Etica della comunicazione (CFA 6)

A.A. 2026-2027

Prof. **Moreno BARBONI**

OBIETTIVI

Il corso ed ogni incontro si strutturano in una prima parte istituzionale, in cui saranno dati i fondamenti della disciplina, per poi verificarne gli aspetti operativi dell'impianto teorico relativo ai dispositivi mediali e postmediali della comunicazione (dalla fotografia allo smartphone, dalla robotica al drone, dal virtuale all'internet delle cose, dai social media alle agency artificiali), alla luce di un approccio di ecologia dei media che li veda inseriti all'interno di una logica necessaria di ecosistema integrato per la comunità umana.

CONTENUTI

La parte monografica del corso prenderà in esame la fenomenologia di casi studio internazionali, italiani e territoriali, incentrati sui temi portanti degli incontri: etica della documentazione fotografica; etica della documentazione audiovisiva; etica della documentazione sonora; etica dell'intervista e dell'indagine relazionale sul campo; etica dell'osservazione partecipante/etnografia dei media e dei social media; etica della restituzione e diffusione della ricerca sul campo, intermediale e transmediale, nel contemporaneo.

TESTI CONSIGLIATI

Floridi L., *La differenza fondamentale. Artificial Agency: una nuova filosofia dell'intelligenza artificiale*, Mondadori 2025.
Bonini T., Treré E., *Algoritmi per resistere. La lotta quotidiana contro il potere delle piattaforme*, Mondadori 2025.
Neri V., *Tra impegno pubblico e dimensione sociale: l'etica della comunicazione pubblicitaria per il wellbeing*, ETS 2025.
Codeluppi V., *Il primo libro di sociologia dei consumi*, Einaudi 2024.
Galimberti U., *Etica del viandante*, Milano, Feltrinelli, 2023.
Chamorro-Premuzic T., *Io, Umano. AI, automazione e il tentativo di recuperare quello che ci rende unici*, Apogeo 2023.
Crary J., *Terra bruciata. Oltre l'era digitale verso un mondo postcapitalista*, Meltemi 2023.
Floridi L., *Etica dell'intelligenza artificiale*, Milano, R. Cortina editore, 2022.
Villa M., *#Ethics Gym. Alleniamo l'etica della comunicazione*, Milano, FrancoAngeli, 2022.
Ilardi M., *Le due periferie. Il territorio e l'immaginario*, Roma, DeriveApprodi, 2022.
Becchetti L., *La rivoluzione della cittadinanza attiva*, Emi Editore 2022.
Trione V., *Artivismo. Arte, politica, impegno*, Einaudi 2022.
Pacchi C., *Iniziative dal basso e trasformazioni urbane*, Milano-Torino, Bruno Mondadori, 2020.
Biscaldi A., Matera V., *Antropologia dei social media. Comunicare nel mondo globale*, Roma, Carocci, 2019.
Fabris A., *Etica per le tecnologie dell'informazione e della comunicazione*, Roma, Carocci, 2018.
Capobianco A., "Applicazioni del metodo etnografico nello studio dei media digitali", in *Encyclopaideia XIX* (41), 37-60, 2015, reperibile online https://encp.unibo.it/article/view/5046/4805.
AA.VV., *La ricerca sul campo in antropologia: oggetti e metodi,* a cura di Pennacini C., Roma, Carocci, 2013.

MODALITÀ DI VERIFICA DEL PROFITTO

Preparazione **obbligatoria** del testo: Colombo F., *Ecologia dei media. Manifesto per una comunicazione gentile*, Milano, Vita e Pensiero, 2020.

Preparazione **facoltativa**: o di una tesina scritta o di un *video essay* o di un progetto sul campo concernenti un tema del corso.
L’uso di intelligenza artificiale ai fini della ricerca è consentito ma va dichiarato e dettagliato nell’elaborato scritto o nella presentazione del video.
Le iscritte e gli iscritti possono optare per un testo alternativo al manuale d’esame, scegliendolo all’interno della sezione Testi consigliati, in base al proprio percorso di studi.