



UNIVERSITÀ DI PISA

GEOGRAFIA DELLA COMUNICAZIONE

MICHELA LAZZERONI

Academic year

2022/23

Course

DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO E
DELLA COMUNICAZIONE

Code

374MM

Credits

6

Modules	Area	Type	Hours	Teacher(s)
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



UNIVERSITÀ DI PISA

branding, al placetting, 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 cybergéografia 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 esperienziale.

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, simboli*, 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