

Comunicazione tra saperi e saper-fare

a cura di MICHELA DRUSIAN

UNIVERSITÀ

Il volume è pubblicato con il contributo dell'Istituto Universitario Salesiano di Venezia
– IUSVE – e dell'Osservatorio IUSVE Giovani e Futuro.

IUSVE
ISTITUTO UNIVERSITARIO



GIOVANIeFUTURO
OSSERVATORIO IUSVE

tab edizioni

© 2025 Gruppo editoriale Tab s.r.l.
viale Manzoni 24/c
00185 Roma
www.tabedizioni.it

Prima edizione maggio 2025
ISBN versione cartacea 979-12-5669-136-4
ISBN versione digitale open access
(licenza CC BY-NC-ND 4.0) 979-12-5669-137-1

È vietata la riproduzione, anche parziale,
con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la
fotocopia, senza l'autorizzazione dell'editore.
Tutti i diritti sono riservati.

Indice

- p. 9 Introduzione
di Michela Drusian, Tiziana Piccioni
- Università e formazione in comunicazione*
Prima parte
- 21 *Il corso di laurea in Comunicazione, tra sapere e saper fare*
di Renato Stella
- 35 *Sapere, per saper fare, per saper essere. L'esperienza della
Facoltà di Scienze della comunicazione sociale (FSC)
dell'Università Pontificia Salesiana*
di Fabio Pasqualetti
- 55 *Una ricerca empirica nei percorsi universitari in Scienze
della comunicazione, tra approccio laboratoriale e atten-
zione all'occupabilità*
di Matteo Adamoli, Jacopo Masiero, Tiziana Piccioni
- 71 *Il laboratorio all'università. Uno spazio fecondo per la co-
struzione del saper fare*
di Teresita Scalco

- p. 83 *Le green skills, parte essenziale del portfolio del laureato in Communication*
di Cristiano Chiusso
- Intelligenza artificiale e mondi comunicativi*
Seconda parte
- 99 *Intelligenza artificiale e comunicazione. Prospettive emergenti di ricerca*
di Nicolò Cappelletti, Umberto Rosin
- 117 *Nuovi dilemmi comunicativi. Le sfide della professione giornalistica alla prova con l'IA*
di Nicola Strizzolo, Eleonora Sparano
- 127 *Competenze per i giovani nell'era dell'IA. Il valore della media education e dello human-centered design*
di Antonio Opromolla
- 141 *Virus, parassiti e funghi. Per un approccio ecologico all'IA nella produzione artistica*
di Cristiano Dalpozzo
- 159 *Spettatori e arte generativa. Un nuovo paradigma estetico*
di Roberta Grasselli
- Marketing comunicativo e professioni*
Terza parte
- 185 *Marketing in Italia. Quale futuro per la professione?*
di Chiara Bertato, Massimiliano Moschin

- p. 201 *Il futuro delle professioni della comunicazione. Il Cerimonialista ed Esperto di Galateo nella società delle reti*
di Samuele Briatore, Efisia Annunziata Fois, Luisa Maria Antonina Trovato
- 219 *Il metodo delle costellazioni sistemiche nelle dinamiche organizzative. Prospettive di applicazione per le professioni della comunicazione*
di Maria Cristina Bussani
- Giovani e questioni della comunicazione*
Quarta parte
- 237 *Media e tecnologie digitali nella vita quotidiana. Tra giovani, saperi e prospettive*
di Michela Drusian, Claudio Riva
- 251 *La figura dell'influencer nei social media. Identità e implicazioni educative*
di Marianna Boero, Rina Manuela Contini
- 271 *La comunicazione del cyberbullismo*
di Diego Forestieri
- 285 *Sell me more! Il capitale sessuale nell'era della divulgazione digitale su Instagram*
di Raffaella Maiullo
- 301 *Comunicazione inclusiva e neoliberismo. Spunti di riflessione per una società più giusta*
di Ambra Lionello
- 319 Autrici e autori

Introduzione

di Michela Drusian, Tiziana Piccioni

Nel 2022 ricorreva il trentennale della nascita dei primi corsi di Scienze della comunicazione in Italia che videro la loro attivazione in alcuni atenei italiani¹ per poi allargarsi velocemente anche a molti altri (Morcellini 2003, Borrelli 2015). In trent'anni, i corsi di comunicazione hanno vissuto vicende alterne, passando dall'aver migliaia di iscritti a momenti in cui il titolo ha sofferto di una sorta di delegittimazione diffusa. In questi decenni, la comunicazione, in tutti i suoi aspetti e soprattutto a partire dagli anni Duemila con la comunicazione digitale, è diventata una dimensione prevalente delle nostre esperienze quotidiane, sicché un percorso universitario in grado di formare esperti di comunicazione non solo è stato riscoperto come imprescindibile, ma oltremodo necessario per fronteggiare le sfide della complessità contemporanea.

La giornata di studi dal titolo *Comunicazione tra saperi e saper fare*, svoltasi il 25 ottobre 2024 presso l'Istituto Universitario Salesiano di Venezia e organizzata dall'Area di

1. Come ricorda però Fabio Pasqualetti, qualche anno prima, precisamente nel 1988, presso l'Università Pontificia Salesiana era già stata fondata la Facoltà della Comunicazione sociale, cfr. il contributo *Sapere, per saper fare, per saper essere* di Fabio Pasqualetti.

