



Formazione Scuola-Lavoro - FSL 2025-2026

PROGETTO 164824

“Media-Pop. Narrazioni popolari e conflitti politici: come interpretarli attraverso film, serie TV e social media”

Sede di svolgimento del progetto

Struttura: DIPARTIMENTO DI STORIA ANTROPOLOGIA RELIGIONI ARTE SPETTACOLO

Ambito: Studi umanistici (lettere, filosofia, antichità, arte, storia, lingue, comunicazione, pedagogia)

Ubicazione: Sede esterna in Roma

Descrizione

Le attività del PCTO proposto si inseriscono nel PRIN Circulating Populist Sentiments in 21st Century Film and TV Fiction in Italy (2022), coordinato dal Prof. Dominic Holdaway (Università di Urbino) e di cui è responsabile per l’unità romana il Prof. Valerio Coladonato. Il progetto di ricerca ha l’obiettivo di esaminare il ruolo del cinema e delle serie TV nel promuovere e dare forma a narrazioni e culture politiche populiste nell’Italia contemporanea. Il PCTO si inserisce anche all’interno del progetto di Terza Missione del Dipartimento SARAS intitolato “Pace e conflitto nel terzo millennio. Viaggio ai confini dell’Europa” (coordinato dal Prof. Alessandro Saggioro), attraverso un’attenzione particolare rivolta a come i media costruiscono l’immaginario e le narrazioni identitarie. Partendo da alcuni degli esiti di ricerca prodotti, il percorso ha l’obiettivo di sensibilizzare le nuove generazioni, stimolandole a riconoscere le relazioni triangolari esistenti tra: 1) La circolazione di prodotti mediatici apparentemente “neutri” e/o di intrattenimento (come film comici, serie televisive, ma anche pubblicità, video promozionali, contenuti social, etc.). 2) La diffusione di narrazioni pubbliche stereotipiche, identitarie e divisive (noi/loro, popolo/elita, etc.) attraverso cui leggere momenti di crisi socio-economica. 3) L’affermarsi di dinamiche di polarizzazione politica e di marginalizzazione culturale, e le situazioni di conflittualità che ne derivano. Attraverso l’esame di una serie di casi-studio tematici, la produzione di materiali e contenuti audiovisivi, esercizi di scrittura e di dibattito, e la simulazione di un dibattimento parlamentare sul tema, gli studenti e le studentesse saranno chiamati/e a interrogarsi criticamente sull’intreccio tra media e culture politiche populari. Particolare rilievo verrà dato a promuovere una maggiore consapevolezza dell’impatto politico e culturale dei prodotti audiovisivi e delle norme che ne regolano la produzione e la circolazione, soprattutto in relazione alla diffusione di narrazioni identitarie nazionaliste e/o xenofobe. A tale scopo, il corso sarà strutturato in sei incontri da 4 ore ciascuno. I primi cinque incontri si svolgeranno presso la sede delle Ex Vetrerie Sciarra in via dei Volsci 122, e ognuno sarà strutturato in due moduli, uno teorico e uno laboratoriale. L’ultimo incontro consisterà nella simulazione di un dibattito o inchiesta parlamentare. Qualora le condizioni lo permetteranno, siamo in contatto con il progetto “Parlamento e Commissione Europea - Esperienza Europa Roma” per realizzare l’ultimo incontro del percorso presso le loro strutture (<https://visiting.europarl.europa.eu/it/visitor-offer/other-locations/europa-experience/rome>). Gli incontri avranno carattere tematico, secondo il seguente schema: INTRODUZIONE (Prof. Valerio Coladonato) - Lunedì 12 Gennaio 2026 (orario pomeridiano, 15-19), Ex Vetrerie Sciarra, Aula A - Via dei Volsci 122, Roma (Quartiere San Lorenzo). Distinguere i concetti, riconoscere le narrazioni: di cosa parliamo quando parliamo di narrazioni populiste o popolari? Il modulo ha l’obiettivo di proporre una mappa introduttiva delle categorie di “populismo” e “popolare,” evidenziandone la natura ambivalente e pervasiva. Tra gli aspetti che verranno considerati: il concetto di “populismo banale”, ossia la ripetizione quotidiana di narrazioni semplificanti nei discorsi pubblici e istituzionali; la circolazione di narrazioni identitarie oppositive noi/loro; il ruolo dei prodotti audiovisivi come potenziali catalizzatori di conflitti politici e dinamiche di marginalizzazione culturale e sociale. Nel modulo laboratoriale, gli studenti e le studentesse metteranno alla prova gli strumenti acquisiti attraverso una serie di attività interattive e ludiche, mirate a riconoscere articolazioni discorsive populiste/popolari attraverso diversi media. MEDIA E GASTROPOPULISMO (Dr. Giulia Crisanti) - Lunedì 19 Gennaio 2026 (orario pomeridiano, 15-19), Ex Vetrerie Sciarra, Aula A - Via dei Volsci 122, Roma (Quartiere San Lorenzo). Il modulo teorico introdurrà il concetto di gastropopolismo e la sua articolazione narrativa attraverso una serie di produzioni audiovisive italiane ed europee, con l’obiettivo di evidenziare il



