

Comunicazionepuntodoc
Numero 5 – maggio 2012

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

www.comunicazionepuntodoc.it
comunicazionepuntodoc@uniroma1.it

Direttore responsabile

Mario Morcellini

Comitato Scientifico

Maria Stella Agnoli
Luoïs Begioni
Milly Buonanno
Simona Colarizi
Peter Dahlgren
Federico Di Trocchio
Franca Faccioli
Giovambattista Fatelli
Renato Fontana
Valeria Giordano
Jeong-Nam Kim
Silvia Leonzi
Felipe Julián Hernández Lorca
Jorge Luis Lozano Hernández
Alberto Marinelli
Raffaella Messinetti
Pierre Musso
Isabella Pezzini
Michele Prospero

Comitato di Redazione

Davide Borrelli
Francesca Comunello
Fabrizio Martire
Fabio Matassa
Barbara Mazza
Laura Minestroni
Diana Salzano
Cristina Sofia
Marialuisa Stazio
Guido Vitiello

Coordinamento Editoriale

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

Responsabili delle rubriche

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

Contributi di

Manuela Bartolotta
Francesca Belotti
Antonio Bettanini
Isabella Bruni
Rosanna Consolo
Angela Creta
Vincenza Del Marco
Paolo Fedeli
Martina Ferrucci
Giada Fioravanti
Claudio Foliti
Renato Fontana
Anna Angela Franchitto
Mattia Gangi
Elena Gremigni
Raffaele Lombardi
Valentina Martino
Barbara Mazza
Corrado Peperoni
Christian Ruggiero
Paolo Sorrentino
Barbara Specca
Elena Valentini
José Miguel Tuñez Lòpez

*Le immagini a corredo delle rubriche
sono di Marino D'Amore*

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

Comunicazionepuntodoc è la rivista progettata e curata 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 affianca i contributi dei giovani studiosi alle competenze più esperte dei formatori, dei ricercatori e dei docenti, al fine di creare 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 a studenti e studiosi delle aree di Comunicazione e Scienze Sociali degli atenei italiani e del panorama accademico internazionale, che possono contribuire ai contenuti con propri articoli.

La struttura della rivista prevede una sezione monografica dedicata a uno specifico tema (saggi, articoli, interventi e interviste) e uno spazio, quello delle rubriche, dedicato in maniera trasversale e transdisciplinare alle diverse tematiche di ricerca delle Scienze della Comunicazione: l'analisi dei prodotti medialti (**Metafore dell'Industria Culturale**), la sociologia del lavoro e delle professioni (**Comunicazione timbra il cartellino**) 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**), la comunicazione ambientale (**EcoLogica**).

Indice

Paese che vai, comunicazione che trovi Editoriale <i>di Barbara Mazza e José Miguel Tuñez Lòpez</i>	7
Rubrica La comunicazione timbra il cartellino	13
Di riforma in riforma... Lo stato dell'arte in Italia <i>di Elena Valentini</i>	19
Rubrica Trame Testuali	29
Orientamento e placement: le sfide della comunicazione <i>di Renato Fontana e Valentina Martino</i>	41
Rubrica Impronte digitali	51
Le architetture formative della Comunicazione. Un confronto tra Italia e Spagna <i>di Raffaele Lombardi</i>	71

Gli effetti del riformismo accademico: prove di governance <i>di Anna Angela Franchitto</i>	83
Rubrica Il pastone rimediato	95
Studiare comunicazione. Una promenade in Europa <i>di Rosanna Consolo</i>	111
L'eterno dilemma tra sapere e saper fare <i>di Francesca Belotti</i>	127
Rubrica Metafore dell'industria culturale	141
Del conseguimento della maggiore età per i Corsi di Laurea in Comunicazione <i>di Isabella Bruni</i>	151
La ri-mediazione del Comunicatore in tempi di convergenza <i>di Claudio Foliti</i>	163
Rubrica EcoLogica	175
Connessioni <i>contribut di Antonio Bettanini ed Elena Gremigni</i>	181

Di riforma in riforma...

