



A Siena il primo premio dedicato alla Saggistica della Comunicazione

Il 16 e 17 giugno il Master in Comunicazione d'Impresa dell'Università di Siena organizza, con la direzione del pubblicitario Paolo Iabichino, un premio dedicato ai libri che hanno consentito una migliore comprensione dei fenomeni comunicativi contemporanei.

Un premio che parte da lontano, da un giorno di marzo del 2020, quando, in piena pandemia, teneva la sua tradizionale lezione al Master in Comunicazione d'impresa dell'Università di Siena Giovanni Boccia Artieri, sociologo ed esperto di media digitali. A un certo punto il professor Boccia Artieri decide di far "traslocare" l'aula su Instagram per discutere in diretta i temi di **quella lezione** con Paolo Iabichino, direttore creativo e scrittore pubblicitario.

Quell'esperimento funziona a tal punto che, in breve tempo, si trasforma in **un format giornaliero, Carosello is Back**, una finestra di 20 minuti in cui parlare di pubblicità, social media, cultura digitale.

Con il passare dei mesi (e dei confinamenti), *Carosello is Back* si trasforma in un appuntamento settimanale in cui, con il pretesto di presentare dei libri, si discute delle tensioni del presente. È così che prende il via **Carosello is Book**.

Il 16 e il 17 giugno, a Siena, presso l'Aula Romani del Complesso San Francesco dell'Università di Siena (piazza San Francesco 7), **Carosello is Book cambia ancora e diventa un premio** con cui si vogliono riconoscere le eccellenze del panorama editoriale della comunicazione. L'evento intende diventare un riferimento per chi vuole fare o ha fatto della comunicazione il proprio mestiere.

«C'è un filone editoriale dove le persone che scrivono sono più di quelle che leggono. I libri vengono usati come moderni biglietti da visita per azioni di personal branding e new business - afferma Paolo Iabichino, Direttore del Premio e Presidente di Giuria - In mezzo a questa produzione, però, ci sono lavori che si distinguono perché sono scritti come una dichiarazione d'amore per il proprio lavoro. Sono libri in grado di trasmettere, in egual misura, passione e conoscenze anche e soprattutto ai nostri studenti e alle nostre studentesse. E questo è stato l'unico

criterio con cui ho chiesto alla giuria che presiedo, composta da Giovanni Boccia Artieri, Vera Gheno, Giovanni Manetti, Marisandra Lizzi, Maurizio Masini, di valutare i libri che sono stati candidati al Premio. Sono loro il nostro pubblico, sono loro il nostro futuro ed è proprio a loro, la classe di quest'anno del Master in Comunicazione d'impresa, che abbiamo deciso di affidare la progettazione e la comunicazione dell'intero sistema identitario del Premio, con la mia direzione creativa e la supervisione dello staff del Master. Un esperimento così riuscito che abbiamo iniziato già a lavorare al bando della prossima edizione in maniera ancora più rigorosa, accogliendo spunti e suggerimenti, per aiutare chi studia e chi lavora nel mondo della comunicazione a cercare di migliorare un po' una professione che sta attraversando uno dei periodi più difficili della sua storia.»

Nel pomeriggio di venerdì 16 giugno, dopo un intervento di **Marco Melegaro**, scrittore e redattore di **SkyTg24**, incentrato sul rapporto fra creatività e comunicazione televisiva, si svolgerà la **tavola rotonda** con gli autori e le autrici dei libri finalisti, moderata da **Paolo Iabichino e Giovanni Boccia Artieri** per discutere di cosa comunica, oggi, la saggistica di settore. A seguire è prevista la **lectio magistralis della sociolinguista Vera Gheno**, che affronterà il tema della comunicazione inclusiva nell'ambito del marketing.

Come si può fare emergere il femminile nei codici e nelle pratiche della comunicazione d'impresa? Come si possono far convivere le differenze - di orientamento sessuale, ma anche di religione, di età, etnia - in una lingua, quella del marketing, che voglia davvero essere inclusiva? Riflettere sull'uso di forme linguistiche che non discriminino le persone non è affatto una moda né un vezzo ideologico ("eh ma non si può dire più niente!"): è, al contrario, una questione assolutamente centrale per larghe fasce della popolazione, a partire da quelle più giovani. Perché è anche attraverso la comunicazione che si possono determinare le forme di una cultura e di una società.

