

Media, linguaggi, comunicazione: scenari del presente e del futuro

UNICApress/ateneo

a cura di
Elisabetta Gola, Andrea Volterrani,
Fabrizio Meloni, Arianna Careddu



RESOCONTI /9

Il volume rappresenta un resoconto della conferenza “Media, linguaggi, comunicazione: scenari del presente e del futuro”, che si è svolta a Cagliari il 13 e 14 Ottobre 2022. La conferenza è stata organizzata in collaborazione dall'Università di Cagliari, dall'Azienda Ospedaliero-Universitaria di Cagliari, e dalla Università di Roma “Tor Vergata”, con l'intento di mettere a confronto su alcuni temi fondamentali del panorama sugli scenari della comunicazione accademici e professionisti, filosofi, sociologi, linguisti, ma anche giornalisti, grafici, game designer. Ciascun capitolo del testo si focalizza su una delle tematiche affrontate nei panel, con alcune integrazioni necessarie a rendere fruibile il volume. Nel complesso viene mostrata l'importanza della relazione, dei linguaggi e dei media rispetto agli effetti della comunicazione in ambito sociale, educativo, della comunicazione pubblica e culturale.

UNICApres/ateneo

RESOCONTI

9



Media, linguaggi, comunicazione: scenari del presente e del futuro

ATTI DELLA CONFERENZA INTERNAZIONALE
MEDIA AND MASS COMMUNICATION
13th-14th October 2022 University of Cagliari, Sardinia, Italy
T Hotel, Via dei Giudicati 66, Cagliari

a cura di

Elisabetta GOLA, Andrea VOLTERRANI,
Fabrizio MELONI, Arianna CAREDDU



Cagliari

UNICApres

2023

Sezione Ateneo
Collana RESOCONTI /9
ISSN 2974-6671

Media, linguaggi, comunicazione: scenari del presente e del futuro
a cura di Elisabetta Gola, Andrea Volterrani, Fabrizio Meloni, Arianna Careddu

Con la collaborazione di Sabrina Campus, Claudia Loviselli, Maria Cristina Foronda, Davide Marras, Manuela Salis, Alessandro Useli.

Cover photo: © Ivan101 via Canva.com

Layout by UNICApres

© Authors and UNICApres, 2023
CC-BY-SA 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

Cagliari, UNICApres, 2022 (<http://unicapres.unica.it>)
ISBN 978-88-3312-099-7 (versione online)

DOI <https://doi.org/10.13125/unicapres.978-88-3312-099-7>

Indice

- 9 **Introduzione generale** (Elisabetta Gola, Andrea Volterrani, Fabrizio Meloni, Arianna Careddu)

Capitolo 1. Politica, piattaforme, comunicazione

- 13 *Politica, piattaforme, comunicazione.* Introduzione a cura di Andrea Volterrani
15 *Piattaforme digitali fra neoliberalismo e pratiche di resistenza* (Michele Sorice)
21 *Potere e informazione. Disinformare, manipolare, delegittimare* (Marco Pignotti)
27 *Piattaforme digitali e democrazia deliberativa. Alcune note a partire da Hannah Arendt* (Angela Taraborrelli)

Capitolo 2. Linguaggi, media, ambiente

- 33 *Linguaggi, simboli, frame.* Introduzione a cura di Pietro Storari
35 *Per una definizione benefica di “sostenibilità”: Indagine ecostilistica di testi e strategie* (Daniela Francesca Viridis, Eleonora Mamusa)
43 *Linguaggio metaforico e problemi dell’ambiente* (Francesca Ervas)
47 *I linguaggi dell’ambiente* (Alice Guerrieri)
53 *Parole e ambiente* (Elisabetta Gola)

Capitolo 3. Industria culturale e promozione del cultural heritage: cinema, serie tv, videogame