La stato dell'arte in Italia

di Elena Valentini

Abstract Il contributo, a partire da una sintetica panoramica sui principali provvedimenti che hanno ridisegnato il sistema universitario negli ultimi anni, riflette su alcuni tra i problemi aperti dalle riforme degli ordinamenti didattici e da quella più recente sulla *governance*, con specifico riferimento all'area delle Scienze della comunicazione.

Emerge un quadro articolato tra innovazione e criticità, nel quale assumono una rilevanza crescente il monitoraggio e la valutazione sistematica e in itinere delle riforme e dei loro effetti, per orientare interventi correttivi e azioni ispirate alla manutenzione dei processi.

Parole chiave Riformismo, Didattica, *Governance*, Valutazione.

Abstract This paper presents a brief overview of the main laws which have redesigned the Italian university system in the last decades, and deals with outstanding issues related to the didactic reforms and to the most recent one introduced by the Law 240/2010 (the so called Gelmini Reform), with specific reference to the Communication Sciences area. The reforms have produced a complex impact characterized by innovation and critical aspects. Reform monitoring and systematic evaluation of their effects are strategic in order to identify the main problems and to correct them through actions of process maintenance.

Keywords Reform, Didactics, *Governance*, Evaluation.

Orientamento e placement: le sfide della comunicazione

di Renato Fontana e Valentina Martino

Abstract Dalla fine degli anni Novanta le riforme della didattica universitaria hanno rappresentato un decisivo banco di prova per lo sviluppo dei servizi di orientamento e, più recentemente, di *job placement* nel sistema europeo dell'alta formazione.

A partire da questo scenario, il contributo offre una riflessione sul non facile percorso di sviluppo e istituzionalizzazione delle funzioni di accompagnamento al lavoro e *placement* nell'Università pubblica italiana, anche in riferimento a più ampi cambiamenti interni e del contesto sociale: fra questi, l'innovazione di modelli e contenuti formativi, la crisi del mercato del lavoro e, non ultima, la maturazione di un nuovo stile relazionale nei confronti degli *stakeholders* sociali dell'accademia.

Parole chiave Placement, Università, Didattica, Orientamento, Riforme.

Abstract Since the late '90s the reforms of University didactics have played a decisive test-bed for the development of guidance facilities for students and, more recently, job placement services in the European system of higher education.

Moving from this scenario, the paper aims to offer some reflections about the not easy development and institutionalization process of career guidance and *job placement* within the Italian public University, also with regard to wider changes investing internal and social contexts: Among them, the innovation of formative models and contents, the crisis of the labour market and, last but not least, the maturation of a new relational style toward the social *stakeholders* of the academic world.

Keywords Job Placement, University, Didactics, Guidance for students, Reforms.

Le architetture formative della Comunicazione.

Un confronto tra Italia e Spagna

di Raffaele Lombardi

Abstract La promozione di uno Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore ha consentito la progressiva armonizzazione dei sistemi universitari e l'adeguamento delle differenti normative ad un modello comune.

Quali cambiamenti hanno riguardato gli studi in Comunicazione? Analizzando congiuntamente le realtà italiana e spagnola, la riflessione verte sul riconoscimento identitario degli studi in Comunicazione, nell'istituzionalizzazione di percorsi e profili formativi per le professioni comunicative.

Parole chiave Comunicazione, Identità, Riforma universitaria, Italia, Spagna.

Abstract The promotion of a European Area of Higher Education has enabled the progressive harmonization of the university systems to a common model or at least to some general guidelines.

What changes have regarded in particular the sphere of Communication studies? Analyzing both the Italian and the Spanish context, reflections are made on the identity of Communication studies and on the institutionalization of paths and educational profiles for communication professions.

Keywords Communication, Identity, University reform, Italy, Spain.

