

COMUNICAZIONE punto **doc**

Rivista della Scuola di Dottorato Mediatrends della Sapienza Università di Roma

NUMERO 13 - DICEMBRE 2015

LOGO FAUSTO LUPETTI EDITORE
- BOLOGNA -

Comunicazionepuntodoc
Numero 13 – dicembre 2015

Rivista semestrale
Registrazione presso il Tribunale di
Milano n. 134 del 20-03-2009
Issn 2282-0140
Isbn 978-88-6874-124-2

Direzione editoriale

Logo Fausto Lupetti Editore
Via del Pratello, 31 – 40122 Bologna
Tel. 0039 051 5870786

In coedizione con
Galatea srl
Piazza Grandi, 24 – 20137 Milano
www.faustolupettieditore.it

www.comunicazionepuntodoc.it
comunicazionepuntodoc@uniroma1.it

*L'immagine raffigurata in copertina è
un'opera originale di Ciriaco Campus
realizzata per Comunicazionepuntodoc*

Direttore responsabile

Mario Morcellini, Sapienza Università di Roma

Comitato Scientifico

Maria Stella Agnoli, Sapienza Università di Roma

Davide Borrelli, Università del Salento

Louis Begioni, Università di Roma Tor Vergata, Université Charles-de-Gaulle - Lille 3

Mauro Cerbino, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales - Sede Ecuador

Simona Colarizi, Sapienza Università di Roma

Nicolò Costa, Università di Roma Tor Vergata

Peter Dahlgren, Lund University

Franca Faccioli, Sapienza Università di Roma

Giovambattista Fatelli, Sapienza Università di Roma

Renato Fontana, Sapienza Università di Roma

María Gómez y Patiño, Universidad de Zaragoza

Valeria Giordano, Sapienza Università di Roma

Jeong-Nam Kim, Purdue University

Charo Lacalle, Universitat Autònoma de Barcelona

Silvia Leonzi, Sapienza Università di Roma

Felipe Julián Hernández Lorca, Universidad de Murcia

Geert Lovink, Universiteit van Amsterdam

Jorge Luis Lozano Hernández, Universidad Complutense de Madrid

Rolando Marini, Università per Stranieri di Perugia

Barbara Mazza, Sapienza Università di Roma

Raffaella Messinetti, Sapienza Università di Roma

Maciej Miżejowski, Uniwersytet Jagielloński, Kraków

Mario Morcellini, Sapienza Università di Roma

Pierre Musso, Université de Rennes 2

Anna Lucia Natale, Sapienza Università di Roma

Isabella Pezzini, Sapienza Università di Roma

Michele Prospero, Sapienza Università di Roma

Diana Salzano, Università di Salerno

Juan Carlos Suárez Villegas, Universidad de Sevilla

Comunicazionepuntodoc è la rivista progettata e curata dalla *community* di dottorandi, dottori di ricerca, ricercatori e docenti della Scuola di Dottorato *Mediatrends. Storia, Politica, Società* della Sapienza Università di Roma.

La rivista affianca i contributi dei giovani studiosi alle competenze più esperte dei formatori, dei ricercatori e dei docenti, al fine di creare un dialogo di saperi in cui mettere in scena punti di vista differenti e sfondi interpretativi originali, lasciando ampio spazio alle nuove prospettive di ricerca.

Comunicazionepuntodoc è uno strumento di conoscenza rivolto agli studiosi delle aree di Comunicazione e Scienze Sociali degli atenei italiani e del panorama accademico internazionale, che possono contribuire con propri articoli.

La struttura della rivista prevede una sezione monografica dedicata a uno specifico tema (saggi, articoli, interventi e interviste) e uno spazio dedicato in maniera trasversale e transdisciplinare alle diverse tematiche di ricerca delle Scienze della Comunicazione: l'analisi dei prodotti mediali, la sociologia del lavoro e delle professioni, le scienze semiotiche, i contenuti e le piattaforme espressive dei media digitali, la comunicazione politica, l'innovazione comunicativa nella Pubblica Amministrazione, l'approccio transdisciplinare alla comunicazione scientifica, il rapporto tra etica e comunicazione, la comunicazione ambientale.

