

Comunicazionepuntodoc  
Numero 4 – ottobre 2011

Rivista semestrale  
Registrazione presso il Tribunale di  
Milano n. 134 del 20-03-2009  
Isbn 9788895962641

**Direzione editoriale**

Logo Fausto Lupetti Editore  
Via del Pratello, 31 – 40122 Bologna  
Tel. 0039 051 5870786

In coedizione con  
Galatea srl  
Piazza Grandi, 24 – 20137 Milano  
[www.faustolupettieditore.it](http://www.faustolupettieditore.it)

[www.comunicazionepuntodoc.it](http://www.comunicazionepuntodoc.it)  
[comunicazionepuntodoc@uniroma1.it](mailto:comunicazionepuntodoc@uniroma1.it)

### Direttore responsabile

Mario Morcellini

### Comitato Scientifico

Milly Buonanno  
Antonio Cavicchia Scalamonti  
Franca Faccioli  
Giovambattista Fatelli  
Renato Fontana  
Valeria Giordano  
Silvia Leonzi  
Alberto Marinelli  
Isabella Pezzini  
Luciano Russi  
Antonio Staffa

### Coordinamento editoriale e redazionale

Daniela Cinque  
Valeria Lai  
Paolo Fedeli  
Sara Ritucci  
Alessandra M. Straniero  
Christian Ruggiero (senior)

### Redazione

Rosanna Consolo  
Vincenza Del Marco  
Antonio Di Stefano  
Laura Gherlone  
Cristina Greco  
Alessandro Lovari  
Veronica Mobilio  
Simone Mulargia  
Leonardo Romei  
Stefania Parisi  
Simona Rosati  
Barbara Specca  
Marta Trotta

### Elaborazione grafica

Danny Cinalli  
Paolo Fedeli

*L'immagine raffigurata in copertina è un'opera originale di Ciriaco Campus per Comunicazioneepuntodoc*

### Hanno collaborato

Maria Romana Allegri  
Manuela Bartolotta  
Francesca Belotti  
Enrica Bolognese  
Christian Bonafede  
Stefania Carulli  
Pierluigi Cervelli  
Luisa Chiellino  
Giovanni Ciofalo  
Irene Maria Civita Mosillo  
Rosanna Consolo  
Davide D'Orazio  
Antonio Di Stefano  
Federico Di Trocchio  
Serena Fabrizio  
Franca Faccioli  
Roberto Faenza  
Marcello Fedele  
Francesca Ferracini  
Renato Fontana  
Anna Angela Franchitto  
Gloria Gabrielli  
Mihaela Gavrila  
Nicola Genga  
Gianluca Giansante  
Ivetta Ivaldi  
Patrizia Laurano  
Giovanna Leone  
Silvia Leonzi  
Raffaele Lombardi  
Carmelo Lombardo  
Francesca Macrì  
Linda Manzone  
Giuseppe Marchetti Tricamo  
Gemma Marotta  
Valentina Martino  
Alberto Mattiacci  
Francesco Mattioli  
Corrado Peperoni  
Isabella Pezzini  
Alessandro Porrovecchio  
Chiara Ribaldo  
Gianluigi Rossi  
Alessio Rotisciani  
Nicola Tranfaglia  
Elena Valentini  
Guido Vitiello

### Consulenza per i testi in lingua inglese

Fabio Matassa

### Disegnatore

Marino D'Amore

**Comunicazionepuntodoc** è la rivista progettata e realizzata dalla *community* di dottorandi, dottori di ricerca, ricercatori e docenti che fanno parte del Dottorato di Ricerca in Scienze della Comunicazione e della Scuola di Dottorato Mediatrends della Sapienza Università di Roma. La rivista pone i giovani accanto alle competenze più esperte dei formatori, dei ricercatori e dei docenti, creando un dialogo di saperi in cui mettere in scena punti di vista differenti e sfondi interpretativi originali, lasciando ampio spazio alle nuove prospettive di ricerca.

**Comunicazionepuntodoc** è uno strumento di conoscenza rivolto, come target privilegiato, agli stessi dottorandi e dottori di ricerca delle aree di comunicazione e scienze sociali degli atenei italiani, che possono contribuire ai contenuti con propri articoli. Contemporaneamente è uno strumento di studio e approfondimento per gli studenti universitari in Comunicazione.

