# Comunicazione sociale

## Prof. Carla Lunghi

***OBIETTIVO DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

L’insegnamento si propone di fornire agli studenti:

* conoscenze per osservare e interpretare quei particolari processi comunicativi legati agli interessi collettivi e di pubblica utilità
* competenze pratico-operative per svolgere con maggior consapevolezza le professioni legate al mondo della comunicazione.

Nella prima parte del corso verranno introdotti i concetti, le ricerche e gli studi di caso più significativi nell’ambito della comunicazione sociale.

La seconda parte del corso sarà pratico-operativa volta a far sperimentare agli studenti che cosa significhi comunicare iniziative e realtà/enti di pubblica utilità e come essere creativi su tematiche potenzialmente controverse dal punto di vista culturale e valoriale.

Al termine dell'insegnamento gli studenti saranno in grado di:

* individuare le caratteristiche culturali e sociali delle campagne di pubblica utilità
* utilizzare le competenze teoriche e metodologiche apprese per comprendere il ruolo della comunicazione su tematiche potenzialmente controverse
* analizzare criticamente campagne di comunicazione sociale messe in atto da attori diversi quali le pubbliche amministrazioni, gli enti profit, gli enti non profit, gli enti religiosi
* elaborare nuove proposte creative in riferimento a problematiche di pubblica utilità.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

Oggetto dell’insegnamento saranno le seguenti aree:

1. *La comunicazione sociale.*

* Definizione.
* Caratteristiche.
* Ambiti di riferimento.

2. *Gli attori della comunicazione sociale.*

* Le organizzazioni non profit.
* Le organizzazioni non governative e di volontariato.
* Gli enti pubblici.
* Le imprese profit.

3. *Come* *strutturare una campagna di comunicazione sociale*

* Gli obiettivi
* Il target
* Gli strumenti
* I nuovi media
* La valutazione di impatto della comunicazione sociale.

4. *Il giornalismo sociale*

* Storia del giornalismo sociale in Italia.
* Alcune esperienze italiane: Vita, Redattore sociale, Pluraliweb, Comunicare il sciale, Shoot4Change.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

Studio dei materiali caricati su Blackboard (slide delle lezioni)

Studio integrale dei seguenti testi:

* Bernocchi R., Contri A., Rea A., *Comunicazione sociale e media digitali*, Carocci, Roma, 2018. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/roberto-bernocchi-alberto-contri-alessandro-rea/comunicazione-sociale-e-media-digitali-9788843090228-529165.html)
* Peruzzi G. – Volterrani A., *La comunicazione sociale*, Laterza, Roma-Bari, 2016. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/gaia-peruzzi-andrea-volterrani/la-comunicazione-sociale-9788859300274-234729.html)
* Peruzzi G., *Fondamenti di comunicazione sociale. Diritti, media, solidarietà*, Carocci, Roma, 2011. [*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/gaia-peruzzi/fondamenti-di-comunicazione-sociale-diritti-media-solidarieta-9788843063901-224283.html)

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni frontali.

Lavori pratici guidati.

Esercitazioni di gruppo

Testimonianze di esperti del settore.

***METODO DI VALUTAZIONE***

La valutazione delle conoscenze e delle competenze aquisite avverrà con una prova di gruppo e una prova individuale.

La prova di gruppo consisterà nell’elaborazione (e presentazione alla classe) di un progetto di comunicazione sociale (articolato in due parti: analisi di campagne esistenti e proposta creativa).

La prova individuale consisterà in un’esame orale sui contenuti dei testi indicati nella voce *Bibliografia*

Il voto finale sarà costituito dalla media ponderata delle valutazioni ottenute nelle due prove: lavoro di gruppo (40%) + esame orale (60%).

Della presentazione di gruppo verranno valutati i seguenti aspetti:

* la struttura grafica
* l’ordine logico-concettuale degli argomenti
* la coerenza e l’originalità della proposta creativa.

Nella prova orale saranno oggetto di specifica valutazione:

* il lessico specifico
* la logica espositiva degli argomenti
* la correttezza dei collegamenti concettuali
* la capacità critica di rielaborazione degli argomenti.

***AVVERTENZE***

L’insegnamento non necessita di prerequisiti relativi ai contenuti.

Si presuppone comunque interesse e curiosità intellettuale per lo studio delle dinamiche culturali e comunicative.

Inoltre, data l’impostazione teorico-pratica del corso, è fortemente caldeggiata la presenza in aula.

Gli studenti sono invitati a consultare regolarmente per avvisi e aggiornamenti la piattaforma Blackboard, che ciascuno studente dovrà aggiornare con il proprio indirizzo e-mail abituale.

*Orario e luogo di ricevimento*

La Prof. ssa Carla Lunghi riceve previo appuntamento da concordare via mail: [carla.lunghi@unicatt.it](mailto:carla.lunghi@unicatt.it)

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)