Gli effetti del riformismo accademico: prove di governance

di Anna Angela Franchitto

Abstract Le recenti disposizioni in materia di istruzione universitaria aprono una fase di ripensamento sulle scelte di progettazione dei contenuti formativi e sulle priorità d'azione del sistema-Università. L'ultimo rapporto di ricerca realizzato da *Scienze.Com*, l'Osservatorio della Conferenza nazionale delle facoltà e dei corsi di laurea in Scienze della comunicazione fornisce una fotografia degli studi in Comunicazione che dimostrano di conformarsi alle istanze di revisionismo accademico. Nell'attuale contesto organizzativo, i cambiamenti normativi si pongono come un'ulteriore opportunità da spendere in maniera strategica per compiere un rilancio dei profili costitutivi della comunicazione, consolidando e valorizzando l'immagine e l'identità della Comunicazione come scienza universitaria.

Parole chiave Riformismo accademico, Corsi di laurea in Comunicazione, Identità.

Abstract The recent legislation on higher education gives the possibility to rethink the planning choices of learning contents and the intervention priorities of the university system. The latest research report produced by *Scienze.Com*, the Observatory of the National Conference of Faculties and Graduate Courses in Communication studies, provides an outlook of the studies in communication which are conform to the requests of academic reform. In the current organizational context, the regulatory changes represent a further opportunity to be used strategically in order to relaunch, consolidate and enhance the image and identity of Communication as a university discipline.

Keywords Academic reforms,, Degree courses in Communication, Identity.

Studiare comunicazione.

Una *promenade* in Europa

di Rosanna Consolo

Abstract L'articolo intende proporre una riflessione sulla "reputazione" dei corsi di laurea in Comunicazione a partire dal *naming* dei curricula, e in un'ottica di comparazione internazionale. La sfida che le Università di trovano ad affrontare negli ultimi anni è quella di riuscire ad andare oltre il termine-ombrello comunicazione per valorizzare al meglio l'eterogeneità di un campo di studi che comprende contenuti e tecnologie, soggetti e oggetti del comunicare. Allora, è utile offrire una lettura trasversale delle parole-chiave che identificano il *progetto culturale comunicazione* in Italia, Francia, Germania e Spagna.

Parole chiave Offerta formativa, Brand, Reputazione, Progetto culturale.

Abstract The article deals with the "reputation" of Communication degree courses starting from the naming of the curricula, and in an international comparative approach. The challenge Universities are facing in recent years is to go beyond the term of "communication" to better enhance the heterogeneity of a this field of studies which contains contents and technologies, subjects and objects to communicate. For this reason, it seem useful to offer a transversal reading of the key-words identifying the *communication cultural project* in Italy, France, Germany and Spain.

Keywords Formative offer, Brand, Reputation, Cultural project.

L'eterno dilemma tra sapere e saper fare

di Francesca Belotti

Abstract Il problema del rapporto tra “sapere” e “saper fare” va inquadrato entro il più ampio dibattito sull'identità dell'Università e, nello specifico, degli studi in Comunicazione.

Nella tensione che intercorre tra professionalizzazione da un lato, ed autonomia universitaria dall'altro, le esperienze curriculari di tipo pratico assumono oggi un valore determinante: coniugano formazione teorica e pratica, creando un “ponte” tra accademia e mondo del lavoro.

I Corsi di Laurea in Comunicazione italiani sembrano andare in questa direzione, registrando un trend positivo quanto a numero di laboratori e stage attivati. Vi fanno pendant le “buone prassi” avviate in alcune Facoltà di Comunicazione spagnole.

Parole chiave Università, Comunicazione, Sapere, Formazione pratica.

Abstract The relationship between “knowing” and “knowing how” is framed within the broader debate on the University's identity and, specifically, on the identity of Communication studies.

Nowadays, in the tension between professionalization on one hand, and university autonomy on the other, practical curricular experiences assume a decisive value: they combine theoretical education and practical training, creating a “bridge” between the academic world and the labour market.

The Italian degree courses in Communication follow this direction, showing a positive trend in terms of number of laboratories and traineeships activated. Furthermore, also some Spanish Faculties of Communication have adopted these “good practices”.

Keywords University, Communication, Knowledge, Practical training.