contributo dei media alla circolazione di immaginari gastronomici nazionalisti. Particolare attenzione verrà data: a) alla rappresentazione del cibo e delle culture gastronomiche europee attraverso il cinema e la televisione; b) alla diffusione di narrazioni culturali identitarie e xenofobe attraverso il discorso pubblico su cibo e italiano/europeità; c) alla stereotipizzazione, attraverso i media, di culture gastronomiche straniere e/o di minoranze etniche; d) all'interpretazione del *gastropopulismo* come una forma di populismo "banale." Nella parte laboratoriale, gli studenti e le studentesse verranno coinvolte in un dibattito aperto intorno ad un caso studio sul tema "gastropopulismo e media," con l'obiettivo di proporre argomentazioni per, alternativamente, costruire e decostruire la relazione tra identità nazionali e circolazione di immaginari gastronomici fondati su banalizzazioni e logiche opppositive (noi/altri). **SERIALITÀ** (Dr. Luana Fedele) - Lunedì 26 Gennaio 2026 (orario pomeridiano, 15-19), Ex Vetrerie Sciarra, Aula A - Via dei Volsci 122, Roma (Quartiere San Lorenzo). Il modulo teorico esplorera come la serialità televisiva, attraverso trame, personaggi e ambientazioni, contribuiscono alla costruzione di immaginari collettivi che mettono in relazione (o in tensione) identità nazionali, locali ed europee. In particolare, si analizzeranno i modi in cui i prodotti audiovisivi raccontano il "popolo" e "gli altri": le élite, i burocrati, le istituzioni, i migranti, i marginalizzati, etc. Nella parte laboratoriale, gli studenti e le studentesse verranno suddivisi in gruppi: a partire da un caso studio, ogni gruppo dovrà elaborare una visione congiunta (capace quindi di mediare tra le diverse posizioni individuali), supportando o contrastando le argomentazioni proposte dal prodotto audiovisivo preso in esame. **ADVERTISING** (Dr. Valerio Di Paola) - Lunedì 2 Febbraio 2026 (orario pomeridiano, 15-19), Ex Vetrerie Sciarra, Aula A - Via dei Volsci 122, Roma (Quartiere San Lorenzo). Il modulo analizzerà il ruolo dell'advertising nella costruzione delle narrazioni polarizzanti, con l'obiettivo di fornire strumenti critici per riconoscere e decostruire le tecniche comunicative promozionali e le loro ricadute sul condizionamento sociale. La comunicazione pubblicitaria sarà indagata come dispositivo culturale capace di modellare immaginari collettivi e di influenzare la percezione dei concetti di "popolo" e "altro", attraverso strategie visive, linguistiche e retoriche. L'attenzione sarà rivolta in particolare alle dinamiche della retorica, all'uso di dicotomie identitarie che contrappongono "noi" e "loro" e alle forme di storytelling che trasformano valori sociali e bisogni in strumenti di appartenenza e consumo. Nella parte laboratoriale, gli studenti e le studentesse suddivisi in gruppi lavoreranno a partire su casi di studio selezionati per i quali, attraverso l'utilizzo di una matrice di design della comunicazione propria dell'advertising e delle relative tecniche di copyright, costruiranno un'argomentazione pubblicitaria forte, finalizzata a influenzare la propensione all'acquisto. L'attività consentirà di sperimentare in modo concreto le dinamiche persuasive che caratterizzano la comunicazione promozionale e di riflettere criticamente sulle responsabilità connesse al loro impiego. **L'IDENTITÀ NELLA POLITICA SULL'AUDIOVISIVO** (Dr. Federica D'Urso) - Lunedì 16 Febbraio 2026 (orario pomeridiano, 15-19), Ex Vetrerie Sciarra, Aula A - Via dei Volsci 122, Roma (Quartiere San Lorenzo). Il modulo affronterà il tema del finanziamento pubblico alla produzione audiovisiva. In particolare, ci si interrogherà su quali criteri orientino oggi il sostegno economico a film e serie tv da parte di istituzioni nazionali ed europee e su quale ruolo abbiano le politiche culturali nel promuovere (o eventualmente scoraggiare) opere che veicolano narrazioni identitarie, divisive o potenzialmente populiste. Nella parte laboratoriale, gli studenti e le studentesse (divisi in gruppi) verranno coinvolti/e nella simulazione di un dibattito sul tema della relazione tra finanziamento pubblico alla produzione audiovisiva e supporto a narrazioni collettive identitarie. L'esercizio prevederà una prima fase di discussione; una successiva fase di mediazione, elaborazione e argomentazione delle posizioni assunte dai vari gruppi; una terza fase di dibattito sul tema. **SIMULAZIONE DI UN DIBATTITO** (Prof. Valerio Coladonato, Dr. Federica D'Urso, Dr. Giulia Crisanti) - Lunedì 23 Febbraio 2026 (orario pomeridiano, 15-19), Ex Vetrerie Sciarra, Aula Levi - Via dei Volsci 122, Roma (Quartiere San Lorenzo). Gli studenti e le studentesse partecipanti verranno divisi in due gruppi, con il compito di argomentare la propria posizione intorno a un macro-tema di interesse pubblico connesso alla questioni trattate nei precedenti incontri. In particolare, si simulerà un dibattimento guidato, proponendo possibili pratiche di risoluzione e mediazione tra prospettive divergenti e conflittuali. Al centro del dibattito, verrà posto il tema della rappresentazione pubblica e promozionale di prodotti "tipici" secondo criteri di tutela dell'identità culturale europea, nazionale e di minoranze etniche, locali e straniere. Una parte del materiale prodotto nei primi cinque incontri verrà usato per la costruzione delle argomentazioni da presentare nel dibattimento finale.

