conoscenze teoriche basilari dei processi comunicativi, che vengono completate anche dall'introduzione dei principi di economia, statistica, ricerca sociale e diritto dell'informazione. È questa una preparazione di base, che abbiamo sempre considerato ineludibile e che permette poi agli studenti di scegliere in modo consapevole quale percorso formativo approfondire, concentrandosi su due focus d'analisi: i linguaggi dei media e la comunicazione d'impresa.

Nel primo percorso si approfondiscono in modo peculiare i linguaggi dei media, attraverso lo studio dal punto di vista sociologico e semiotico di cinema, televisione, web, nuove forme di narrazione e di comunicazione. Il secondo percorso è invece dedicato alla comunicazione d'impresa e affronta lo studio dei processi comunicativi all'interno delle organizzazioni e delle aziende, con riferimento alla comunicazione sia interna che esterna.

Dobbiamo inoltre pensare questo Corso di Comunicazione in rapporto anche ai corsi magistrali offerti dal Dipartimento. La sua naturale prosecuzione si trova nel corso di “Pubblicità, comunicazione digitale e creatività di impresa”, che ha lo scopo esplicito di formare specialisti nel coordinamento dei processi di innovazione che coinvolgono la comunicazione interna ed esterna d'impresa e nella gestione delle campagne pubblicitarie, anche mediante le nuove tecnologie multimediali.

La volontà generale dei componenti del Dipartimento così come l'impostazione generale dei Corsi proposti ha favorito il rapporto con il territorio economico, sociale e culturale, sempre attento alle nostre proposte e spesso promotore esso stesso di ricerche e progetti sulla comunicazione. Vanno in questa direzione, tra i vari progetti, la partecipazione alla settimana della Fotografia Europea (dal 2009), il bando “l'Università in uno Scatto” (2011), il convegno “La mia follia e il tuo diritto di cronaca”, la ricerca “L'utilizzo dei social network nei Comuni di medie e grandi dimensioni”, condotta con il Comune di Reggio Emilia, i molti laboratori (tra cui più di recente un Laboratorio di Data Journalism e Social Media) che vengono curati da nostri docenti

con il supporto dell'amministrazione comunale o delle associazioni cittadine.

Di particolare rilevanza per il rapporto con la città di Reggio Emilia sono gli attuali progetti riguardanti la creatività e la rigenerazione degli spazi urbani, la digitalizzazione e la valorizzazione della street art, le potenzialità dei locative media; tutte ricerche collegate alla riqualificazione di una vasta area della città, dove risiedeva un'importante industria meccanica come Le Officine Reggiane, e che gli enti locali stanno riconvertendo per farne un polo sociale, culturale e universitario all'avanguardia.

Durante il nostro intervento vorremmo quindi raccontare la nostra particolare esperienza didattica e di ricerca con lo scopo di favorire una riflessione collettiva e un opportuno scambio di prospettive teoriche.