



H.E.A.D.

Humanities and Enterprises Annual Dialogue

**SEMINARIO E WORKSHOP**

**DALLA RICERCA  
ALLA PRATICA**

# **LETTERATURA E PUBBLICITÀ**

Organizzazione: Erasmus Mundus in  
Culture Letterarie Europee - CLE  
Università di Bologna

**APERTO A STUDENTI E MONDO DEL LAVORO  
23 - 24 GENNAIO 2020**



With the support of the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
DIPARTIMENTO DI LINGUE LETTERATURE  
E CULTURE MODERNE



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
DIPARTIMENTO DI FILOLOGIA CLASSICA E ITALIANISTICA



**MEDIA CONSULTANTS**

# » 23 Gennaio

Aula V, via Cartoleria, 5

**8.30-9.00** - Registrazione partecipanti

**9.00 - Saluti Autorità**

Guglielmo Pescatore (UNIBO, Presidente Sistema Bibliotecario di Ateneo)

Paola Puccini (UNIBO, Direttrice Dipartimento LILEC)

Francesco Citti (UNIBO, Direttore Dipartimento FICLIT)

**9.10 - Anna Soncini** (UNIBO, Coordinatrice EM CLE)

Introduzione e obiettivi

**9.15 - Andrea Battistini** (UNIBO)

*La retorica e la pubblicità*

**10.00 - Rossella Elisei** (Consulente media e comunicazione)

*Dalla strategia di marketing alla strategia di comunicazione*

Il posizionamento della comunicazione. La definizione degli obiettivi di comunicazione. Come cambia la strategia con i nuovi media. Analisi di alcuni recenti comunicati pubblicitari. Il documento strategico.

**11.00 - Alessandro Canale** (scrittore, copywriter), *Creatività, cultura letteraria e copywriting*. Introduzione di **Gianluca Di Dio** (scrittore, copywriter)

**12.30 - Rossella Elisei** (Consulente media e comunicazione)

*La Campagna Pubblicitaria: come conciliare obiettivi di mercato e creatività*

I linguaggi della pubblicità, derivazioni e analogie con la letteratura. I Modelli di costruzione e comunicazione ( AIDA - USP - Positioning ecc.)

**13.00** - Pausa

**14.30 - Anton P. Margoni** (Presidente Media Consultants)

*L'impatto delle nuove tecnologie sui media (pubblicitari) e quindi sullo scenario della comunicazione pubblicitaria italiana*

**15.15 - Rossella Elisei** (Consulente media e comunicazione)

*La letteratura che vende*

La letteratura fonte di ispirazione: la creazione di nuovi elementi iconici e di codici per l'interpretazione della realtà; la creazione di un immaginario condiviso; il suggerimento di nuovi bisogni o il soddisfacimento di quelli esistenti e non ancora percepiti; l'educazione del consenso; i valori etici e morali (esempi di campagne televisive e web).

**16.00 - Alberto Sebastiani** (UNIBO)

*Narrazioni e lettori tra stili e linguaggi*

**16:30 - 18:30** - **Esercitazioni** (role playing)

# » 24 Gennaio

Aula V, via Cartoleria, 5

**9.00 – Rossella Elisei** (Consulente media e comunicazione)  
Introduzione alla seconda giornata

**9.15 – Guglielmo Pescatore** (UNIBO)  
*Ecosistemi narrativi*

**10.00 – Rossella Elisei** (Consulente media e comunicazione)  
*Operatività e applicazioni*

Le figure professionali: il percorso decisionale e il percorso creativo. Il ruolo del creativo e dell'account all'interno del percorso strategico. Come valutare le proposte creative in base agli obiettivi di comunicazione

**10.45 – Giovanni Boccia Artieri, Elisabetta Zurovac** (UNIURB)  
*Transmedia storytelling e Social Media*

**11.30 – Rossella Elisei** (Consulente media e comunicazione)  
*Le nuove tecniche*

Campagna o narrazione? Quando usare le nuove tecniche e come motivarle. Il briefing e il debriefing in Agenzia. Come motivare ogni step del percorso creativo e il controllo dei tempi. Illustrare le proposte creative: account o direttore creativo?

**12.45 – Anna Soncini** (UNIBO, Coordinatrice EM CLE)  
Intervento conclusivo

**13.00** - Pausa

**14:30 - 18:30 - Esercitazione.** Il lavoro del team. Conduzione: Account Rossella Elisei - Copywriter Gianluca Di Dio  
(Aula Roveri, via Zamboni, 38)

## **Sintesi dei contenuti**

**1) Analisi semantica della comunicazione pubblicitaria,** finalizzata alla costruzione di un messaggio corretto attraverso la decodifica dei codici interpretativi di campagne televisive, radiofoniche e stampa, i siti e i video online, la native advertising.

**2) La critica letteraria e l'analisi del testo:** alcuni esempi di ricerca tra letteratura e testi visivi (visual studies), per capire come la letteratura partecipi alla costruzione dell'immaginario e che relazioni instauri con altri linguaggi e aspetti culturali.

**3) Gestione delle proposte creative,** attraverso la continua verifica dell'adesione del messaggio ai criteri di marketing fissati (obiettivi, target, branding ecc.) utilizzando i riferimenti culturali e letterari necessari per dare un briefing corretto a copywriters e art directors e soprattutto per valutarne il lavoro.



H.E.A.D.

Humanities and Enterprises Annual Dialogue

# DALLA RICERCA ALLA PRATICA LETTERATURA E PUBBLICITÀ

*Un percorso mirato all'approfondimento delle dinamiche della comunicazione pubblicitaria costruito per rispondere all'evoluzione e al cambiamento culturale in atto negli ultimi anni mostrando la ricchezza che possono offrire, come contenuti e come metodo, la letteratura e la critica letteraria.*

**Obiettivo** Fornire un punto di vista innovativo agli operatori della pubblicità e agli studiosi di letteratura giocando sulla costruzione e sull'analisi dell'immaginario costruito grazie alla cultura letteraria. Il seminario è costruito su due binari: a) Analisi di strutture narrative e retoriche. b) Approfondimento della loro relazione con l'immaginario e gli obiettivi di comunicazione.

**Docenti** Professionisti della pubblicità, del marketing e docenti universitari.

**Targets** Giovani creativi, content managers di Aziende e Agenzie, direttori creativi e responsabili della comunicazione in Azienda, commerciali, product managers e brand managers, web agencies, storytellers per native advertising e siti istituzionali o di prodotto. Studenti, dottorandi, assegnisti di ambito umanistico interessati all'uso retorico dell'immaginario e alla applicazione delle proprie ricerche nell'ambito della comunicazione pubblicitaria.

Su richiesta verrà rilasciato un attestato di frequenza.

**Coordinatrice:** Anna Paola Soncini Fratta; **Organizzazione:** Lucia Manservisi, Rossella Elisei, Fernando Funari, Eleonora Marzi, Alberto Sebastiani

Per informazioni: [fernando.funari@unibo.it](mailto:fernando.funari@unibo.it)

[www.cle.unibo.it](http://www.cle.unibo.it)



With the support of the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
DIPARTIMENTO DI LINGUE LETTERATURE  
E CULTURE MODERNE



ALMA MATER STUDIORUM  
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA  
DIPARTIMENTO DI FILOLOGIA CLASSICA E ITALIANISTICA



MEDIA CONSULTANTS