- 57 *Cinema e promozione culturale: luci e ombre.* Introduzione a cura di Antioco Floris
59 *L’uso degli immaginari per la promozione del Cultural Heritage* (Emiliano Ilardi)
63 *Fra translocalizzazione e stereotipizzazione: note sulle dinamiche di rappresentazione del territorio nei media audiovisivi contemporanei* (Diego Cavallotti)
67 *Piramidi, oasi e altre amenità: scoprire l’Egitto con Assassin’s Creed: Origins* (Andrea Piano)
71 *Paesaggi Videoludici: la rappresentazione di luoghi reali nei videogiochi* (Sara Cuccu)
75 *Cineturismo, immaginario e cultura partecipativa* (Mario Garzia)
81 *“Le metodologie partecipative visuali e il graphic recording”: Accompagnare, facilitare e raccontare* (Marco Serra)

Capitolo 4. Comunicazione della salute

- 89 *Comunicare le emergenze sanitarie.* Introduzione a cura di Fabrizio Meloni
91 *La vaccinazione come un alveare: metafora e ragionamento per una maggiore fiducia nelle istituzioni* (Francesca Ervas)

- 95 *Nuove metafore per la comunicazione sui vaccini: nudging o ingegneria concettuale?* (Pietro Salis)
- 99 *L'importanza della comunicazione in Sanità* (Ferdinando Coghe)
- 101 *L'esperienza dell'ARNAS G. Brotzu al tempo del Covid* (Roberta Manutza)
- 103 *Una sanità pubblica vicina ai cittadini* (Roberta Mochi)

Capitolo 5. Comunicazione plurale: multiculturalismo e diversità

- 109 *Equità, diversità, disabilità: le parole giuste.* Introduzione a cura di Donatella Perretto
- 113 *Communicating diversity* (Andrea Volterrani)
- 119 *La co-costruzione di un immaginario collettivo al di là della diversità: l'esempio della comunità di SMOOTH* (Marianna Siino)
- 123 *Comunicazione accessibile in ambito turistico: riflessioni e suggerimenti per un approccio inclusivo* (Stefania Gandin)
- 137 *Abilismo e comunicazione accessibile* (Andrea Ferrero)
- 141 *Comunicare la diversità* (Giuseppina Tumminelli)

Capitolo 6. Media Education

- 149 *Educazione e Media: un dibattito ancora aperto.* Introduzione a cura di Giuliano Vivanet
- 151 *Reti e sistemi che apprendono. Note su creatività, competenze, cittadinanza* (Mario Pireddu)
- 157 *Il punto di vista mediologico sulla media education* (Alessio Ceccherelli)
- 161 *Platform education. Tra interessi commerciali, valori pubblici e pandemia Covid-19* (Gianna Cappello)

Capitolo 7. Giornalismo

- 171 *Il giornalismo oggi tra narrazione e verità.* Introduzione a cura di Elisabetta Gola
139
- 173 *You can't handle the truth!" Non puoi gestire la verità!* (Phillip Martin)
- 177 *You can't handle the truth: growing authoritarianism in America and mass denial of objective reality journalism* (Mauro Pala)
- 179 *Populismo digitale e informazione giornalistica fra logiche globali e contesti locali* (Franciscu Sedda)

Capitolo 8. Comunicazione, innovazione, società: scenari presenti e futuri

- 187 *Avanguardie comunicative: un dialogo tra imprese, PA e pubblico.* Introduzione a cura di Arianna Careddu
- 189 *Innovazione e comunicazione per una sanità più vicina ai cittadini.* (Fabrizio Meloni)
- 191 *Marketing e comunicazione* (Giuseppe Melis)
- 195 *I social media per il territorio, competenze e tecnologia* (Stefano D'Orazio)
- 197 *Digitale, social, metaverso: la PA alla prova del presente e del futuro* (Francesco Di Costanzo)

- 201 *Riflessioni conclusive* a cura di Elisabetta Gola

Fra translocalizzazione e stereotipizzazione: note sulle dinamiche di rappresentazione del territorio nei media audiovisivi contemporanei

Diego Cavallotti

Università degli Studi di Cagliari. Dipartimento Lettere, Lingue e Beni Culturali.