La struttura della rivista prevede saggi, articoli, interventi e interviste dedicate a uno specifico tema monografico, mentre lo spazio delle rubriche è dedicato, in maniera trasversale e transdisciplinare, alle diverse tematiche di ricerca del Dottorato: l'analisi dei prodotti mediali (**Metafore dell'Industria Culturale**), le scienze semiotiche (**Trame Testuali**), i contenuti e le piattaforme espressive dei media digitali (**Impronte digitali**), la comunicazione politica (**Il pastone rimediato**), l'attualità delle ricerche fuori dai confini nazionali (**Comunicazione oltre il confine**), l'innovazione comunicativa nella Pubblica Amministrazione (**BLURP**), l'approccio transdisciplinare alla comunicazione scientifica (**POLITECNICOM**), il rapporto tra etica e comunicazione (**Del dialogo e del confine**).

# Indice

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Ci vogliono i riti... Sociologia e comunicazione di un evento identitario: 150 anni d'Italia</b><br><b>Editoriale</b><br><i>di Mario Morcellini</i> | <b>9</b>  |
| <b>Unità nazionale e attuazione del federalismo</b><br><b>Editoriale</b><br><i>di Marcello Fedele</i>  | <b>23</b> |
| <b>Un compleanno difficile</b><br><i>di Nicola Tranfaglia</i>  | <b>27</b> |
| <b>L'istruzione universitaria in Italia dall'Unità ai giorni nostri</b><br><i>di Gianluigi Rossi</i>   | <b>31</b> |
| <b>Un'identità non basta</b><br>Intervista ad Arrigo Levi<br><i>di Christian Ruggiero</i>  | <b>45</b> |
| <b>L'Italia fatta dagli italiani. Unità, solidarietà, sussidiarietà</b><br>Intervista a Gianluigi Da Rold<br><i>di Christian Bonafede</i>              | <b>59</b> |

|   |            |
|---|------------|
| <b>Fenomenologia dell’Arcitaliano</b><br>Intervista a Giuliano Ferrara<br><i>di Christian Ruggiero</i>  | <b>79</b>  |
| <b>Rubrica La comunicazione timbra il cartellino</b>  | <b>93</b>  |
| <b>Comland 150. La penisola che non c’è.<br/>La costruzione dell’identità nazionale tra<br/>storia, media e cultura</b><br><i>di Silvia Leonzi e Giovanni Ciofalo</i> | <b>103</b> |
| <b>Sguardi sull’Italia Unita</b><br><i>Contributi dei docenti del Dipartimento di<br/>Comunicazione e Ricerca Sociale</i>   | <b>121</b> |
| <b>Rubrica Trame Testuali</b>   | <b>171</b> |
| <b>Media e rappresentanza politica in Italia<br/>e Francia. Dialogo con Pierre Musso</b><br><i>di Nicola Genga</i>  | <b>177</b> |
| <b>L’altra storia. L’Unità d’Italia attraverso il<br/>racconto della satira politica</b><br><i>di Sara Ritucci e Alessandra M. Straniero</i>                          | <b>189</b> |
| <b>Rubrica Impronte digitali</b>  | <b>203</b> |

**Marca e territorio: il brand Italia** 215  
*di Luisa Chiellino*

**L'Italia dei 150.**  
**Migrazioni interne e scambio culturale  
come mattoni dell'identità nazionale** 227  
*di Rosanna Consolo*

Rubrica **Comunicazione oltre il confine** 239

**Il mondo è delle donne? Politica, visibilità  
e rappresentazione femminile in Italia** 247  
*di Enrica Bolognese*

**Dal bene comune all'interesse generale  
della nazione. Costruire l'identità collettiva** 257  
*di Francesca Belotti*

Rubrica **Metafore  
dell'industria culturale** 269

**Un paese (dis)unito. Le celebrazioni  
dell'unificazione nella rappresentazione  
giornalistica: il caso de *La Stampa*** 281  
*di Antonio Di Stefano*

**150° anniversario dell'Unità d'Italia  
tra Tv e Web. Analisi del portale Rai** 295  
*di Anna Angela Franchitto*

**Rubrica BLURP!** 305

**150% La Statistica ufficiale e l'Italia unita:  
breve appunti di una storia in parallelo** 317  
*di Corrado Peperoni*