Competenze specifiche



Competenze dialogiche, di confronto e di argomentazione su temi di attualità; conoscenze relative all'intreccio tra dispositivi legislativi e politiche di produzione e promozione audiovisiva; capacità critica di discernere pratiche e narrazioni popolari, divisive e/o identitarie, sia all'interno del dibattito pubblico (social media, interventi e interviste di figure pubbliche, articoli di giornale, etc.), che in prodotti audiovisivi di fiction (film, serie tv); competenze relative alla stesura di norme e regolamentazioni sull'audiovisivo; apprendimento di pratiche e forme della cittadinanza attiva attraverso la simulazione di un dibattimento parlamentare.

Metodologie, strumenti software, sistemi di lavoro utilizzati

Il corso adotta un approccio metodologico multidisciplinare, spaziando tra competenze e prospettive proprie delle scienze sociali e politiche, e degli studi sui media e la comunicazione. Verranno discusse e problematizzate categorie politiche diventate d'uso comune negli ultimi anni (populismo, popolare, etc), analizzando contestualmente la loro diffusione attraverso una varietà di piattaforme mediatiche e prodotti audiovisivi. Sono inoltre inclusi moduli laboratoriali incentrati su tecniche e competenze legate alla produzione, distribuzione e promozione di prodotti audiovisivi, oltre che sulla relazione tra questi ultimi e la diffusione di narrazioni identitarie divisive. Attraverso la simulazione di una serie di dibattiti, nonché di un dibattimento parlamentare, si intende promuovere un diretto coinvolgimento degli studenti e delle studentesse in pratiche di cittadinanza attiva e di decostruzione di immaginari collettivi fondati su stereotipi conflittuali e/o xenofobi. Per garantire un'opportuna alternanza tra moduli teorici e moduli laboratoriali, e quindi un'attenzione e interazione costante con gli studenti e le studentesse, ogni incontro (4 ore) sarà diviso in due sezioni: una prima parte di approfondimento su un tema specifico; una seconda parte in cui si prevede di svolgere una serie di attività tra cui: visione di clip e estratti di serie televisive e film, produzione di materiali da usare nell'attività finale, dibattiti, esercizi di scrittura, esposizione di argomentazioni e simulazioni di campagne promozionali.

Competenze trasversali

- Attitudini al lavoro di gruppo
- Capacità decisionali
- Capacità di comunicazione
- Capacità di organizzare il proprio lavoro
- Capacità di relazioni
- Capacità nella visione di insieme
- Spirito di iniziativa

Open badge:

Periodo del percorso

Mesi: Gennaio, Febbraio

Giorni: Lunedì

Orario: Postmeridiana

Ore di attività previste per studente: 24

Erogazione:



Tipologia di Istituto di provenienza degli studenti

- Nessuna preferenza

Classi ammesse

Classi: Quarte, Quinte

Responsabile del percorso

Valerio Coladonato

----- Sapienza Università di Roma - "Media-Pop. Narrazioni popolari e conflitti politici: come interpretarli attraverso film, serie TV e social media"