

## **VERBALE DELL'INCONTRO DI CONSULTAZIONE CON IL SISTEMA SOCIO-ECONOMICO E LE PARTI INTERESSATE**

Il giorno 11 maggio 2017 alle ore 15, presso il Dipartimento di Scienze Sociali, si è tenuto l'incontro di consultazione tra i rappresentanti del Corso di Studio e i rappresentanti delle organizzazioni rappresentative della produzione e delle professioni di riferimento, per una consultazione sul progetto formativo per l'a.a. 2017/2018 relativo al Corso di Studio di cui sopra.

|   |   |
|---|---|
| Anno accademico   | 2017/2018   |
| Classe – Corso/i di studio<br>- Eventuale Ateneo in convenzione | - Culture Digitali e della Comunicazione e Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica, Sociale e Politica<br>- ---- |
| Dipartimento  | Scienze Sociali – Università degli Studi di Napoli Federico II  |

### **Erano presenti all'incontro:**

Per il corso di studio in Culture Digitali e della Comunicazione e Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica, Sociale e Politica:

Biagio Aragona (ricercatore)  
Antonio Camorrino (RTDA);  
Michele Mezza (docente a contratto)

Erano inoltre presenti Per il Dipartimento di Scienze Sociali:

Alberto Baldi (prof. associato)  
Giustina Orientale Caputo (ricercatore)  
Fabio Corbisiero (ricercatore)  
Dora Gambardella (prof. ssa associato)  
Rosaria Lumino (RTDA)  
Anna Maria Zaccaria (prof. ssa associato)

Per il personale T.A. : dott.ssa Maria Rosaria Berardi.

Per le organizzazioni rappresentative:

Massimo Brancato (Referente nazionale CGIL)

Rocco Civitelli (Presidente Iris Fontanelle)

Maria Corbi (Responsabile gestione patrimonio artistico ANM)

Valeria Di Marino (Mediacom srl)

Manuela Marani (Associazione L'Altra Napoli – Fondazione San Gennaro)

Andrea Morniroli (Cooperativa Dedalus)

Pippo Pirozzi (Associazione culturale Vergini/Sanità)

### **La discussione ha preso in esame i seguenti temi:**

- **Denominazione del CdS:** Culture Digitali e della Comunicazione e Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica, Sociale e Politica
- **Gli obiettivi formativi del CdS in Culture Digitali e della Comunicazione:** Il Corso si articola in una serie di attività formative che mirano a far acquisire ai laureati un insieme solido e coerente di conoscenze delle discipline sociologiche e delle scienze sociali, nonché degli strumenti e delle tecniche della comunicazione, in particolare di quella digitale. Obiettivo esplicito del corso è, inoltre, di far sviluppare adeguate competenze per l'utilizzo degli strumenti per la comunicazione e la gestione delle informazioni nel settore delle nuove tecnologie. I laureati svilupperanno capacità di comprensione in un campo di studi specialistico come quello delle culture digitali e raggiungeranno un livello di apprendimento che, caratterizzato dall'uso delle nuove tecnologie applicate ai processi di apprendimento, includa anche la conoscenza di alcuni temi di frontiera nell'ambito delle sociologie dei processi di innovazione tecnologica e della comunicazione, dei meccanismi di funzionamento e dei processi di riforma dei sistemi politici ed amministrativi; delle nuove tecniche di ricerca sociale in rete, delle metodologie e tecniche di e-learning.

### **Gli obiettivi formativi del Corso di Laurea Magistrale in Comunicazione Pubblica, Sociale e Politica:**

- una conoscenza avanzata delle discipline sociologiche ed una elevata capacità di analisi e interpretazione dei fenomeni comunicativi;
  - una conoscenza avanzata delle discipline di base nell'area delle scienze sociali ed in particolare di tutte le discipline del settore della sociologia della comunicazione;
  - le conoscenze teoriche, metodologiche e la strumentazione tecnica necessaria per lo svolgimento di analisi avanzate dei processi di comunicazione e nel settore della comunicazione pubblica e di impresa.
- **Le figure professionali e gli sbocchi previsti in Culture Digitali e della Comunicazione:**  
Questo percorso di studi permette ai laureati di svolgere attività professionali nel

settore pubblico, privato e del privato sociale nell'area dell'analisi e pianificazione della comunicazione, delle relazioni pubbliche, dell'orientamento e formazione attraverso le ICT, del marketing e della pubblicità, del web design, della scrittura creativa.