Del conseguimento della maggiore età per i Corsi di Laurea in Comunicazione

Affinità e divergenze tra Università e mercato del lavoro in Italia e in Spagna

di Isabella Bruni

Abstract Il contributo affronta il tema del rapporto tra istruzione superiore e mondo del lavoro, alla luce del dibattito pubblico italiano alimentato dalle recenti riforme dell'Università e dalla situazione di crisi economica. In particolare, viene analizzato il caso dei Corsi di Laurea in Scienze della Comunicazione, facendo ricorso ai dati del Consorzio Almalaurea e a quelli dell'Osservatorio *Scienze.Com* sulla condizione occupazionale dei laureati e sull'attrattiva dei corsi. Il contributo è corredato dalla comparazione di proposte per la promozione occupazionale tra Italia e Spagna, incentrate rispettivamente sullo stage e sulla autoimprenditorialità studentesca. Vengono così individuati alcuni punti di forza per consolidare il valore e la reputazione delle Scienze della Comunicazione agli occhi di opinione pubblica, mercato del lavoro e mondo accademico.

Parole chiave Università, Mercato del lavoro, Reputazione, Occupabilità.

Abstract The contribution deals with the relationship between higher education and the labor market, in the light of the Italian public debate fueled by the recent University reform and the current economic crisis.

In particular, the case of the degrees in Communication studies is analyzed, using data provided by Consortium Almalaurea and *Scienze.Com* Observatory on graduate employment and courses attractiveness. The contribution is accompanied by a comparison of Italian and Spanish proposals to promote employment, focusing on stage and forms of student self-employment. Some points of strength which consolidate the value and reputation of Communication Studies in the public opinion, the labor market and the academic world are identified.

Keywords University, Labor market, Reputation, Occupability.

La ri-mediazione del Comunicatore in tempi di convergenza

di Claudio Foliti

Abstract Partendo dal tentativo di profiling elaborato dall'osservatorio di ricerca *Scienze.Com*, attraverso i contributi di vari autori e del visiting professor José Miguel Túñez López, l'articolo cerca di focalizzare quali sono i fenomeni che hanno determinato la trasformazione della figura del comunicatore – con un occhio particolarmente attento a quella del giornalista – e cerca di individuare alcune possibili strade che si possono intraprendere per rispondere al meglio alle sfide provenienti dal progresso tecnologico. Se da un lato il comunicatore dell'era della convergenza sembra essere vittima delle nuove tecnologie e delle loro potenzialità, dall'altro egli ne può divenire padrone, sfruttandole per ribadire la propria professionalità.

Parole chiave Professionalità, Rimediazione, Convergenza, Giornalismo.

Abstract This article investigates about the profile of the professional communicator using the data provided by the *Scienze.Com* Observatory. The analysis tries to identify the phenomena which determine the transformation of communicators – in particular, of journalists – moving from some remarks by other authors and especially by the Visiting Professor José Miguel Túñez López. The article also suggests a possible way to keep up with technological progress. Even if the professional communicator of the convergence era may appear to be a victim of new technologies and of their potential, he/she can also learn how to manage them, confirming his/her professionalism.

Keywords Professionalism, Remediation, Convergence, Journalism.

Connessioni

Studi e ricerche “in autonomia”

Per coniugare la sua struttura – articolata in saggi, articoli, interventi e interviste dedicate ad uno specifico tema monografico e in rubriche dedicate alle diverse tematiche di ricerca delle Scienze della Comunicazione – con la possibilità di ospitare contributi “autonomi”, *Comunicazione punto doc* introduce uno spazio nuovo, *Connessioni*.

Il riferimento è alla volontà di rivolgersi a dottorandi, dottori di ricerca, ricercatori, docenti ed esperti nelle aree di Comunicazione e Scienze Sociali degli Atenei italiani, consentendo agli appartenenti ad una *community* più ampia di quella che genera la rivista di contribuire alla sua realizzazione.

L'Europa della comunicazione di crisi

di Antonio Bettanini

Abstract L'articolo intende proporre una lettura critica del profilo coordinato tra *crisis management* e *crisis communication* che agenzie ed enti pubblici sembrano, ancor oggi, refrattari a darsi. In particolare, l'attenzione si concentra sulla molteplicità di strutture, programmi e azioni di gestione della crisi presenti all'interno istituzioni europee. Per proporre, alla luce dell'assetto sancito da trattato di Lisbona del 2007, le basi per un nuovo modello di comunicazione integrata capace di ospitare la comunicazione di crisi.