Coordinamento editoriale: Christian Ruggiero

Comitato di Redazione:

Marzia Antenore
Erica Antonini
Marco Bruno
Francesca Colella
Francesca Comunello
Mihaela Gavrila
Michaela Liuccio
Fabrizio Martire
Fabio Matassa
Laura Minestroni
Simone Mulargia
Paola Panarese
Stefania Parisi
Alessandro Porrovecchio
Andrea Rocchi
Cristina Sofia
Marialuisa Stazio
Federico Tarquini
Lorenzo Ugolini
Elena Valentini
Guido Vitiello

Redazione:

Marta Almela Salvador
Giulia Andronico
Monika Bukat
Katia Chiusino
Elia Cornelio-Mari
Vera D'Antonio
Martina Ferrucci
Chiara Landi
Marco Laudonio
Raffaele Lombardi
Claudio Marciano
Massimiliano Pistonesi
Stefania Pizza
Giulia Rossi
Giovanni Santonastaso

Indice

Editoriale

**Tra media e terrorismo manca
la società** 9
di Mario Morcellini

Editoriale

El terrorismo como censura 19
di Felipe Julián Hernandez Lorca

**Media logic and terror in Italy.
Terrorism from the Gutenberg forms
to emotional reporting** 23
di Francesca Rizzuto

**L'uso dei media a fini terroristici:
dalla cyber-jihad all'attentato
a Charlie Hebdo** 39
di Andrea Spreafico

**Framing Isis. Ideologia, strategie,
comunicazione** 57
di Giuseppe Anzera, Marco Bruno, Roberto Gritti

Punti di vista

**Terrorismo e mass media:
la questione deontologica** 91
di Giampiero Gramaglia

Per un nuovo Mediterraneo 99
di Alessandra Parisi

El terrorismo como género periodístico 107
di Antonio Parra Pujante

Las Redes Sociales en la cobertura del ataque terrorista al semanario Charlie Hebdo y su impacto en la prensa española 123
*di Lourdes Martínez Rodríguez,
M^a Verónica De Haro De San Mateo*

Víctimas, verdugos, guerra sucia y humor: el cine sobre ETA tras el cese de su actividad armada (2011-2015) 149
di Susana Torrado, Gabri Ródenas

Media arabi e terrorismo: da Al Jazeera al Cyber Caliphate 165
di Dario Fanara

Islam e derive radicali 179
di Barbara Lattanzi

L'industria dell'Ospitalità, del turismo e del tempo libero (Ott) nel contrasto al terrorismo jihadista 193
di Nicolò Costa

La rappresentazione mediatica dell'Isis: dove ha fallito al Qaeda? 231
di Giorgia Cantarale

**Media e terrorismo: le conseguenze
sul sistema penale**

di Carolina Antonucci

245

Connessioni

**Giovani rappresentazioni sociali
del sistema mobilità e processi
di apprendimento**

*di Angela Cattaneo, Isabella Mingo,
Barbara Treglia*

267

Terrorism as Spectacle. Media Logic and Terror in Italy from Brigade Rosse to Infotainment

di Francesca Rizzuto

Abstract Il paper si focalizzerà sui cambiamenti nell'interazione tra media e terrorismo in Italia negli ultimi decenni, connessi con lo sviluppo del frame legato all'intrattenimento sia in tv sia sulla stampa d'informazione. Negli anni '70 i media italiani furono usati dalle Brigate Rosse al fine di ricevere visibilità, considerando il giornalismo uno strumento atto a ottenere la pubblica attenzione. Al giorno d'oggi, la media logic domina all'interno dell'arena globale, in cui gli attori sociali e politici provano a trovare spazio e "luce". Nel paper si sosterrà che, nell'era dei new media, non solo i terroristi conoscono perfettamente la media logic e adottano le priorità mediatiche quando preparano le loro azioni, ma si fanno allo stesso tempo contenuto e produttori di messaggi.