Il Corso di Studi fornisce il complesso delle competenze teoriche e pratiche necessarie a svolgere le seguenti attività professionali:

- analisi dei fenomeni della comunicazione e dell'informazione;
- raccolta, conservazione e trasmissione dei dati;
- analisi dei dati, con particolare riferimento ai processi comunicativi, agli ambienti dei nuovi media ed al marketing;
- relazioni pubbliche;
- comunicazione istituzionale e d'impresa;
- comunicazione pubblicitaria e marketing;
- progettazione e formazione per l'e-learning;
- web design;
- orientamento.

La figura formata si inserisce proficuamente in tutti i settori ad alto impiego di tecnologie dell'informazione e della comunicazione orientati all'automazione dei processi ed al governo elettronico: dalle strutture di comunicazione istituzionale alle redazioni web delle amministrazioni, dai centri di apprendimento e formazione a distanza, alle agenzie pubbliche e private di promozione e marketing territoriale.

### **Durante l'incontro è emerso in particolare quanto segue:**

#### **- Obiettivi formativi:**

In generale si è evidenziata l'importanza 1) dell'acquisizione di avanzate competenze in ambito comunicativo soprattutto in relazione alle nuove tecnologie digitali; 2) della capacità di costruire narrazioni coerenti al fine di una mediazione efficace tra differenti attori sociali (ambito produttivo, istituzionale, artistico, etc.); 3) di sviluppare capacità di fare rete; 4) di capitalizzare know how nel campo della progettazione 5) di produrre avanzate competenze nel trattamento dei Big Data; 6) di implementare competenze nella costruzione di processi di comunità.

Per quanto attiene alla formazione di figure professionali a vocazione aziendale sono richieste da un lato competenze specifiche per la costruzione di relazioni con i clienti e, dall'altro, capacità relative alla rilevazione, elaborazione e presentazione dei dati della ricerca.

Nello specifico della discussione è emerso quanto segue:

Maria Corbi sottolinea come – nell'azienda di trasporto pubblico locale – non ci siano funzioni specificamente assolvibili dai sociologi. Tuttavia si evidenziano alcuni profili potenziali relativi all'ambito della comunicazione istituzionale e a quello della relazione con la clientela. In una struttura organizzativa di questo tipo – dedicata inoltre alla promozione del patrimonio artistico per una grande quantità di fruitori – sarebbe

necessaria una figura professionale in possesso delle capacità utili alla risoluzione dei difetti di comunicazione. In tal senso la figura del sociologo verrebbe a mediare le relazioni tra soggetti che progettano e costruiscono la narrazione delle opere e il territorio di riferimento al fine, inoltre, di preservare le opere da una precoce usura (per effetto soprattutto di atti vandalici) attraverso una più efficace comunicazione con gli abitanti del luogo.

Valeria Di Marino suggerisce di focalizzare l'attenzione sulle attività di contatto con i clienti e sulle questioni relative alla rilevazione, elaborazione e presentazione dei dati. Inoltre particolare importanza è attribuita allo sviluppo di capacità di progettazione. Di Marino registra la parziale inefficacia delle sole analisi descrittive evidenziando l'assenza di competenze per analisi a livelli di astrazione superiori. Nell'ambito di gare di appalto con enti pubblici occorrono figure capaci di occuparsi delle fasi che vanno dal progetto tecnico sino alla gestione dell'intero progetto di ricerca. I laureati in sociologia possono inoltre occuparsi di ricerche di mercato (al fine di integrare l'esperienza nel mercato e le competenze teoriche soprattutto in ambito statistico) e rafforzare le carenti conoscenze dei software specialistici.