***C'è più gusto ad essere italiani...***  
**L'Unità d'Italia alla prova dei sondaggi** 331  
*di Paolo Fedeli*

**Rubrica Del dialogo e del confine** 341

**La didattica ri-vista** 355  
*Appunti di viaggio sugli eventi della  
community dottorale della Sapienza*

# Un'identità non basta

## Intervista ad

## Arrigo Levi

*di Christian Ruggiero<sup>1</sup>*

**Abstract** Un'identità popolare autentica, nazionale, che emerge con più forza nei momenti di crisi e che costituisce un tessuto di italianità capace di resistere, come e più degli altri paesi, alle spinte degli elementi di diversità che pure rimangono molto forti.

Questa l'immagine principale che emerge dalla conversazione con Arrigo Levi, che lodando la capacità della politica di ieri di trovare l'accordo sulle grandi questioni nazionali e del giornalismo di oggi di fornire le parole al dibattito pubblico per stimolare il rinnovamento, restituisce un'immagine ottimista di questi primi centocinquanta anni di Unità d'Italia.

**Parole chiave** Identità nazionale, diversità culturale, partecipazione popolare, pluralismo informativo.

**Abstract** An authentic, national popular identity, that emerges strikingly in moments of crisis and that constitutes a tissue of italianity able to resist, at least as much and even more than in other countries, to those elements of diversity that in any case remain very strong. This is the principal image emerging from the conversation with Arrigo Levi, who praises the ability of yesterday's politics to find settlements on huge national issues, and that of today's journalism to stimulate the public debate, returning an optimistic image of the first one-hundred-and-fifty years of Italian Unity.

**Keywords** National identity, cultural diversity, popular participation, informative pluralism.

# L'Italia fatta dagli italiani. Unità, solidarietà, sussidiarietà

## Intervista a Gianluigi Da Rold

*di Christian Bonafede*

**Abstract** L'intervista coglie l'occasione dei 150 anni di unità politica del nostro paese per invitare a una riflessione profonda e originale sulla nostra storia nazionale, fuori da schematismi e luoghi comuni. I temi affrontati si concentrano attorno a due focus: l'eccezionalità della storia sociale italiana, ricca di fratture sociali e ideologiche, e di unità stupefacenti, di accelerazioni, di sviluppo economico, e di involuzioni politiche e sociali, dalla quale si evidenzia un intreccio culturale comune, il carattere nazionale degli italiani. Come secondo nodo, la sfida attuale, che la lettura dell'ultimo rapporto Censis sulla situazione economica e sociale identifica come la più incalzante: la crisi del desiderio che affligge l'Italia, e che necessita una meditazione urgente e decisiva.

**Parole chiave** Unità politica d'Italia, Conciliazione tra Stato e Chiesa, Sussidiarietà, Solidarietà.

**Abstract** The interview seizes the opportunity of the 150th anniversary of our country's political unity to invite to a deep and original reflection about our national history, far from stereotypical and schematic thinking. The subjects discussed are woven together by two main themes: the uniqueness of Italian social history, full of social and ideological fractures, striking unity, of acceleration moments, of economic development, and political and social regression, from which we can identify a common cultural fabric, the national Italian identity. The second theme is the current challenge, even more pressing reading the latest Censis report on the present social and economic situation: the crisis of desire which plagues Italy and which requires immediate and decisive attention.

**Keywords** Italian political unity, State and Church appeasement, Social solidarity, Subsidiarity.

# Fenomenologia dell'Arcitaliano

## Intervista a Giuliano Ferrara

di Christian Ruggiero<sup>1</sup>

**Abstract** Condurre una sorta di inchiesta sul carattere degli italiani e sul ruolo che i media hanno avuto nell'influenzarlo se non nel forgiarlo è una sfida molto difficile. Per affrontare la quale è interessante e necessario ascoltare l'opinione anche di un uomo che ha fatto della *contrarietà* la cifra distintiva del suo lavoro e della sua vita. Che ha vissuto da protagonista alcune delle fondamentali fratture che hanno scosso il paese dalla fine degli anni Settanta, dal declino delle grandi ideologie alla *modernizzazione senza tradizione* degli anni Ottanta fino all'apparente trionfo di quel che viene definito *berlusconismo*. E che celebra un'Italia unita proprio dalla sua disunità, dal suo relativismo culturale, dalla sua mancanza di certezze ontologiche.