Parole chiave Media, terrorismo, spettacolo, strategia.

Abstract The paper will focus on the changes of the interaction media-terrorism in Italy over the last decades, connected to the rise of the entertainment frame in both T.V. and print news. In the '70s Italian news media were used by the Brigade Rosse in order to have visibility, considering journalism as an instrument to gain public attention. Nowadays, media logic dominates a global arena, where all social and political actors try to have place and "light". The paper will argue that in the new media era terrorists not only know media logic perfectly and adopt media priorities when preparing actions, but they have also become contemporarily both content and producers of messages.

Keywords Media, terrorismo, spectacle, strategy.

L'uso dei media a fini terroristici: dalla cyber-jihad agli attentati di Parigi

di Andrea Spreafico

Abstract Gli attentati terroristici sono oggi forme di spettacolo volte a impressionare l'immaginazione di un vasto pubblico. Più le possibilità di comunicazione del loro messaggio sono ampie e diversificate, più è possibile progettare e compiere atti violenti che raggiungano molte persone. Tali attentati presuppongono dei media e consistono essi stessi in un messaggio capace di sfruttare le loro modalità di funzionamento. L'articolo si propone di offrire degli spunti di riflessione critica sulle caratteristiche della cyber-jihad e sul paradosso che fa del Web un alleato del terrorismo internazionale. Gli attentati di Parigi (da Charlie Hebdo al 13 novembre 2015) ci permetteranno di illustrare alcuni aspetti di questa "alleanza".

Parole chiave Cyber-jihad, terrorismo, media, attentati di Parigi, radicalizzazione.

Abstract Terrorist attacks are nowadays kinds of shows intended to strike the imagination of a large audience. The more widespread and various the opportunities of communicating their message are, the more possible it is to plan and carry out violent attacks that can affect many people. These attacks presuppose media and consist in a message capable of exploiting media's way of operating. The article intends to propose some considerations for a critical reflection of the characteristics of the cyber-jihad and the paradox that makes the Web an ally of international terrorism. The attacks of Paris (from Charlie Hebdo to 13 November 2015) will allow us to illustrate some aspects of this "alliance".

Keywords Cyber-jihad, terrorism, media, Paris attacks, radicalization.

Framing Isis. Ideologia, strategie, comunicazione

di Giuseppe Anzera, Marco Bruno,
Roberto Gritti¹

Abstract Daesh, lo “Stato Islamico” o Isis, è diventata, nell’ultimo anno, un attore di rilievo nelle dinamiche del Medio Oriente. Il movimento non ha avuto un impatto solo geopolitico, ma ha mostrato di possedere dei tratti che, nella costellazione del fondamentalismo islamista, lo caratterizzano come un attore spesso atipico; allo stesso tempo, tuttavia, lo “Stato Islamico” è in grado di riassumere nelle proprie modalità ideologico-confessionali, operative, sociali e di esercizio della sovranità alcune caratteristiche già manifestate da altri gruppi estremisti. L’elemento di spicco di Daesh è la coerenza tra i suoi obiettivi e l’ampio ventaglio di attività, sul piano militare, comunicativo-propagandistico, sociale, politico e religioso. Il contributo proposto intende fornire elementi per comprendere come questo approccio strategico di ampio respiro si sia formato e in quali modi Daesh si distacchi dal movimento più importante che lo aveva preceduto, vale a dire al Qaeda nelle sue versioni pre e post l’11 settembre 2001.

Parole chiave Daesh, Isis, fondamentalismo islamista, strategia.