1. Introduzione

I media, come è stato ormai recepito dalle agenzie di valorizzazione del territorio, costituiscono un potente mezzo di promozione. Da ciò emerge l'attenzione che molti fra i *policymakers* dedicano alla questione della produzione simbolica legata alla rappresentazione di un luogo: oltre all'elaborazione di video sponsorizzati, negli ultimi vent'anni, grazie all'impulso delle *film commission*, si sono sviluppati fenomeni *brandizzazione* del territorio grazie ai film e alle serie televisive. In questi casi, l'elaborazione di tropi è strettamente correlata a un fine preciso, ossia quello di sintetizzare i tratti identitari di un'area geografica per attrarre investimenti – dal turismo all'industria.

Vi sono poi altri casi in cui l'utilizzo di tropi ha un fine meno diretto: *de facto*, un simile processo ha come obiettivo quello di dare forma al contesto in cui una specifica rappresentazione può prendere corpo. In questo caso, il tropo non è strumentale, ma entra all'interno di un gioco di rifrazioni in cui il discorso si fa cultura ed entra in dialogo con i modi in cui, da un lato, uno specifico contesto culturale si riferisce a se stesso o, dall'altro, viene considerato – e, quindi, giudicato – da un altro. Il tropo si cristallizza, così, in stereotipo, attraverso cui, come ricorda Richard Dyer nel saggio "Stereotyping", si indicano "coloro i quali le regole [sociali] mirano a escludere" (1984): si designano, così, "l'altro" e "l'esotico" per eccellenza.

All'interno di questo saggio ci occuperemo di entrambe le tendenze, riflettendo, in prima istanza, sulla questione del rapporto fra la rappresentazione del territorio e la produzione cine-televisiva negli ultimi anni, e, in seconda istanza, su come lo stereotipo possa strutturare il contesto di uno spazio di comunicazione, in particolare nel caso dei videogiochi.

2. Translocalizzazione: il caso della fiction RAI

Negli ultimi anni, il rapporto fra la promozione del territorio e la produzione cine-televisiva, mediata dalle *film commission*, è entrata in una nuova fase. Come sostengono Massimiliano Coviello e Valentina Re nel saggio "Geografia dei 'marginari', l'utilizzo delle location periferiche nella serialità Rai di genere crime" (2021), nel passato, sotto la spinta delle dinamiche di globalizzazione, si è spesso puntato su processi di *glocalizzazione* della produzione mediale: tale tendenza ha trovato riscontro in strategie di "localizzazione di contenuti (o storie) capaci di intercettare audience potenzialmente globali" (Coviello, Re, 2021, p. 275). In altri termini, il nucleo del discorso faceva riferimento a storie universali ambientate in contesti particolari, che contribuivano a conferire un alone di credibilità alla storia stessa senza inficiare l'universalità del suo messaggio. Ora, invece, si assiste a processi di *translocalizzazione*: si tratta di una "strategia diversa e in qualche modo inversa, in cui le storie si basano sulle caratteristiche distintive

dei territori da cui si originano, e sono proprio queste caratteristiche inedite, associate ai frame dei generi più popolari e familiari [...], che possono favorire la circolazione internazionale” (Coviello, Re, 2021).

In questa prospettiva, l'elemento *translocale* ci spiega per quale motivo, in molte fiction prodotte dalla Rai, si assista a una riscoperta di ciò che è sempre stato considerato marginale, ossia quei luoghi lontani dai grandi centri che hanno tradizionalmente informato la rappresentazione del territorio italiano – da Roma a Firenze, da Venezia a Milano, da Napoli a Torino. Tali luoghi non vengono più considerati in senso *glocalistico*, ossia come ambientazioni “dislocate” di storie universali, ma come territori le cui peculiarità costituiscono le coordinate fondamentali per l'elaborazione di una narrazione avvincente.