**Parole chiave** anni Ottanta, politica e televisione, memoria, eroi nazionali.

**Abstract** To carry out a sort of inquiry on the *character of the Italians* and on the role played by the media in influencing or in forging it, is a very difficult challenge. To do this, it is interesting and necessary to hear the opinions of a man who has made the walking in the opposite direction a distinctive choice in his work and life. A man who lived as a protagonist some of the most important fractures that shook the country from the end of the Seventies, from the decline of the great ideologies to the *modernization without tradition* of the Eighties, to the apparent triumph of what is called *berlusconism*. A man who celebrates Italy's union exactly through its disunity, its cultural relativism, its lack of ontological certainties.

**Keywords** Eighties, politics and television, memory, national heroes.

# Comland 150. La penisola che non c'è.

## La costruzione dell'identità nazionale tra storia, media e cultura

di Silvia Leonzi e Giovanni Ciofalo<sup>1</sup>

**Abstract** L'articolo rappresenta il racconto di un'esperienza, condotta con gli studenti del corso di *Industria culturale e media studies - Laboratorio di analisi dei prodotti culturali*, e teso alla creazione di un racconto audiovisivo di circa un'ora. Attraverso materiali di archivio, e soprattutto interviste a testimoni privilegiati e a "persone comuni", *Comland 150* vuole realizzare un prodotto in grado di mescolare lo stile realistico del documentario e i caratteri della "fiction civile", ripercorrendo sette snodi narrativi (Risorgimento, Primi del Novecento Fascismo e Resistenza, *Boom*, Terrorismi, *Transizione Incompiuta*, contemporaneità) attraverso il racconto allegorico della storia d'amore tra una Lei e un Lui nei quali si incarni il *carattere nazionale* degli italiani.

**Parole chiave** didattica collaborativa, racconto audiovisivo, identità nazionale.

**Abstract** This article is an account of an experience carried out with the students of the course *Cultural industry and media studies - Laboratory for the analysis of cultural products*, with the aim of creating a sixty minutes audiovisual narration. Using file data and interviews to key informants and "common witnesses" *Comland 150* wants to realize a product able to mix the realistic style of a documentary and the features of fictions with a civic function, retracing seven narrative junctions (Risorgimento, the early years of Twentieth Century, Fascism and Resistance, *Boom*, the Massacres, the *Unfinished Transition*, the present day), and narrating the allegorical love story between an ideal Her and an ideal Him in which the Italian *national character* is embodied.

**Keywords** collaborative didactics, audio-visual narration, national identity.

# Sguardi sull'Italia Unita

## Contributi dei docenti del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale

**Abstract** Allo scopo di valorizzare ulteriormente i contributi degli allievi del Dottorato in Scienze della Comunicazione e della Scuola Mediatrends, e per fornire un contributo di conoscenza che comprendesse le diverse sensibilità scientifiche del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale che genera il Dottorato ed ospita la gran parte delle iniziative della Scuola, nel corso del Consiglio di Dipartimento del 14 giugno 2011 è stato chiesto ai docenti di collaborare attivamente al numero. La sfida di rendere conto dell'intersezione tra i propri interessi di studio e le celebrazioni per i 150 anni dell'Unità d'Italia ha generato otto diversi *sguardi* sul nostro paese, un complesso puzzle che va dal diritto al marketing, dal cinema all'industria.

**Parole chiave** Cittadinanza, Racconto audiovisivo, Brand, Elezioni, Identità, Storia e memoria, Lavoro, Città.

**Abstract** To increase the value of the contribution provided by PhD students attending the Science of Communication Doctorate or the Doctorate School Mediatrends, and to include in a single paper the different scientific interests of the *Communication and Social Research* Department, that organizes the Doctorate and hosts most of the School's activities, during the Department council held on June the 14th, 2011, the professors were required to actively collaborate to this issue of *Comunicazionepuntodoc*. The challenge to describe the intersections between one's study interests and the celebrations for the 150 years of Italian unity generated eight different *outlooks* on our country, a complex puzzle including Law and Marketing, Cinema and Industry.