Abstract Daesh, the "Islamic State" or Isis, has become, in the last year, a relevant player in Middle Eastern dynamics. With the conquest of portions of Syria and Iraq, the movement has not had a single geopolitical impact, but has been shown to possess the traits that, in the constellation of Islamist fundamentalism, often characterize it as an atypical actor. At the same time, however, the "Islamic State" is able to summarize, in its ideological-confessional, operational, social ways as well as in its exercise of sovereignty, some features already expressed by other extremist groups. The main element of Daesh is the coherence between its objectives and broad range of activities at military, communicative, social, political and religious levels, which are combined to generate and support its basic strategy. The contribution, here proposed, aims to provide elements to understand how this strategic and broad approach was formed and in what ways Daesh breaks away from the most important movements that preceded it, namely al-Qaeda in its pre and post versions of September 11, 2001.

Keywords Daesh, Isis, Islamist fundamentalism, strategy.

Punti di vista/1

Terrorismo e mass media: la questione deontologica

di Giampiero Gramaglia

Nella campagna elettorale per le presidenziali statunitensi 2016, Hillary Rodham Clinton ha definito Donald Trump “il miglior reclutatore” del sedicente Stato islamico e dell’autoproclamato Califfo, quando, dopo la strage di San Bernardino, il magnate dell’immobiliare propose di mettere al bando dagli Usa i musulmani. E gli integralisti di al Sheebab, somali ‘affiliati’ alle milizie jihadiste, le diedero ragione, o ne raccolsero lo spunto: le affermazioni anti-Islam dello showman populista finirono in un loro video, 11 minuti tratti da discorso fatto nella South Carolina. Fortuna che i ‘clip’ degli al Sheebab non hanno l’efficacia di quelli del Califfo: 51 minuti complessivi, lunghe tiritere, molti aspiranti combattenti si saranno annoiati e avranno cliccato altrove prima di arrivare a Trump.

Lo showman, però, non s’è fatto smuovere né dalle critiche di Hillary né dalla strumentalizzazione dei somali: nel suo primo spot, trasmesso a inizio anno dalle tv dello Iowa e del New Hampshire, ha anzi ribadito e confermato le sue propo-

Punti di vista/2

Per un nuovo Mediterraneo

di *Alessandra Paradisi*¹

L'analisi della comunicazione è una dei fattori chiave nello studio dell'articolata strategia messa in atto da Daesh.

Non a caso coloro che lavorano su questo primario *terreno di guerra* (programmisti, ingegneri, informatici, registi, operatori, sceneggiatori, etc.) vengono tenuti nella più alta considerazione dagli uomini del sedicente Califfato anche rispetto ai kamikaze.

Se questa componente risulta essenziale (“metà della battaglia”) nell'offensiva del terrore altrettanto importante diventa quindi la risposta mediatica.

Alla luce delle minacce concrete che incombono sulle nostre città, direi sulle nostre vite, desidero richiamare l'attenzione sulla capacità di reazione.

Non c'è dubbio alcuno che numerosi (in termini percentuali) protagonisti di questa offensiva del terrore siano figli dell'Occidente e portino con loro anche un linguaggio, un' estetica che ha molto a che fare con il nostro immaginario.

El terrorismo como género periodístico

di Antonio Parra Pujante

Abstract El terrorismo -sea de índole religiosa o nacionalista e identitario- se mueve imponiendo una perversión del discurso bajo parámetros míticos de tipo cultural que presenta como históricos, lo que le sirve como fundamentación de su barbarie. Frente a esta lógica que busca el apoyo de la opinión pública de su entorno geográfico y cultural, la prensa responde con una doble actitud: de un lado acepta la arquitectura verbal de las organizaciones terroristas, sus fundamentos, y de otro, en una lucha incruenta pero no menos violenta, dada la competencia entre medios y la lucha por las audiencias, acaba convirtiendo este tipo de información en un espectáculo, en una especie de subgénero narrativo e informativo. Este trabajo, planteado como un primer esbozo de filosofía del terrorismo y de la recepción mediática de este, aspira a contribuir al debate desde categorías filosóficas y antropológicas.

Parole chiave Terrorismo, filosofía, información, universo mítico, lógica verbal, espectáculo.

