

Nome e cognome docente

Giuliano Pasini

Titolo: I Media: l'immagine e la comunicazione

Descrizione

Il corso, con un approccio molto pratico legato all'esame di diversi casi realmente verificatisi e un coinvolgimento degli studenti in attività e confronti, avrà come obiettivo quello di analizzare il funzionamento del mondo dei media, le loro dinamiche interne e rispetto ai fruitori dei contenuti (nonché ai creatori degli stessi contenuti), le possibili crisi che conseguono a un uso poco oculato degli strumenti di comunicazione, i risultati in termini di ritorno di immagine e di costruzione della reputazione. On e offline.

Scopo

Fornire agli studenti gli strumenti basilari per imparare a comprendere il funzionamento dei media e instaurare con gli stessi un rapporto costruttivo.

Articolazione dei contenuti

Tre moduli, così suddivisi:

1. Reputazione, immagine, comunicazione: è nato prima l'uovo o la gallina? Tre parole usate impropriamente come sinonimi e che, invece, incarnano concetti molto diversi. Se l'immagine è, per definizione, un momento, una fotografia, un fotogramma, la reputazione è un film, una serie di azioni concrete e coerenti che si sviluppano nel tempo. Perché si dice che la reputazione ci precede? L'immagine allora ci segue? La comunicazione può influenzare la reputazione? E come? Quanto ci vuole per costruire una reputazione positiva? E per demolirla?

Esercitazione pratica. Analisi di casi pratici: chi ha una buona comunicazione ha per forza una buona reputazione? E viceversa?

2. Il magico mondo dei media

Quali sono e come funzionano? Chi decide cosa diventa di dominio pubblico e secondo quali criteri? Cos'è una notizia? Un cane che morde un uomo è una notizia? E dieci cani? E un uomo che morde un cane? Come si costruisce un giornale? I media di oggi saranno i media di domani? E di dopodomani? Una panoramica sul mondo dei media italiani, cercando di analizzarne il funzionamento e gli sviluppi, con un occhio attento – e critico – ai cosiddetti "new media".

Esercitazione pratica. Giornalista per un giorno. Da un avvenimento (inventato o meno) traiamo un titolo, un catenaccio, un occhiello, e un incipit che intrighi il lettore.

3. Mamma, ho perso la reputazione... Come si affronta una crisi reputazionale?
Una carrellata di celeberrimi casi di cronaca in cui persone o imprese hanno distrutto in un secondo il lavoro di decenni. E come vi hanno posto rimedio. SE vi hanno posto rimedio.

Esercitazione pratica: direttore comunicazione per un giorno. Sei di fronte a rischio reputazionale colossale. Cosa fai? (E... no, staccare il telefono non vale).

Destinatari: chiunque sia interessato ai temi

Prerequisiti: nessuno specifico

Attrezzatura richiesta ai partecipanti: materiale per appunti

Luogo: Aula 12, San Sebastiano

Durata: 12 ore

Orario: 27, 28 e 29 giugno dalle 9.00 alle 13.00