Coviello e Re forniscono come esempio di tale tendenza *La porta rossa*, fiction Rai di genere *crime*, girata e ambientata a Trieste. Come ricordano i due autori, i quali riportano un'intervista al regista Carmine Elia (Coviello, Re, 2021, p. 266), la scelta della città giuliana non è casuale, ma risponde a una scelta effettuata già in fase di sceneggiatura. Poiché la storia ha come protagonista un fantasma, quello del commissario Leonardo Cagliostro, interpretato da Lino Guancia, e rimanda alla tematica del confronto fra la vita e la morte, appare necessario ambientarla in una città di confine, la cui struttura urbana possa esprimere questa duplicità. In questo senso, Trieste, posta sulla frontiera italo-slovena e, al contempo, compresa fra il mare e le doline del Carso, costituisce un'ambientazione ideale: sono proprio le sue tipicità, in particolare il suo porto e le sue ampie aree dismesse, a innervare *translocalmente* i caratteri del luogo più appropriato per la narrazione de' *La porta rossa*.

3. Sembra Venezia ma è Genova: luoghi e stereotipi nei videogiochi

Sebbene, all'interno della riflessione sulle dinamiche rappresentative dei videogiochi, quelle concernenti i luoghi possano apparire secondarie, va sottolineato che esse presentano dei notevoli snodi di interesse. Per molti videogiochi, dai picchiaduro alla saga di *Assassin's Creed*, le ambientazioni costituiscono una quinta scenografica che assume una minore o una maggiore importanza in funzione della profondità delle strutture di *storytelling*: se il sistema narrativo del videogioco prevede una stretta interrelazione fra i personaggi e i luoghi rappresentati, allora l'ambientazione sarà più che un semplice sfondo; al contrario, come accade in molti picchiaduro, essa si configura solo come un orizzonte vago e intercambiabile.

In particolare, a tal proposito, appare rilevante il caso di *Street Fighter Alpha 2*, di cui Michael Castronuovo tratta nel saggio “Cartoline dall'Italia. Analisi iconografica delle rappresentazioni del Belpaese nel picchiaduro 2D giapponese” (Castronuovo, 2020). Come viene notato da Castronuovo, il videogioco, “sviluppato da Capcom per arcade nel 1996” (Castronuovo, 2020, p. 178), propone tra le proprie ambientazioni Genova, città a cui è associato il personaggio di Rose:

studiando attentamente lo sfondo, però si possono notare numerose incongruenze. Innanzitutto, si possono chiaramente identificare all'orizzonte due edifici veneziani [...] sull'estrema destra, incorniciato dal colonnato, il Palazzo Ducale di Piazza San Marco, mentre alla sua sinistra si può intravedere quella che sembra a tutti gli effetti la Basilica di San Giorgio Maggiore.

Insomma, sembra Venezia, ma è in realtà Genova. Si tratta di una quinta intercambiabile, un sfondo che rimanda a una vaga idea di “italianità” elaborata da un immaginario non-italiano: città d'arte, monumenti, mare, Mediterraneo, etc.

La riduzione a stereotipo funziona qui in maniera opposta rispetto alla valorizzazione dei tratti peculiari di un territorio in senso *translocale*: se, come abbiamo visto nel caso de' *La porta rossa*, quest'ultimo processo si genera all'interno di una profonda riflessione sui caratteri specifici di un territorio con l'intento di raggiungere il più ampio uditorio possibile, la stereotipizzazione messa in atto da Capcom per *Street Fighter Alpha 2* afferisce invece all'utilizzo di forme rappresentative altamente riconoscibili per comunicare superficialmente un'idea generica di

territorio, anche a costo di decontestualizzare e ricollocare elementi che gli sono tipici (Castronuovo, 2020, p. 183).