Abstract Terrorism – be it religious, nationalist or identity related – works by imposing a perversion of the discourse, presenting cultural mythical parameters as if they were historical ones, and using these as the foundation for its barbaric actions. Faced with this logic, which searches the support of the public opinion in terrorism’s own geographic and cultural environment, the press responds with a dual attitude: on the one hand it accepts the verbal architecture of the terrorist organizations, their foundations, and on the other hand, in a bloodless but not less violent struggle, given the competition among the media outlets for audiences, this information becomes an spectacle, some sort of narrative and informative subgenre. This work, proposed as a first outline of philosophy of terrorism and the media reception of it, aims to contribute to the debate on the topic from the anthropological and philosophical categories.

Keywords Terrorism, philosophy, information, mythical universe, verbal logic, spectacle.

Las Redes Sociales en la cobertura del ataque terrorista al semanario Charlie Hebdo y su impacto en la prensa española

*di Lourdes Martínez Rodríguez¹ e
M^a Verónica De Haro De San Mateo²*

Abstract Se analiza la cobertura informativa del ataque terrorista a Charlie Hebdo en la prensa española con el objetivo de reflexionar sobre el reflejo del discurso social generado en las Redes, cuáles fueron las más usadas y qué utilidad tuvieron para los medios, tanto desde el punto de vista de las rutinas productivas como desde una perspectiva ética. Se concluye que el discurso social generado en las Redes fue protagonista de la narración periodística y Twitter la red social de mayor valor para la construcción de noticias, al tiempo que se constata la creciente necesidad de verificación en el nuevo ecosistema mediático.

Parole chiave Terrorismo, Periodismo, Redes Sociales, Charlie Hebdo, Twitter, prensa española.

Abstract This article analyzes the coverage of the terrorist attack to Charlie Hebdo on the Spanish press, considering the reflection of the social discourse generated in the Social Network Sites, identifying which were the most used platforms and the usefulness they had for the media, both from the point of view of the productive routines as from an ethical perspective. It concludes that the social discourse generated in the Social Networks was a protagonist of the journalistic narrative and that Twitter was the social network of highest value for the construction of news. At the same time, it confirms the growing need for verification in the new media ecosystem.

Keywords Terrorism, Journalism, Social Network, Charlie Hebdo, Twitter, Spanish press

Víctimas, verdugos, guerra sucia y humor: el cine sobre ETA tras el cese de su actividad armada (2011-2015)

di Susana Torrado¹, Gabrí Ródenas²

Abstract El 20 de octubre de 2011, la banda terrorista ETA anunciaba el “cese definitivo de su actividad armada” a través de un video enviado a la cadena británica BBC, poniendo fin a décadas de violencia. Desde el fin de la dictadura franquista, cuando algunos directores empezaron a abordar un tema tan “delicado”, hasta 2015, encontramos en torno a 70 películas rodadas sobre este tema por la industria cinematográfica española. El objetivo de este artículo es analizar cuatro de los largometrajes españoles más relevantes realizados desde el momento en que se emite el comunicado, octubre de 2011, hasta la actualidad: *Negociador* (Cobeaga, 2014), *Lasa y Zabala* (Malo, 2014) y los documentales *1980* (Arteta, 2014) y *Asier y yo* (Merino, 2013).

Parole chiave Terrorismo, cinematografía, ETA, industria cinematográfica española..

Abstract On October 20, 2011 the terrorist gang ETA announced the “definitive cessation of their armed activity” through a video sent to the British television network BBC, putting an end to decades of violence. Since the end of Francisco Franco’s dictatorship, when some directors started to handle such a “delicate” topic, up to 2015, the Spanish cinematographic industry has made around 70 films regarding the topic. The objective of this article is to analyze four of the most relevant Spanish films about ETA produced from the moment that the notice was released, in October 2011, to the present day: *Negociador* (Cobeaga, 2014), *Lasa y Zabala* (Malo, 2014), as well as the documentaries *1980* (Arteta, 2014) and *Asier y yo* (Merino, 2013).