**Keywords** Citizenship, Audiovisual narration, Brand, Elections, Identity, History and memory, Labour, City.

# Media e rappresentanza politica in Italia e Francia.

## Dialogo con Pierre Musso

*di Nicola Genga<sup>1</sup>*

**Abstract** Esistono significativi legami simbolici tra l'identità nazionale dell'Italia e quella francese. Ma in che modo la comparazione tra casi simili può aiutarci a comprendere i fenomeni di oggi? Considerando le analogie e le differenze tra i due paesi, in termini di ambiente mediale, retroterra storico e sistema politico, il contributo presentato nelle pagine seguenti affronta il nodo dei rapporti tra comunicazione e democrazia rappresentativa, nel tentativo di fare luce sulle implicazioni legate alla fruizione dei nuovi media sulle forme di partecipazione alla politica. L'articolo raccoglie alcune riflessioni su questi temi emerse dal confronto dell'autore con il filosofo e massmediologo Pierre Musso, teorico del "sarkoberlusconismo".

**Parole chiave** Telepolitica, Rete, Partecipazione politica, Partito, Democrazia rappresentativa, Sarkoberlusconismo.

**Abstract** Italian and French national identities share meaningful symbolic connections, but how can the comparison between similar cases help us to understand some present phenomena? This contribution moves from the analogies and differences existing between these two countries in terms of media environment, historical background and political system, and it aims at observing the relationship between mass communication and representative democracy. Starting with some issues pointed out by the philosopher and media expert Pierre Musso, who theorized the term "sarkoberlusconism", this article also tries to analyse the consequences new media can have on the forms of political participation.

**Keywords** Telepolitics, Web, Political Participation, Party, Representative Democracy, Sarkoberlusconism.

# L'altra storia.

## L'Unità d'Italia attraverso il racconto della satira politica

di Sara Ritucci e Alessandra M. Straniero<sup>1</sup>

**Abstract** Ironia tagliente, critica feroce, disegni accattivanti che dicono più di mille parole: in una parola satira, che funziona come vera e propria analisi politica, interpretazione della vita istituzionale ed economica di un paese. Questo genere è riuscito a raccontare con estrema efficacia le tappe della storia italiana, proprio a partire dal Risorgimento, suo atto di nascita ufficiale.

Di seguito viene proposta una ricostruzione storica delle testate italiane più importanti, mostrando particolare attenzione alle vignette che hanno raffigurato, e raffigurano oggi nel centocinquantesimo dell'Unità, un'Italia che a grande fatica rimane unita.

**Parole chiave** Stampa satirica, Unità d'Italia, Risorgimento, Storia, Industria culturale.

**Abstract** Sharp irony, ferocious criticism, engaging drawings that tell more than a thousand words: We are talking about satire, that works as a real political analysis and as an institutional and economic interpretation of the life of a country. This genre has been able to describe with efficaciousness the different stages of Italian history, starting from the Risorgimento, the official date of birth of the country. The following article makes a historical reconstruction of the contribution of the most important Italian newspapers, placing particular attention on the cartoons that have represented, and still represent Italy as a country wearily united, even in the one hundred and fiftieth anniversary of its Unification.

**Keywords** Satirical press, Unity of Italy, Risorgimento, History, Cultural industry.

# Marca e territorio: il brand Italia

*di Luisa Chiellino*

**Abstract** Negli ultimi anni stiamo assistendo a un allargamento della logica di marca, applicata sempre più di frequente ad ambiti distinti e distanti dalla sfera meramente commerciale. La tendenza di applicare le strategie di branding anche ai territori si palesa anche attraverso i diversi indici di misurazione che vari istituti di ricerca e agenzie stilano per comprendere il posizionamento delle nazioni, così come avviene per un prodotto. A partire da alcuni studi condotti sul nation brand, il contributo si sofferma, in particolare, ad approfondire il posizionamento del brand Italia.

**Parole chiave** Territorio, Brand, Comunicazione, Identità, Italia.

**Abstract** We are currently experiencing an extension of the brand idea that is used more and more in different and distant fields from the commercial area. The trend of applying branding strategies also to territories is represented by the use of different measurement indices that research institutes and agencies create in order to understand the positioning of the nations exactly as happens for a product. Proceeding from some studies about nation branding, the article focuses in particular on the positioning of the brand Italy.

