

Sui social l'immagine dell'Abruzzo è legata a natura e cibo

Autore: editore

Data: 08 Gennaio 2016



Marianna Boero, ricercatrice della Facoltà di Scienze della Comunicazione dell'Università di Teramo, ha condotto uno studio dal titolo 'Cibo, natura, identità culturali. Racconti e immagini di territori sul web', finanziato dal Fondo Sociale Europeo nell'ambito del progetto 'Più ricerca e innovazione' e dall'Università di Teramo.

“L'obiettivo – spiega Boero – è stato quello di capire, partendo dalle impressioni e dalle esperienze dei potenziali turisti, quali sono gli elementi su cui agire per valorizzare il territorio abruzzese nell'ottica della competitività nazionale ed europea. Analizzare i discorsi degli utenti non significa semplicemente rilevare delle opinioni – aggiunge – ma cogliere delle tendenze comportamentali utili per pianificare strategie turistiche efficaci”.

Tre le tre macro-azioni in cui si è articolato lo studio: la prima è stata l'analisi dell'identità abruzzese sui siti istituzionali di comunicazione turistica regionale per capire quali sono i temi ricorrenti nella rappresentazione della Regione e quale ruolo hanno il cibo, la natura e la cultura nella costruzione dell'identità; la seconda azione è stata un'indagine delle opinioni degli utenti sui social media per

rilevare le rappresentazioni del territorio abruzzese, verificando quali giudizi di valore (o disvalore) vengono attribuiti all'identità della Regione; la terza azione è stata una comparazione con altre identità regionali (Puglia, Liguria, Sicilia).

“Bisogna considerare – continua Boero – che il concetto di ‘identità’ copre un’ampia gamma di componenti che possono legarsi al paesaggio, al cibo, o ancora alle tradizioni, alle opere d’arte, e così via. Dai discorsi sul web emerge un’immagine dell’Abruzzo sbilanciata sull’entroterra, legata ai temi fondamentali della natura, della storia e della tradizione artigianale. Gli utenti tendono a identificare l’immagine abruzzese con la montagna, i parchi nazionali e la buona cucina. In misura minore viene associata all’arte e alla cultura.

L’area costiera risulta meno presente nei discorsi degli utenti e tende a essere identificata con un’offerta turistica pensata per famiglie e bambini. Le altre aree – sottolinea – che la regione sta cercando di riscoprire e valorizzare nei commenti degli utenti occupano uno spazio minoritario. Questa percezione si discosta dagli obiettivi di comunicazione del sito istituzionale Abruzzo Turismo e rivela una parziale conoscenza del territorio abruzzese in contesti extraregionali”.

Infine, per Marianna Boero, “l’immagine comunicata attraverso i social network può contribuire in modo significativo ad alimentare percezioni e rappresentazioni di luoghi. Una strategia di promozione del territorio efficace, dunque, non può prescindere dall’ascolto delle conversazioni che si sviluppano sui canali social”.

Riferimento articolo: https://travelnostop.com/abruzzo/web-2-0/sui-social-limmagine-dellabruzzo-e-legata-a-natura-e-cibo_130413

Generato il 15/04/2025