Keywords Terrorism, filmmaking, ETA, Spanish cinematographic industry.

Media arabi e terrorismo: da Al Jazeera al Cyber Caliphate

di Dario Fanara

Abstract L'11 Settembre e la successiva escalation drammatica degli eventi hanno portato all'attenzione del mondo una serie di questioni come la diversità culturale, gli assetti geopolitici e la globalizzazione. I media sono divenuti sensori e motori del cambiamento. In questo panorama hanno giocato un ruolo chiave anche i media arabi. Da quel momento, irrompe sulla scena globale un nuovo tipo di terrorismo che rompe con gli schemi del passato e si avvale dell'appoggio dei mezzi di comunicazione, sottolineando l'importanza di efficaci strategie di comunicazione e di una controinformazione che possa narrare le questioni mediorientali da un altro punto di vista.

Parole chiave Medio Oriente, Califfato, Cyber jihad, contro-informazione, nuovi media.

Abstract 9/11 and the subsequent escalation of dramatic events has brought to the world's attention a number of issues such as cultural diversity, the geopolitical order and globalization. Media have become sensors and drivers of change. In this scenario, Arab media have played a key role. A new type of terrorism has burst into the global scene breaking with the past, making use of the support of media and emphasizing the importance of effective communication strategies and of a counter-information that makes it possible to talk about Middle East issues from a different point of view.

Keywords Middle-East, Caliphate, Cyber jihad, counter-information, new media.

Islam e derive radicali

di Barbara Lattanzi

Abstract L'estremismo islamico moderno rappresenta la vera sfida della modernità. Per comprenderne le cause e delinearne l'identità occorre partire dall'analisi di quelle correnti radicali dell'Islam sunnita, di cui fanno parte il salafismo e il wahhabismo, senza tralasciare i loro adattamenti evolutivi di fronte al modificarsi delle condizioni storiche e degli assetti geo-politici. Occorre tenere in considerazione che l'estremismo islamico europeo non affonda le sue radici solo nella religione: ciò su cui puntano i reclutatori è l'identità, quel mix di retaggio storico dell'etnia di origine e vissuto personale che produce un radicalismo con diverse varianti e, probabilmente, non estraneo all'Occidente.

Parole chiave Radicalismo, estremismo, salafismo, wahabbismo, sunniti.

Abstract Modern Islamic extremism is the real challenge of modernity. To understand the causes and outline its identity, we need to start from the analysis of those radical currents of Sunni Islam, which include Salafism and Wahhabism, without neglecting their evolutionary adaptation to the changes of historical conditions and geo-political assets. We have to consider that European Islamic extremism is not only rooted in religion: recruiters rely on identity, a mix between historical legacy of ethnic origin and personal experience that produces radicalism with different variations which are probably not unknown to the Western World

Keywords Radicalism, extremism, salafism, wahhabism, sunni.

L'industria dell'Ospitalità, del turismo e del tempo libero (Ott) nel contrasto al terrorismo jihadista

di Nicolò Costa

Abstract Gli attacchi terroristici, tratti dalla cronaca più recente, hanno mostrato la centralità dei luoghi del piacere nelle strategie terroristiche degli jihadisti. Le attività dell'ospitalità, del turismo e del tempo libero (Ott), come i luoghi del divertimento e della socialità delle metropoli occidentali o le località turistiche nei paesi arabo-musulmani, si sono rivelati i target privilegiati delle azioni terroristiche. Queste attività turistiche, commerciali, culturali (soft target) hanno una caratteristica: sono sempre più popolati da invisibili vite mobili ovvero da un insieme di persone che si muovono, nel corso della vita, tra le città, attraverso le culture, e che sono diverse per provenienza geografica, religione, razza, classe sociale, ma connesse da un comune stile di vita. Il presente lavoro si propone di riflettere sulle possibili responsabilità economiche e socio-culturali dell'industria dell'Ott per contrastare il terrorismo jihadista.