Comunicazione e Educazione nell'ambito delle attività scientifiche dell'Osservatorio IUSVE Giovani e Futuro², ha rappresentato la conclusione di un percorso di ricerca iniziato proprio nel 2022, che ha avuto come obiettivo la comprensione di come potesse essere composta la formazione universitaria di un/a esperto/a di comunicazione, in ottica di implementazione dei piani di studio.

Una parte della ricerca è stata dedicata allo sguardo interno, abbiamo cioè chiesto a docenti, studenti e *stakeholder* sul territorio quale fosse la loro idea rispetto a un percorso universitario di comunicazione, come vivevano e percepivano i corsi IUSVE, qual era la loro riflessione su bilanciamento tra teoria e pratica – coppia concettuale emersa dalle interviste (Adamoli *et al.* 2023) e sui profili professionali in uscita. Per questa parte, gli strumenti utilizzati sono stati quello dell'intervista in profondità e quello del *focus group*, come riportato nel contributo di Adamoli, Masiero e Piccioni in questo volume.

Un'altra parte della ricerca è consistita nella mappatura dei corsi di laurea presenti sul territorio italiano afferenti al settore della comunicazione, che ha incluso anche il design e le arti dello spettacolo. A giugno 2023, in Italia erano attivi 114 corsi triennali e 124 corsi magistrali; con riferimento alla sola classe di laurea L-20, i corsi erano 88, di cui 11 in università telematiche e 14 in università non statali, mentre per la classe LM-59, i corsi erano 36, di cui 15 non statali³. Successivamente, è stata analizzata

2. In merito all'Osservatorio, si veda l'articolo della rivista «IUSVEducation» in cui il suo responsabile, Davide Girardi (2023) ne racconta la genesi e ne illustra il programma scientifico.

3. I dati relativi alla mappatura delle classi di laurea L-20 e LM-59 sono stati presentati al convegno Sissc di Bari il 22 giugno 2023 con un intervento dal titolo

la distribuzione dei settori scientifico-disciplinari (SSD) nei piani di studio e la coerenza con i profili professionali in uscita dichiarati. A partire da alcune professioni singolari (come il *party manager* o il *brand ambassador*), ciò che è sembrato particolarmente indicativo è stata la frammentazione del piano narrativo di questi profili. In altre parole, a fronte della prevalenza di pochi SSD nei piani di studio⁴, si notava una pluralità di professioni molto specifiche: dal *game developer* all'annunciatore nei *new media*, dal critico televisivo al *category manager*, passando poi a generici addetti, assistenti, esperti e, per le lauree magistrali, a responsabili, specialisti e *strategist* della comunicazione. In sintesi, emergeva una molteplicità di opportunità professionali a fronte di una formazione molto meno differenziata. Dall'analisi dei profili in uscita risultava dunque una sorta di marketing dell'istituzione universitaria, che si narrava in modo specialistico e accattivante per attrarre studenti (Cunningham, Samson 2021).

Questi elementi portano a chiedersi se ci sia una effettiva ricchezza di opportunità oppure una mancanza di chiarezza di definizione delle professioni della comunicazione, che si accompagna anche a un problema effettivo di mancanza delle tassonomie adeguate, a partire dalle classificazioni ISCO e dai codici ATECO, per chi si occupa di comunicazione (ALMED 2021)⁵.

Il panorama delle Scienze della comunicazione in Italia. Indagine sulle classi di laurea L-20 e LM-59 in relazione ai profili professionali in uscita di Matteo Adamoli, Nicolò Cappelletti e Michela Drusian.

4. Gli SSD prevalenti erano in larga parte esauriti per le attività formative di base da SPS/08, M-STO/04 e SPS/07.

5. Il riferimento è anche alla relazione *Nuovi perimetri, tendenze e prospettive: dati raccolti ed elaborati dall'Osservatorio Aziende della comunicazione dell'Università*

Da un lato, i corsi in Scienze della comunicazione si sono prestati alla commistione didattica tra docenti accademici e docenti professionisti, in parte come risposta al bisogno rilevato da più parti di uscire dall'accademia e aprirsi al mondo professionale (Morcellini 2003), oltre che come esigenza intrinseca alla gestione del personale universitario.

Dall'altro, è stato messo da subito in evidenza un importante limite della formazione universitaria attraverso la pratica e la guida di un esperto del campo: la trasmissione, assieme alle competenze professionali, del modello culturale di cui il particolare professionista è portatore, con il suo bagaglio di dato-per-scontato e le sue criticità. Dalla nostra ricerca, è emerso anche il rischio che si svilisca la possibilità di fare esperienza di quell'*habitus* scientifico necessario alla comprensione della produzione di conoscenza e alla formazione di competenze critiche necessarie a interpretare la complessità (Adamoli *et al.*, 2023). In tutto questo, si inseriscono prepotentemente le cornici di senso legate alla società prestazionale e al neoliberismo (Chicchi, Simone 2017), che spingono anche la formazione verso un ideale di utilità a discapito della conoscenza.

Per comprendere appieno tutti i risvolti accennati fin qui, sono importanti i saggi di due tra i *keynote speaker* che hanno introdotto i lavori della giornata, presentati all'inizio di questo volume nel quale trova spazio una selezione dei contributi alla giornata di studi *Comunicazione tra saperi e saper fare*, ognuno opportunamente ridefinito e sottoposto a *peer review*.

di Pavia e centro studi UNA, presentata dal F.A. Ceravolo il 26 maggio 2023 durante il convegno *Communication Career Day 2023* – IUSVE, Verona.