Parole chiave *Crisis management*, *Crisis communication*, Istituzioni europee, Comunicazione integrata.

Abstract The article aims to provide a critical reading of the coordinated profile between *crisis management* and *crisis communication* that public agencies and authorities seem reluctant to give themselves. The focus is on the numerous structures, programmes and actions in crisis management present in European institutions. The aim is to look at the structure given by the Lisbon Treaty, placing the basis of a new model of integrated communication, able to host crisis communication.

Keywords *Crisis management*, *Crisis communication*, European institutions, Integrated communication.

Nativi digitali o digitali naïve?

Qualche considerazione in merito all'uso di Facebook da parte degli studenti

di Elena Gremigni

Abstract La distinzione tra *Digital Natives* e *Digital Immigrants* proposta da Marc Prensky ha mostrato in questi ultimi anni molti limiti, al punto che lo stesso autore ha proposto recentemente di superare questa suddivisione su base anagrafica per avviare una diversa classificazione in termini di *Digital Wisdom*.

La ricerca sui gruppi presenti su Facebook dedicati ai docenti della scuola realizzata in questa sede evidenzia quanto sia ancora superficiale il modo di utilizzare la rete da parte degli ado-lescenti e quanto sia necessaria una *media education* non solo per gli adulti, ma anche per i giovani nati nell'epoca delle ICT.

Parole chiave Net Generation, Nativi digitali, Social Network, Media literacy, Media education.

Abstract Marc Prensky's distinction between *Digital Natives* and *Digital Immigrants* has lately been considered unsatisfactory, so that the author himself has recently proposed to abandon this classification based on age and to introduce a different one, linked to *Digital Wisdom*.

This research on Facebook groups, whose members are students chatting about their own teachers, shows that teenagers' use of the Web is still shallow and that *media education* would be needed not only for adults but also for young people born in the age of ICT.

Keywords Net Generation, Digital Natives, Social Networks, Media literacy, Media education.

Referaggio dei contenuti

I contributi della sezione monografica sono sottoposti al **referaggio esperto** del Comitato Scientifico e del Comitato di redazione, mentre i contributi delle diverse rubriche, prima di essere sottoposti al referaggio esperto del Comitato Scientifico, e del Comitato di redazione, subiscono un processo revisione operato dai responsabili delle rubriche, dottorandi o dottori di ricerca riconosciuti dal Comitato Scientifico come "cultori" delle discipline di riferimento.

Per inviare contributi

La doppia mission di *Comunicazionepuntodoc* si realizza:

- attraverso il continuo confronto scientifico e critico tra dottorandi, dottori di ricerca e giovani ricercatori da una parte, ed importanti esponenti delle Scienze Sociali e dei *professionisti dello spazio pubblico* dall'altra;
- grazie alla diffusione della conoscenza resa possibile dall'invio di contributi da parte di dottorandi, dottori di ricerca e giovani ricercatori impegnati a livello nazionale e internazionale nella ricerca nel campo delle Scienze Sociali.

Per inviare contributi e proposte:

comunicazionepuntodoc@uniroma1.it

Comunicazionepuntodoc

è la Rivista semestrale del dottorato in Scienze della Comunicazione e della Scuola di Dottorato Mediatrends della Sapienza Università di Roma.

Registrazione presso il Tribunale di Milano
n. 134 del 20-03-2009

- Un singolo numero Euro 12,00
- Abbonamento annuale Euro 20,00
(Spedizione gratuita)
- Abbonamento 4 numeri Euro 30,00
(Spedizione gratuita)

Per abbonarsi online

www.faustolupettieditore.it

Per abbonarsi Banco Posta

c.c postale n.92525948

Intestato a Logo Fausto Lupetti Editore

Responsabile abbonamenti

danielelupetti@fastwebnet.it

Telefono 0039 02 36536238

L'editore garantisce il trattamento dei dati personali forniti dagli abbonati nel rispetto e a tutela della riservatezza a norma della legge 675/96 e dell'art. 13 del D.lgs 196/2003