Parole chiave Terrorismo, Ospitalità, Vite mobili, Turismo sostenibile, Marketing collaborativo.

Abstract Terrorist attacks, drawn from the most recent news stories, have shown the centrality of pleasure places in the Jihadists' strategies of terrorism. The activities related to hospitality, tourism and leisure, such as places of entertainment and sociability of Western metropolis, or tourist areas in the Arab-Muslim countries, have proved to be the main targets of terrorist actions. These tourist, commercial and cultural activities (soft target) share a common characteristic: they are increasingly populated by invisible mobile lives, or by a group of people who are moving, in the course of their life, from one city to another and across cultures, that have different geographic origins, religions, races and social classes, but are connected by a common lifestyle. In order to counter Jihadist terrorism, this paper aims to reflect on the economic and socio-cultural responsibility of Hospitality, Tourism and the Leisure industry.

Keywords Terrorism, Hospitality, Mobile lives, Sustainable Tourism, Collaborative Marketing.

La rappresentazione mediatica dell'Isis: dove ha fallito al-qaida?

di Giorgia Cantarale

Abstract Osāma bin Lāden fu il primo a bucare lo schermo, con i suoi proclami trasmessi da *al Jazeera* inneggianti al *jihād*. Con l'irrompere sulla scena dell'Isis, però, si è assistito a un vero e proprio cambio di strategia comunicativa. Il contributo mira a indagare la mediaticità dell'Isis, alla luce della rilevanza attribuitagli dai media occidentali e mediorientali e come esso sia percepito dai rispettivi uditori. Alla luce di ciò, si analizzerà l'uso di alcuni termini da sempre appartenenti alla cultura e tradizione islamica e come questi vengano utilizzati in maniera moderna dai terroristi dello Stato islamico. L'Isis costruisce una vera e propria estetica comunicativa e suo alleato in questo sono i media occidentali, che amplificano l'effetto di seduzione verso il male.

Parole chiave Isis, al-qāida, media, pubblico, terminologia.

Abstract Osāma bin Lāden was the first to have a powerful screen presence when Al Jazeera broadcast his proclamations glorifying Jihād. Owing to the eruption of Isis on the global stage, a real change of communicative strategy has emerged. The contribution aims to investigate not only Isis mediaticity, taking into account the increased significance conferred to it by Western and Middle East media, but also as it is felt by its respective listeners. In the light of this, the use of some terms which have always belonged to the Islamic culture and tradition will be analysed, focusing on the way they are newly used by the Islamic State's terrorists. Isis builds a true communicative aesthetics and their allies in this are Western media, amplifying the effect of the seduction of evil.

Keywords Isis, al-qāida, media, audience, terminology.

Media e terrorismo: le conseguenze sul sistema penale

di Carolina Antonucci

Abstract Questo lavoro offre una riflessione sulle conseguenze prodotte sui sistemi penali dalla narrativa proposta dai media riguardo al terrorismo. In una prima parte si presenta la genealogia dei principi giuridici e filosofici che informano lo Stato di diritto e la penalità negli ordinamenti occidentali. Seguendo la metodologia storica sono stati individuati gli scarti da questo modello idealtipico e le derive emergenziali intraprese sempre a ridosso di eventi terroristici e in risposta ad una crescente domanda di sicurezza nell'opinione pubblica. Nel nuovo millennio si è arrivati a teorizzare un diritto penale del nemico dal quale sarebbero espunte le principali garanzie conquistate con la modernità.

Parole chiave Terrorismo, stato di eccezione, garantismo, sistema penale, tortura.

Abstract A reflection on the consequences produced on the penal system by the story telling of media regarding terrorism is offered by this work. On the first step is shown the genealogy of the juridical and philosophical principals that are base of the "rule of law" and "penalties" in Western regulations. Proceeding with an historical approach it has been identified the shift from this idealtype and the emergency procedure drifts put in place always after terroristic events and as answer to the always growing of security demand of the public opinion. In the new millennium it has come to theorize a criminal law of the enemy (*Feindstrafrecht*) from which the main guarantees conquered by modernity are ripped off.

