



**COME SI COMUNICANO I BENI COMUNI?
COME SI COMUNICANO I BENI COMUNI NEL CONTESTO DI UN'OCCUPAZIONE?
IL CASO VALLE HA RAGGIUNTO UNA NOTORIETÀ SOLO PER LA FAMA DEL PIÙ ANTICO TEATRO DI ROMA?**

COMUNICARE I BENI COMUNI: IL CASO TEATRO VALLE OCCUPATO

Strategie e tecniche di una comunicazione riuscita

Stefano D'Alessandro



FOTO DI DIANA PALVETTI

BIOGRAFIA

Stefano D'Alessandro è nato il 26-12-1982, vive a Campoleone, frazione di Aprilia (LT), e si è laureato in Scienze e Tecnologie della Comunicazione nella Facoltà di Scienze della Comunicazione della Sapienza di Roma.

Scrivo di sport, cronaca e politica locale per il quindicinale "Il Caffè", di spettacolo ed eventi per "In Torino" e "Weekly", inserti del Tuttosport.

Per arrotondare i precari corrispettivi incassati dall'attività giornalistica svolge anche la professione di barista nel bar di famiglia.

Nel 2007 fonda insieme ad un gruppo di amici "Pecoraduno", associazione culturale per la salvaguardia delle tradizioni agricole-pastorali e la promozione delle culture giovanili.

Dal 2009 svolge attività politica nelle file della formazione extraparlamentare del Partito dei Comunisti Italiani, all'epoca guidati dall'ex Ministro della Giustizia Oliviero Diliberto.

Attualmente applica gli insegnamenti appresi nel suo percorso di studi alle realtà politiche e sociali di cui fa parte, specialmente nel settore dell'organizzazione di eventi, si appassiona al tema dei beni comuni e alle forme più innovative per comunicarli.



L'occupazione del Teatro Valle è una delle poche vicende che è riuscita a portare il tema dei beni comuni all'attenzione dei mass media e dell'opinione pubblica.

La tesi ha scelto dunque questo caso per inoltrarsi in campo - quello della comunicazione dei beni comuni - che costituisce un settore pressoché inesplorato dalla letteratura scientifica.

Esiste una comunicazione specifica, caratteristica dei beni comuni? Che cosa la caratterizza? Quali sono i suoi obiettivi? Quali i suoi destinatari?

Impiegando metodi e tecniche dell'indagine sia qualitativa che quantitativa, la ricerca ha indagato le strategie, i media e i linguaggi utilizzati dai Comunardi del Teatro Valle Occupato per comunicare i propri valori e la propria politica.

**FACOLTÀ DI SCIENZE POLITICHE
SOCIOLOGIA COMUNICAZIONE**
corso di laurea magistrale in:
**COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ
PER PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI E
NON PROFIT**
ANNO ACCADEMICO 2013-2014



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

INDICE

INTRODUZIONE - pag. 11

CAPITOLO 1

IL TEATRO DEI BENI COMUNI - pag. 17

- 1.1. In nome dei beni comuni: l'occupazione del Teatro Valle - pag. 17
- 1.2. Il concetto di beni comuni nell'esperienza del Teatro Valle Occupato - pag. 23
- 1.3. L'organizzazione del Teatro Valle Occupato - pag. 27
- 1.4. La comunicazione del Teatro Valle Occupato - pag. 32
- 1.5. Il caso del Teatro Valle Occupato - pag. 38

CAPITOLO 2

COMUNICARE I BENI COMUNI. UNA RICERCA SUL TEATRO VALLE OCCUPATO - pag. 43

- 2.1. Il contesto - pag. 43
- 2.2. Il progetto e gli obiettivi della tesi - pag. 52
- 2.3. Metodo e azioni di ricerca - pag. 53
 - 2.3.1. Ricerca bibliografica e rassegna stampa - pag. 53
 - 2.3.2. Osservazione partecipante - pag. 55
 - 2.3.3. Interviste focalizzate a testimoni privilegiati - pag. 57
 - 2.3.4. Analisi dei materiali di informazione e promozione - pag. 58
 - 2.3.5. Analisi dei social network - pag. 59
 - 2.3.6. Analisi dell'immagine del Valle sulla stampa - pag. 62

CAPITOLO 3

L'IDENTITÀ VISIVA DEL TEATRO VALLE OCCUPATO - pag. 69

- 3.1. L'identità visiva del Teatro Valle Occupato

- pag. 69

3.2. Il materiale promozionale - pag. 71

3.3. Il marchio - pag. 74

3.4. Il sito internet - pag. 79

3.5. Le physical evidences - pag. 81

CAPITOLO 4

LE RELAZIONI ISTITUZIONALI DEL TEATRO VALLE OCCUPATO - pag. 85

- 4.1. La sinergia con i giuristi e gli artisti - pag. 85
- 4.2. Due supporter inaspettati - pag. 87
- 4.3. Il sostegno degli artisti - pag. 96

CAPITOLO 5

IL TEATRO VALLE OCCUPATO SUI SOCIAL NETWORK - pag. 101

- 5.1. Beni comuni occupati 2.0 - pag. 101
- 5.2. Il Teatro Valle Occupato su Twitter - pag. 104
- 5.3. Il Teatro Valle Occupato su Facebook - pag. 115

CAPITOLO 6

LA COMUNICAZIONE NON CONVENZIONALE DEL TEATRO VALLE OCCUPATO - pag. 125

- 6.1. La “guerriglia semiologica” del Teatro Valle Occupato - pag. 125
- 6.2. I video non convenzionali - pag. 129
- 6.3. Il Teatro Valle Occupato nelle piazze - pag. 132
- 6.4. L'occupazione simbolica del Comune di Roma - pag. 136

CAPITOLO 7

LA COSTRUZIONE DELLA MITOLOGIA DEL TEATRO VALLE OCCUPATO - pag. 141

- 7.1. I tre miti del Teatro Valle Occupato

- pag. 141

7.2. Un libro per costruire il mito. Storytelling per i beni comuni - pag. 143

7.3. Il mito dei beni comuni - pag. 146

7.4. Il mito dell'uomo comune - pag. 149

7.5. Il mito dei Comunardi e della Comune di Parigi - pag. 151

CAPITOLO 8

IL TEATRO VALLE OCCUPATO VISTO DAI QUOTIDIANI - pag. 157

- 8.1. I quotidiani e il Teatro Valle Occupato: narrazioni a confronto - pag. 157
- 8.2. La copertura dei quotidiani sui fatti del Teatro Valle Occupato - pag. 163
- 8.3. Gli eventi più significativi - pag. 170
- 8.4. I personaggi emergenti - pag. 175
- 8.5. Le narrazioni medialità a confronto - pag. 180
- 8.6. Le affinità e le divergenze tra le diverse narrazioni medialità - pag. 191

CONCLUSIONI

QUALE COMUNICAZIONE PER IL FUTURO DEI BENI COMUNI? - pag. 195

- Creatività, innovazione, mitologia: resoconto di una possibile comunicazione dei beni comuni - pag. 195
- Teatro Valle Occupato versus Teatro Valle Liberato - pag. 204
- Una proposta per domani: Teatri Liberati versus Teatri Occupati? - pag. 207

BIBLIOGRAFIA - pag. 209

SITOGRAFIA - pag. 217