UNIVERSITÀ DI PISA

GEOGRAFIA DELLA COMUNICAZIONE

MICHELA LAZZERONI

Anno accademico	2022/23
CdS	DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO E DELLA COMUNICAZIONE
Codice	374MM
CFU	6

Moduli	Settore/i	Tipo	Ore	Docente/i
GEOGRAFIA DELLA COMUNICAZIONE	M-GGR/02	LEZIONI	36	MICHELA LAZZERONI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze
Il corso si propone di fornire le conoscenze teoriche ed empiriche necessarie per comprendere il ruolo della comunicazione nelle dinamiche di cambiamento e di sviluppo del territorio.

Modalità di verifica delle conoscenze
Sarà valutata la capacità di discutere sui principali contenuti discussi e di connettere gli argomenti teorici con casi di studio concreti, sia nell'interazione con la docente durante le lezioni che durante la prova di esame finale.

Capacità
Obiettivo del corso è quello di favorire l'acquisizione di competenze nel campo della comunicazione e del marketing territoriale, dell'uso della cartografia nei media, delle relazioni tra letteratura, musica, cinema e luoghi.

Modalità di verifica delle capacità
Sarà valutata la capacità di esporre in maniera appropriata i concetti e i metodi presentati durante le lezioni e i contenuti presenti nei testi di esame, nonché di utilizzare il linguaggio della geografia nel campo della comunicazione.

Comportamenti
Attenzione ai contenuti presentati dalla docente.
Partecipazione attiva alla discussione in classe e alle attività proposte.

Modalità di verifica dei comportamenti
Interazione tra gli studenti e discussione durante le lezioni.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)
nessuno

Indicazioni metodologiche
Lezioni frontali (con supporto delle slides)
Presentazione di esempi e casi di studio.
Discussione e attività in aula.
Seminari di approfondimento

Programma (contenuti dell'insegnamento)
Il corso prevede l'approfondimento di alcune tematiche riguardanti il rapporto tra geografia e comunicazione.
In primo luogo, verrà sottolineata la rilevanza della comunicazione territoriale nei processi di definizione delle identità e delle immagini dei luoghi e nelle iniziative di promozione dei territori. A tale proposito, verranno presentati concetti e metodi relativi al marketing territoriale, al place

branding, al placetelling, ai diversi tipi di rappresentazione (icone, landmarks, personaggi, segni, ecc.), con particolare attenzione al cineturismo, alle relazioni tra musica e territorio, ai luoghi legati alla letteratura.
In secondo luogo, verranno forniti approfondimenti sui metodi di analisi e promozione territoriale, sul valore comunicativo della carta geografica nella storia e nel mondo contemporaneo, sull'uso della cartografia nei media, sui nuovi strumenti di produzione cartografica (GIS - Geographical Information Systems). Inoltre, partendo dagli effetti spaziali prodotti dalle nuove tecnologie e dalle reti di comunicazione, l'attenzione verrà focalizzata sui processi di globalizzazione, sul rapporto tra ICT e organizzazione del territorio, sul concetto di cybergeografia e sul rapporto tra spazi fisici e spazi virtuali, sul territorio mediato.
Infine verrà presentato il cinema come mezzo di narrazione e di interpretazione geografica e le rievocazioni storiche come strumento di sviluppo locale e di turismo esperenziale.

Bibliografia e materiale didattico

La docente metterà a disposizione degli studenti frequentanti le slides utilizzate a lezione e articoli di approfondimento sulle tematiche trattate (si veda "Modalità di esame"). Si richiede inoltre lo studio del Albanese V., Graziano T. (2020), Place, cyberplace e le nuove geografie della comunicazione, Bononia University Pres, Bologna. La docente indicherà anche i capitoli del manuale Geografia culturale che possono essere di supporto alla preparazione per l'esame.
Per i non frequentanti, sono stati indicati i testi di riferimento per la preparazione dell'esame (si veda "Indicazioni per i non frequentanti")

Indicazioni per non frequentanti

Per i non frequentanti:
Prova orale
Chi non frequenta o frequenta in maniera saltuaria dovrà preparare i seguenti testi di esame:
1. Vallega A. (2006), *Geografia culturale. Luoghi, spazi, simbol*i, Utet Libreria, Torino
2. Albanese V., Graziano T. (2020), *Place, cyberplace e le nuove geografie della comunicazione*, Bononia University Pres, Bologna.
3. un volume a scelta tra i seguenti:
- Marengo M. (2022), Geografia e letteratura, Patron, Bologna.
- Dell'Agnese E. e Rondinone A. (a cura di) (2011), *Cinema, ambiente e territorio*, Unicopli, Milano.
- Cortesi G., Bellini N., Izis E., Lazzeroni M. (2010), *Il paesaggio sonoro e la valorizzazione culturale del territorio*, Patron Editore, Bologna.

Modalità d'esame

Per i frequentanti:
Prova orale

Chi frequenta costantemente le lezioni dovrà preparare in vista degli esami:

a. gli argomenti trattati nel corso delle lezioni;
b. gli articoli di approfondimento che saranno indicati durante il corso e che saranno inseriti nella piattaforma Moodle;
c. il testo: Albanese V., Graziano T. (2020), Place, cyberplace e le nuove geografie della comunicazione, Bononia University Pres, Bologna.

Note

Le lezioni si svolgeranno nel II semestre e inizieranno a partire dal 27 febbraio 2023.

Commissioni di esame
Presidente: Michela Lazzeroni
Membri: Riccardo Mazzanti, Paola Zamperlin
Presidente supplente: Sergio Pinna
Membri supplenti: Massimiliano Grava, Paolo Macchia

Ultimo aggiornamento 08/05/2023 17:35