Keywords Terrorism, state of exception, guarantism, penal system, torture.

Giovani rappresentazioni sociali del sistema mobilità e processi di apprendimento

di *Angela Cattaneo, Isabella Mingo, Barbara Treglia*

Abstract L'articolo presenta alcuni risultati emersi dalla valutazione del progetto sperimentale "Studenti di oggi cittadini di domani: lezioni di mobilità e sicurezza in strada" messo a punto dal Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti in collaborazione con il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale, Sapienza Università di Roma. L'obiettivo è duplice: il primo, di natura teorico-esplorativa intende usare il macro-paradigma delle rappresentazioni sociali per interpretare il contenuto delle giovani rappresentazioni di mobilità nel campione di riferimento, oltretutto, il modo in cui esse si modificano; il secondo, si colloca nella dimensione empirica-pragmatica del processo formativo, e consiste nel valutare, in positivo e in negativo, la natura del cambiamento prodotto dall'intervento erogato, la cui rilevanza risiede, nella capacità delle rappresentazioni sociali di orientare pratiche di mobilità, più sicure e sostenibili.

Parole chiave Valutazione, rappresentazioni sociali, formazione, apprendimento, sicurezza stradale.

Abstract This article presents some findings from the evaluation of the experimental project "Today students, tomorrow's citizens: lessons of mobility and road safety" developed by the Ministry of Infrastructure and Transport in collaboration with the Department of Communication and social Research, Sapienza University of Rome. It has two aims: the first, theoretical and exploratory, intends to use the macro-paradigm of social representations to interpret the content of the young representations of mobility, as well as the way they can be modified. The second, following the first, concerns the empirical-pragmatic dimension of the training process. It consists in evaluating, both positively and negatively, the nature of change produced by the training project, the relevance of which resides in the ability of social representations to advise safer and more sustainable practices of mobility.

Keywords Evaluation, social representations, training, learning, road safety.

Referaggio dei contenuti

Comunicazionepuntodoc adotta una politica di referaggio "doppio-cieco" (double-blind). Inoltre, i contributi di autori riferibili alla Sapienza Università di Roma sono sottoposti a referee anonimi appartenenti ad altri Atenei.

La doppia mission di

Comunicazionepuntodoc si realizza:

- attraverso il continuo confronto scientifico e critico tra dottorandi, dottori di ricerca e giovani ricercatori da una parte, ed importanti esponenti delle Scienze Sociali e dei *professionisti dello spazio pubblico* dall'altra;
- grazie alla diffusione della conoscenza resa possibile dall'invio di contributi da parte di dottorandi, dottori di ricerca e giovani ricercatori impegnati a livello nazionale e internazionale nella ricerca nel campo delle Scienze Sociali.

Per inviare contributi e proposte:

comunicazionepuntodoc@uniroma1.it

Comunicazionepuntodoc

è la Rivista semestrale della Scuola di Dottorato *Mediatrends. Storia, Politica, Società* della Sapienza Università di Roma.

Registrazione presso il Tribunale di Milano
n. 134 del 20-03-2009

- Un singolo numero Euro 12,00
- Abbonamento annuale Euro 20,00
(Spedizione gratuita)
- Abbonamento 4 numeri Euro 30,00
(Spedizione gratuita)

Per abbonarsi online

www.faustolupettieditore.it

Per abbonarsi Banco Posta

c.c postale n.92525948

Intestato a Logo Fausto Lupetti Editore

Responsabile abbonamenti

danielelupetti@fastwebnet.it

Telefono 0039 02 36536238

L'editore garantisce il trattamento dei dati personali forniti dagli abbonati nel rispetto e a tutela della riservatezza a norma della legge 675/96 e dell'art. 13 del D.lgs 196/2003