**Keywords** Place, Brand, Communication, Identity, Italy.

# *L'Italia dei 150.*

## Migrazioni interne e scambio culturale come mattoni dell'identità nazionale

*di Rosanna Consolo*

**Abstract** L'Italia dei 150 è il paese delle miriadi. Immagine di una nazione dall'identità smerigliata che anche le migrazioni interne hanno contribuito a formare. L'ipotesi avanzata nel saggio è che le valigie di storie personali e oggetti hanno portato all'incontro dei dialetti, delle tradizioni, alla conoscenza – in definitiva – dei prodotti culturali provenienti dall'intera penisola massaggiando, così, un senso di condivisa cittadinanza e di solidarietà reciproca che ha formato il carattere identitario degli Italiani. Lo stesso tessuto socio-culturale del paese è stato dunque, in primis, il motore cognitivo di un'Unità che da 150 anni è fatta di poliedricità.

**Parole chiave** Identità nazionale, Prodotti culturali, Migrazioni interne e estere, Industria culturale italiana.

**Abstract** 150 years old Italy is a country of myriads. Image of a nation with a frosted identity that domestic migration helped to shape. The hypothesis advanced in the essay is that the suitcases of personal stories and objects have brought to the meeting of dialects, traditions, knowledge of cultural products from the entire peninsula, creating this way a sense of a shared citizenship and mutual solidarity and forming the character of Italian identity. The social-cultural fabric of the country is, in primis, the cognitive engine of a unity, which has been characterized by versatility for the last 150 years.

**Keywords** National identity, Cultural products, Domestic migration, Italian cultural industry.

# Il mondo è delle donne?

## Politica, visibilità e rappresentazione femminile in Italia

*di Enrica Bolognese*

**Abstract** L'anniversario dei 150 anni dell'Unità d'Italia offre l'occasione per riflettere sulla condizione della donna nel nostro paese. Dopo aver tratteggiato lo stato dell'arte sugli studi di genere, mettendo in luce la generale tendenza verso la destrutturazione delle categorie predefinite, si riflette sulla rivoluzione culturale che le donne portano avanti per affermarsi in quanto soggetti, in un mondo globalizzato e post-femminista. La lettura delle principali criticità che accompagnano la figura femminile è affidata a tre chiavi di lettura: la rappresentanza politica e il dibattito intorno alle quote rosa, la relazione tra visibilità e potere nel mondo del lavoro e l'immagine della donna veicolata dai media, anche alla luce delle più recenti reazioni che questo tema è stato in grado di stimolare.

**Parole chiave** Donne, Politica, Visibilità, Rappresentazione mediale, Identità.

**Abstract** The 150th anniversary of the Italian unification is an opportunity to reflect on the condition of women in our country. After a brief analysis of the most recent developments in gender studies, remarking the general trend to deconstructing settled categories, the article deals with the cultural revolution that women are carrying out to assert themselves in a global and post-feminist world. The heading of the condition of women takes place considering: political representation and the debate about gender quotas, the relationship between visibility and power in the working world and the image of women spread by media, with the reactions it has stimulated.

**Keywords** Women, Politics, Visibility, Media representation, Identity.

# Dal bene comune all'interesse generale della nazione.

## Costruire l'identità collettiva

di Francesca Belotti

**Abstract** L'agenda mediatica e politica degli ultimi mesi ha visto intrecciarsi nuove tematiche che coinvolgono buona parte degli intellettuali e della società civile.

Sulla scia del dibattito sviluppatosi intorno all'anniversario dei centocinquanta anni dell'Unità d'Italia, e in concomitanza della battaglia referendaria contro la privatizzazione del servizio idrico nazionale e l'introduzione dell'energia nucleare, si può avviare una riflessione sul significato di *identità nazionale* indagando il legame esistente tra il *bene comune* dei cittadini e quello che le fonti normative definiscono *interesse generale della nazione*.

Il primo passo che muoveremo in questa direzione consiste in un lavoro di definizione dei concetti-chiave entro cui si snoda tale legame.

**Parole chiave** Bene comune, Acqua, Nucleare, Identità nazionale, Interesse generale della nazione.

**Abstract** In the last months, the media and political agenda has set new themes that involve the majority of highbrows and grass roots.

In the wake of debate developed about the anniversary of the one-hundred-fifty years of Italian Unity, and in conjunction with the referendum against the privatization of the national water service and against the insertion of nuclear energy, we can begin a reflection about the meaning of national identity, investigating, using legal sources, the link between the Common Good of citizens and what is defined the General Interest of the Nation.

