



**UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI BERGAMO**

Dipartimento  
di Lettere, Filosofia,  
Comunicazione

## LABORATORIO DIDATTICO

### *Cibo e comunicazione. Laboratorio di analisi sociologica*

a.a. 2021-22

**Responsabile didattico:** Prof. Domenico Perrotta

**Referente di ruolo:** Prof. Domenico Perrotta

**Periodo di svolgimento:** semestre I – sottoperiodo II

Il laboratorio prevede un incontro di due/quattro a settimana nel sottoperiodo II e uno o due incontri i – per la presentazione e per la discussione delle ricerche realizzate dai/dalle partecipanti – nel sottoperiodo III.

#### **Contenuti e obiettivi formativi:**

Da molti anni, il cibo è oggetto di una intensa e quasi ossessiva comunicazione. Contemporaneamente, l'agricoltura e i sistemi di distribuzione del cibo hanno attraversato profonde trasformazioni. Obiettivo formativo del laboratorio è coniugare un'analisi semiotica della comunicazione legata alla vendita del cibo con un'analisi sociologica dei processi di produzione, distribuzione e consumo del cibo.

Da un lato, si offriranno agli studenti alcune nozioni utili per comprendere i sistemi di produzione e distribuzione del cibo contemporanei. Con gli strumenti delle scienze sociali, verranno descritte le trasformazioni recenti delle filiere agroalimentari, con particolare riferimento all'Italia: ad esempio, il peso delle catene della grande distribuzione organizzata nella vendita al dettaglio del cibo e il loro conseguente potere nel determinare dove, come, quando, da chi e con quali standard di qualità e sicurezza alimentare esso viene prodotto; l'aumento del numero di lavoratori agricoli extra-familiari e di origine non italiana, spesso in condizioni di grave sfruttamento; il crescente successo di prodotti rappresentati come tipici, locali, tradizionali, "di qualità"; il polarizzarsi dell'alternativa tra agricoltura industriale e agricolture contadine; il ruolo dei movimenti sociali legati all'agricoltura e al cibo.

Dall'altro lato, agli studenti verrà proposto di studiare alcuni aspetti della comunicazione di marketing legata alla vendita del cibo. Si prenderanno in considerazione vari tipi di messaggi, in particolare quelli prodotti dalle grandi catene della distribuzione organizzata: i giornalini destinati ai soci o ai clienti possessori di tessera; i depliant contenenti le offerte; i messaggi prodotti all'interno dei punti vendita (manifesti, immagini, messaggi audio diffusi dall'impianto interno; enunciati in forma scritta presenti nei diversi reparti, ecc.); la disposizione dei prodotti sugli scaffali; i contenuti delle etichette dei prodotti "private label"; i siti web e la comunicazione sui social network; gli spot per la radio e per la televisione; le campagne di sponsorizzazione di altri prodotti, eventi, iniziative.

Agli studenti verrà chiesto quindi di utilizzare le conoscenze acquisite e gli strumenti teorici discussi, al fine di realizzare un'analisi empirica della comunicazione legata al cibo che allo stesso tempo riesca a tener conto delle molteplici e contraddittorie relazioni tra essa e altri processi in atto nei sistemi agroalimentari.

#### **Articolazione del laboratorio**

Il laboratorio prevede:

- 1 incontro introduttivo sui temi del laboratorio (2 ore);
- 2 incontri sulle trasformazioni dei sistemi di produzione e distribuzione del cibo in Italia (4 ore);



**UNIVERSITÀ  
DEGLI STUDI  
DI BERGAMO**

Dipartimento  
di Lettere, Filosofia,  
Comunicazione

- 1 incontro sulla comunicazione legata al cibo (2 ore)
- 1 incontro per mettere a punto gli strumenti metodologici da utilizzare, sia per l'analisi dei testi che verranno scelti, sia attraverso l'osservazione partecipante all'interno di punti vendita della grande distribuzione (2 ore);
- 1 incontro nel quale si definiranno i testi che comporranno il corpus oggetto dell'analisi da parte degli studenti (2 ore);
- 2 incontri dedicati alla presentazione e alla discussione delle analisi realizzate dagli studenti (4 ore).

Per la discussione interna fra un incontro d'aula e il successivo, per la condivisione dei testi oggetto dell'analisi e per la circolazione dei materiali intermedi e finali prodotti dai partecipanti verrà attivato all'inizio delle attività un gruppo Teams (cui accederanno solo docente e studenti frequentanti).

Per il conseguimento dell'idoneità saranno considerati: (1) la partecipazione attiva agli incontri, (2) la realizzazione delle analisi dei testi proposti dal docente e definiti nel corso del laboratorio.

**Per informazioni**, contattare il Prof. Domenico Perrotta, email [domenico.perrotta@unibg.it](mailto:domenico.perrotta@unibg.it)