4. Conclusioni

All'interno dell'intervento abbiamo visto così come, nella produzione mediale, le strategie attraverso cui è possibile rappresentare un territorio siano ormai stratificate e rimandino a un grado maggiore o minore di raffinatezza. Se, nel caso della *translocalizzazione*, possiamo notare un movimento che dai singoli territori muove verso un orizzonte più ampio, nel caso dell'appiattimento stereotipico assistiamo all'attribuzione di caratteri dall'esterno, secondo una dinamica che, come abbiamo visto nel caso di *Street Fighter Alpha 2*, è di sovrapposizione: Genova si confonde con Venezia perché la si configura visivamente in funzione di un principio vago di "italianità".

Da questo punto di vista, abbiamo tentato di restituire la pregnanza di una simile polarizzazione all'interno non solo di uno specifico medium, ma di un più ampio sistema mediale in cui siano presenti anche i videogiochi. Questi appaiono sempre più rilevanti per quanto concerne il tema della rappresentazione – non solo stereotipica, come nel caso citato – del territorio.

Riferimenti bibliografici

- Dyer Richard (1984)., *Stereotyping*, in. Id., *Gays and Film*, New York, Zoetrope, qui in *Media and Cultural Studies: Keywords* (2006), a cura di Meenakshi Gigi Durham, Douglas M. Kellner, Oxford, Blackwell.
- Coviello Massimiliano, Valentina Re (2021). *Geografia dei 'marginari'. L'utilizzo delle location periferiche nella serialità Rai di genere crime*, «L'Avventura. International journal of Italian film and media landscapes», a. VII, n. 2, pp. 257-277.
- Castronuovo Michael (2020). *Cartoline dall'Italia. Analisi iconografica delle rappresentazioni del Belpaese nel picchiaduro 2D giapponese*, in *Il videogioco in Italia. Storie, rappresentazioni, contesti*, a cura di Marco Benoît Carbone e Riccardo Fassone, Milano, Mimesis, pp. 167-184.

Elisabetta Gola (Ph.D.) è professoressa ordinaria di Filosofia e Teoria del Linguaggio presso il Dipartimento di Pedagogia, Psicologia, Filosofia dell'Università di Cagliari, Italia. Coordina il corso di laurea in Scienze della Comunicazione ed è prorettrice per la comunicazione e l'immagine. È membro del Comitato direttivo della Società di Filosofia del Linguaggio. È stata responsabile di diversi progetti di ricerca nazionali e internazionali. La sua ricerca si concentra su metafore, semantica cognitiva, linguistica computazionale, innovazione tecnologica nelle scienze umane, comunicazione sanitaria, comunicazione pubblica e sociale.

Andrea Volterrani, sociologo dei processi culturali e comunicativi, professore associato presso l'Università di Roma Tor Vergata, è direttore del Master in Comunicazione Sociale e del Master in Agricoltura Sociale. Insegna Teoria e tecnica delle comunicazioni di massa e Sociologia della comunicazione in diversi corsi di laurea. Ha coordinato e gestisce progetti europei sulla comunicazione sociale, sulla prevenzione e sulla comunicazione della salute, sulla resilienza delle comunità e sulla formazione allo sviluppo cooperativo.

Fabrizio Meloni, è giornalista professionista, Dirigente responsabile della Comunicazione e delle relazioni esterne dell'Azienda Ospedaliera Universitaria di Cagliari è borsista presso l'Università di Cagliari per il settore scientifico disciplinare M-Fil/05 "Teoria e filosofia del linguaggio".

Arianna Careddu, è dottoranda di ricerca in filosofia del linguaggio presso l'Università di Cagliari con una tesi sul ruolo della metafora negli ambienti immersivi. Ha conseguito una laurea in regia e programmazione cinematografica e televisiva presso l'Università di RomaTre e un MA in Film and Screen Studies presso il Goldsmiths College, University of London.

ISSN 2974-6671
ISBN 978-88-3312-099-7 (versione online)
DOI <https://doi.org/10.13125/unicapress.978-88-3312-099-7>