Manuela Marani ha messo in evidenza le difficoltà riscontrate dai tirocinanti presso la sua associazione: Marani registra infatti quanto questi ultimi difettino di competenze sul mondo pratico (discorso esteso non ai soli sociologi ma anche agli economisti e agli scienziati politici); Marani ravvisa un'incapacità di discernere tra ONLUS, cooperative sociali etc. oltre che ravvedere vistose lacune in campo informatico. Si sottolinea inoltre una scarsa conoscenza della città e una certa incapacità di "muoversi" nel territorio. Marani ipotizza la spendibilità delle competenze del laureato in sociologia nell'ambito della progettazione (a es. "come leggere un bando"). Nell'ambito comunicazione si evidenzia l'esigenza di una figura che sappia far efficacemente comunicare i diversi attori sociali anche allo scopo di fare rete. Marani suggerisce l'importanza di un profilo in grado di occuparsi della gestione dei conflitti; che sappia riflettere sui processi della leadership; che sappia leggere fenomeni di bruciante attualità (a es. i flussi migratori); in grado di affiancare le ONG nel compito della comunicazione politica e istituzionale e in quello della comprensione dei processi.

- **Figure professionali:** Ricerche di mercato; Mediazione; Esperti in Comunicazione digitale e in comunicazione tout court; Affiancamento ONG per la comunicazione politica e istituzionale e per la comprensione dei processi; Progettazione; Relazione con il pubblico.
- **Punti di forza dell'offerta formativa proposta:** Trasferimento di avanzate competenze teoriche; Terza missione dell'università: il dipartimento produce lavori che si traducono in terza missione anche se in modo frammentato e quasi "inconsapevole"
- **Eventuali criticità dell'offerta formativa proposta:** carenze nell'utilizzo di software per la ricerca e per la elaborazione dei dati; carenza di competenze relative al "mondo pratico"; scarsa conoscenza della città e incapacità di muoversi sul territorio; frammentazione e assenza di una scuola di pensiero; lacune della dimensione

laboratoriale e della ricerca sul campo; tempo insufficiente per il perfezionamento di percorsi compiuti; offerta formativa "spacchettata".

**Altre osservazioni:**

Il prof. Alberto Baldi mette in evidenza – ricapitolando così ciò che era precedentemente emerso nel corso della discussione – i problemi relativi alla flessibilità, alla mediazione, all'adattabilità, all'ibridazione del welfare e della comunicazione. Baldi pone l'accento sull'importanza della museografia, della museologia e delle attività relative ai beni demoantropologici, tratteggiando le caratteristiche dei rispettivi profili formativi. Si è sottolineato quanto l'attuale modello del corso di studi (3+2) comporti l'impossibilità di fare ricerca sul campo in modo adeguato. Baldi ha inoltre segnalato il fatto che molti laureati in sociologia occupati nel campo della museografia e della museologia hanno maturato competenze nel campo seguendo percorsi extraaccademici. Questi ha ribadito che occorre una formazione teorica e pratica multidisciplinare. In più si è posta la questione relativa alla definizione del nuovo corso magistrale di antropologia e, in ultimo, si è sottolineata l'importanza del lavoro di tesi per effettuare ricerca sul campo.

Il dott. Michele Mezza ha focalizzato l'attenzione sui processi di transizione delle grammatiche e degli alfabeti al mobile sottolineando la centralità concettuale e pratica dell'algoritmo. Occorrono quindi nuovi strumenti per leggere relazioni, processi e potenze di calcolo e competenze avanzate per collaborare con i fornitori di intelligenze. Mezza ha inoltre rimarcato l'incremento esponenziale del turismo a Napoli oramai destagionalizzato e il carattere immateriale dell'economia cittadina (che gli conferisce in quest'ambito il primato nazionale). Ulteriore attenzione è stata dedicata all'industria cinematografica a Napoli e al set di professionalità che questa implica. Mezza ha ribadito l'importanza di sviluppare competenze nella lettura dei Big Data. In ultimo si è evidenziata una frammentazione se non addirittura l'assenza di una scuola di pensiero.

L'incontro si chiude alle ore 17