The first step in this direction will be an accurate definition of the key-concepts through which this link winds its way.

**Keywords** Common good, Water, Nuclear energy, National identity, General interest of the nation.

# Un paese (dis)unito.

## Le celebrazioni dell'unificazione nella rappresentazione giornalistica: il caso de *La Stampa*

di Antonio Di Stefano

**Abstract** L'obiettivo del paper è analizzare le modalità di rappresentazione delle tre celebrazioni dell'Unità d'Italia (1911, 1961, 2011) da parte del quotidiano torinese *La Stampa*. Questo lavoro si inserisce all'interno di una più generale riflessione, presente nella letteratura sociologica, sui processi di corrosione degli eventi celebrativi nella società della comunicazione, e nell'ampio universo di lavori di carattere storico, economico, mediale, sulle anomalie, in particolari politiche e culturali, del "caso italiano". L'ipotesi che intendiamo sottoporre a verifica, attraverso un'analisi del contenuto e il text mining su 222 articoli, è che laddove la politica è soggetta maggiormente allo scandalo, e si è in presenza di un diffuso criticismo tra i cittadini nei confronti dell'operato delle istituzioni e di una accresciuta pervasività mediale, gli eventi cosiddetti cerimoniali smarriscono in modo definitivo la loro aura.

**Parole chiave** Unità d'Italia, *La Stampa*, Eventi mediali, Caso italiano.

**Abstract** The purpose of this paper is to explore the ways *La Stampa*, one of the most important Italian newspapers, represented the celebrations of Italian Unification (1911, 1961, 2011).

This paper contains: a more general sociological reflection on the corrosive process taking place in commemorative events in the society of communication; audit considers the wide field of historical, economical and media works on the political and cultural anomalies concurring to define the "Italian case".

The main hypothesis to be verified, through content analysis and the text mining on 222 items, relates to the fact that media events lose their aura whenever politics is subject to scandal, citizens criticize the institutions and media are pervasive.

**Keywords** Italian Unity, *La Stampa*, Media events, Caso italiano.

# 150° anniversario dell'Unità d'Italia tra Tv e Web.

## Analisi del portale Rai

*di Anna Angela Franchitto*

**Abstract** Nell'ambito dei festeggiamenti per il 150° anniversario dell'Unità d'Italia, la tv di Stato mette in campo una serie di appuntamenti e nuove proposte comunicative. Partendo da un'analisi sul ruolo della televisione e del web nella trasmissione di identità, nonché nella condivisione di valori comunitari, l'attenzione si è circoscritta al video portale [www.150.rai.it](http://www.150.rai.it). In questo senso, la testimonianza di Piero Gaffuri, Direttore New Media della Rai, ha permesso di comprendere il grande impegno della televisione pubblica nell'interazione Tv+Web nel video portale Rai, che risponde all'esigenza non solo di diffondere conoscenza sull'identità storico-culturale italiana, ma di coinvolgere e sensibilizzare le nuove generazioni.

**Parole chiave** Giovani, Identità, Tv, Web, Portale Rai.

**Abstract** In the ambit of the festivities for the 150th Anniversary of the Unification of Italy, the state television fields a series of new appointments and communication proposals. Starting from an analysis of the role of television and the web in the transmission of identity, and from the sharing of community values, attention is placed on the video portal [www.150.rai.it](http://www.150.rai.it). In this sense, the testimony of Piero Gaffuri, New Media Director of Rai, allows us to understand the great commitment of public television in the interaction Tv+Web in the video portal Rai, which responds to the needs of spreading knowledge about the Italian historical-cultural identity, and of involving and sensitizing the younger generations.

**Keywords** Young People, Identity, Tv, Web, Rai Portal.

# 150%. La Statistica ufficiale e l'Italia unita: brevi appunti di una storia in parallelo

*di Corrado Peperoni*

**Abstract** Nell'anno del centocinquantenario dell'Unità d'Italia, merita più di qualche riflessione il compito cruciale che in questo secolo e mezzo la statistica ufficiale ha svolto nel nostro paese. Scopo di questo articolo, che non può pretendere d'essere esaustivo, è quindi quello di fornire una breve ricognizione sul ruolo della statistica ufficiale, e della sua comunicazione e diffusione, in questi centocinquanta anni di storia unitaria. L'auspicio è che questa rapida panoramica possa motivare il lettore, che trovi la materia di proprio interesse, ad approfondirla nelle fonti segnalate in bibliografia o nelle celebrazioni che si svolgeranno nei prossimi mesi o, ancora, negli atti di quelle appena svoltesi.