La premiazione del libro vincitore si svolgerà sabato 17 giugno alle ore 11.00.

Per partecipare all'evento, basta registrarsi qui:

<http://www.congressi.unisi.it/?page=CiviCRM&q=civicrm%2Fevent%2Fregister&reset=1&id=263>

I libri finalisti:

Emanuela Griglié e Guido Romeo / Per Soli Uomini. Il maschilismo dei dati, dalla ricerca scientifica al design - Codice Edizioni

Emanuele Gabardi / Pubblicità è arte. L'Undicesima Musa - Franco Angeli

Viola Bachini e Maurizio Tesconi / Fake People. Storie di social bot e bugiardi digitali - Codice Edizioni

Flavia Rubino / Il Branding agile e la formula della fiducia - Hoepli

Ilaria Ventura Bordenca / Food Packaging: Narrazioni semiotiche e branding alimentare - Franco Angeli

Antonio Pavolini / Siamo sprecando internet. La riscoperta possibile di uno spazio pubblico digitale - Franco Cesati Editore

La giuria:

Paolo Iabichino / Scrittore Pubblicitario, Direttore Creativo e Fondatore Osservatorio Civic Brands con Ipsos

Giovanni Boccia Artieri / Professore ordinario di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi, Direttore Dipartimento Discui e Prorettore dell'Università di Urbino Carlo Bo

Vera Gheno / Sociolinguista, Ricercatrice all'Università degli Studi di Firenze, traduttrice.

Giovanni Manetti / Professore onorario di Filosofia e teoria dei linguaggi all'Università di Siena, tra i fondatori del Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione a Siena

Marisandra Lizzi / Founder di Mirandola Comunicazione e di iPressLIVE

Maurizio Masini / Professore di Comunicazione Digitale all'Università di Siena e Direttore del Master in Comunicazione d'Impresa

Credits

Direzione Creativa: Paolo Iabichino

Coordinamento: Valentina Canu e Giuseppe Segreto

Art Direction e Graphic Design: Filippo Franchi, Silvia Gasparri, Guglielmo Salvestrini, Fabiola Tropea

Illustrazioni: Silvia Gasparri

Copywriting: Beatrice Barbieri, Emma Cangelli, Federico Lai, Sofia Marcaccini, Martina Strobietto

Social Media: Beatrice Barbieri, Pietro Cambi, Daniele Catalano, Giulia Scalessi, Valeria Ventre

Organizzazione: Giuliana Pasquini, Linda Ippolito, Annalisa Tedeschi, Cristina Masoni, Angela Brogi, Maria Luisa Valacchi, Vasco Gioacchino Messina.

Partner: *Vald'O - La Vineria Letteraria*, con Antonio Cipriani e Valentina Montisci

PROGRAMMA

16 giugno

ore 15.30-16.00

Intervento di Marco Melegaro, scrittore e redattore SkyTg24

“Carosello: la creatività al servizio della comunicazione televisiva”.

ore 16.00-17.30

Tavola rotonda moderata da Paolo Iabichino e Giovanni Boccia Artieri

“Il mestiere di scrivere. La saggistica della comunicazione cosa comunica?”

ore 17.30-18.30

Lectio Magistralis di Vera Gheno, sociolinguista e divulgatrice

“La marketing è cambiata”

17 giugno

ore 11.00-12.00

Premiazione condotta da Paolo Iabichino e Giovanni Boccia Artieri

Brindisi finale.

Per maggiori informazioni è possibile contattare:

Valentina Canu

328 20 19 670

valentina.canu@unisi.it

Giuseppe Segreto

349 28 98 162

info@mastercomunicazioneimpresa.it

Il Master in Comunicazione d'Impresa è un master universitario di primo livello istituito nel 2006 dall'Università di Siena per offrire una formazione superiore e avanzata nell'ambito del marketing e della comunicazione. Tra i primi e più longevi corsi di alta formazione del settore, nel corso delle sue diciassette edizioni, ha formato oltre 400 professionisti della comunicazione.

Spett.li Redazioni,

Giornalisti e Operatori sono invitati a prendere parte all'iniziativa.

Organizzatori e Partecipanti sono a disposizione per interviste e servizi.

Si ringrazia per l'attenzione.

Comunicazione e stampa - Università di Siena

Banchi di Sotto, 55 - Siena

347 9472019 – 335 497838

0577 235227

comunicazione@unisi.it