**Parole chiave** Istat, Statistica Ufficiale, Comunicazione Pubblica, Unità d'Italia.

**Abstract** In the one hundred and fiftieth anniversary of the Italian Unity, the crucial role official statistics played in our country during this period deserves more than one reflection. The aim of this article, which cannot pretend to be exhaustive, is to provide a brief overview about the role of official statistic, its communication and dissemination, in this century and a half of unitary history. The auspice is that this rapid review could motivate the reader - who might find the subject interesting - to study it in depth through the informative sources listed in the bibliography, in the celebrations of the next months or, lastly, in the proceedings of those that have recently taken place.

**Keywords** Istat, Official Statistics, Public Communication, Italian Unity.

***C'è più gusto ad essere italiani...***

## **L'Unità d'Italia alla prova dei sondaggi**

*di Paolo Fedeli*

**Abstract** L'articolo intende riflettere sulle modalità in cui uno strumento usualmente sfruttato dagli attori comunicativi moderni per *mettere in scena* l'opinione degli italiani abbia contribuito alla narrazione delle celebrazioni per il centocinquantenario dell'Unità d'Italia. In particolare, nella prima parte del testo sarà oggetto d'analisi il modo in cui, in pochi mesi, il *sentiment* dei cittadini registrato dagli istituti demoscopici abbia subito una sorta di repentino risveglio rispetto all'importanza della celebrazione dell'Unità. Seguirà una rassegna critica delle principali rilevazioni che si sono concentrate su un aspetto di particolare interesse: il mutamento del lessico degli italiani e le modalità in cui un evento mediale e nazionale sembra aver contribuito alla sua evoluzione.

**Parole chiave** Sondaggi, Opinione pubblica, Lessico, Valori.

**Abstract** The article deals with the ways in which a tool that is usually used by modern communicative actors to *display* the opinion of the Italians contributed to the narration of the celebrations for the one hundred and fiftieth anniversary of Italian Unity. In particular, in the first part of the text will be analyzed the way in which, in a few months, the feelings of the citizens registered by opinion polls institutes has been subjected to some sort of sudden awakening as to the importance of celebrating Italian Unity. A critical review of the principal surveys that focused on a particularly interesting aspect will follow: the transformation of Italian lexicon and the way in which a media and national-popular event seems to have contributed to its evolution.

**Keywords** Opinion polls, Public opinion, Lexicon, Values.

# La didattica ri-vista

## Appunti di viaggio sugli eventi della community dottorale della Sapienza

**Abstract** Inauguriamo una rassegna di eventi culturali legati in primo luogo al Dottorato di Ricerca in Scienze della Comunicazione e alla Scuola Mediatrends a cui il Dottorato afferisce, e aperta alla comunità dottorale del primo Ateneo romano. I testi che seguono rappresentano una riflessione critica a partire dal primo incontro del ciclo “Leggere la Società”, che condurrà gli allievi della Scuola Mediatrends a confrontarsi con i più innovativi approcci di studio e ricerca nel campo dei media studies, per riflettere sul rapporto tra media, tecnologie e società, e una testimonianza relativa al ciclo di tavole rotonde sul tema “Libri, documenti e istituzioni: la memoria dell’Italia unita”, organizzato dal Dottorato di ricerca in Scienze librerie e documentarie della Sapienza Università di Roma. Collezionare tali testimonianze rappresenta un importante stimolo all’innovazione didattica e di ricerca, all’interno del settore apicale della formazione universitaria.

**Abstract** We start a review of the cultural events linked to the Doctorate in Science of Communication and the Mediatrends School to which it adheres, and opened to the doctoral community of the first University of Rome. The following texts represent a critical reflection about the first of the cycle of lessons called “Reading society”, that will make the School’s students face the most innovative in study and research approaches on media studies, to reflect on the relation between media, technology and society. The texts are also and an account of the cycle of round tables on “Books, documents, and institutions: the memory of unified Italy”, organized by the Doctorate in Library and documentation Science of the Sapienza University in Rome. To collect such accounts will represent an important incentive to didactic and research innovation, in that apical sector of academic formation that is the Doctorate.