



AD

ARCHITECTURAL DIGEST. LE PIÙ BELLE CASE DEL MONDO

NEWS

INTERIOR

ARCHITETTURA

DESIGN

MAGAZINE

ART
CORNERMILANO DESIGN
WEEK

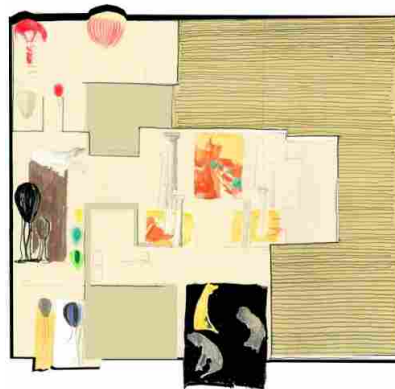
KIT PER ESPLORATORI DELLA COMUNICAZIONE

Il nuovo libro di Paolo Iabichino è un efficace strumento per orientarsi nel mondo della comunicazione contemporanea, scoprendone i meccanismi nascosti.

Negli ultimi anni il mondo della comunicazione è cambiato radicalmente, e soprattutto è cambiato il modo di comunicare. L'avvento delle culture digitali, il propagarsi dei social network, e in parallelo l'imporsi di una nuova variante della società dello spettacolo legata anche ai modelli suggeriti dai reality show hanno introdotto tutta una serie di parametri inediti. Si delinea una complessa geografia della comunicazione, che riserva ancora molti territori da esplorare. Un valido strumento per orientarsi in questi scenari è l'ultimo libro di **Paolo Iabichino**, Chief Creative Officer del gruppo Ogilvy & Mather Italia e attento studioso dell'evoluzione della comunicazione. ***Scripta volant. Un nuovo alfabeto per scrivere (e leggere) la pubblicità oggi*** (Codice Edizioni, 144 pagine, 16 euro), un libro che offre molto di più di quanto si possa evincere dal titolo. Infatti l'analisi di alcune forme avanzate di pubblicità contemporanea è solo un pretesto, un punto di partenza per descrivere in modo lineare e puntuale, con una scrittura cristallina ed efficace, le grandi trasformazioni nel mondo della comunicazione e della cultura. Nelle ventuno grandi categorie enumerate da Iabichino, tra le quali si trovano anche le voci "Ascolto", "Contenuti", "Millennial", "Promessa", è possibile fare rientrare qualsiasi opera, evento, performance o spettacolo degli ultimi anni, sia essa un romanzo, un

Art corner

Mostre, eventi e appuntamenti per un anno



21 . 6 . 2017

VELASCO E MILANO

In mostra al Park Hyatt quadri e sculture dell'artista comasco sul tema della città e del viaggio.

film, una serie tv o una pubblicità, dato che gli schemi tracciati dall'autore del libro sono estremamente meditati e riflettono perfettamente le attitudini e il sentire contemporanei. Iabichino è riuscito a fissare nelle pagine del suo libro i caratteri determinanti e fondanti della società liquida di oggi, nei capitoli, o se preferite nei "non capitoli" di questo libro, pensati come territori neutri, omogenei a quelli del panorama della comunicazione odierna, che è mobile, flessibile, duttile, è possibile far rientrare differenti concetti, che ben si adattano alla struttura di questo volume che rinnova il concetto di opera aperta, offrendo un gran numero di possibili letture trasversali e invitando il lettore ad arricchirlo virtualmente con le proprie esperienze.

I temi affrontati nell' alfabeto approntato da Iabichino sono davvero molti, e non bisogna necessariamente partire dalla A per arrivare alla Zeta. Ognuno può seguire il percorso che preferisce. Per esempio si può iniziare dalla lettera "S", che qui sta per Storie. «C'è una gran voglia di storie», dice Iabichino, che parla dell'evoluzione dello storytelling. Descrive questa forma di comunicazione anche nella sua dimensione trasversale, tra cronaca e pubblicità, raccontando nuove forme di narrazione, nate dalla contaminazione tra diversi linguaggi. Iabichino elabora ed esprime concetti tipici di un saggio universitario ma li propone con uno stile limpido e scorrevole, in cui non si perde nulla delle teorie che stanno alla base dei suoi discorsi. Nel capitolo sul Giornalismo descrive i nuovi magazine di costume e di lifestyle, siano essi cartacei o digitali, e spiega perché hanno così successo. Poi, in un racconto coinvolgente, non solo per addetti ai lavori, distingue questi nuovi modelli dal branded content e dal branded entertainment, spiega come ci siano esempi in cui ci si ispira "solo al contesto valoriale della marca" e nota come, in alcuni casi si possa "fare in modo che le matrici narrative di un brand si muovano per costruire oggetti informativi più vicini a una logica di servizio che non a dinamiche promozionali". Un'analisi decisamente interessante, che attraverso l'occhio di un guru dell'advertising analizza e interpreta nuove forme narrative che stanno sul delicatissimo crinale tra informazione e pubblicità. Si leggono e rileggono tutte d'un fiato anche le parti in cui Iabichino parla di "habitat narrativo", raccontando mondi "che è impossibile circoscrivere al singolo media", e



16 . 6 . 2017

SGUARDI SUL MONDO

A Venezia, in occasione della 57esima Esposizione Internazionale d'Arte, Palazzo Soranzo Van Axel ospita la prima mostra d'arte contemporanea organizzata dal Museo Pushkin di Mosca.



16 . 6 . 2017

BIANCA LUINI: ARTE E MODA A SAN DIEGO

Fino al 27 agosto il Timken Museum ospita la mostra Incontri d'arte, ideata una giovane fashion designer italiana.

spiegando come oggi si debbano ormai considerare a tutti gli effetti i media digitali come habitat. Potremmo parlare anche della customizzazione e della personalizzazione di massa, e del nuovo modo di intendere lo status symbol. Ma non vogliamo rovinarvi la sorpresa, non vorremmo "spoilerare" troppo il libro di Iabichino, che merita una lettura attenta, in attesa di essere poi tenuto come strumento di consultazione, da riprendere più e più volte negli anni a venire. Perché questo è uno di quei libri che non invecchiano e che anzi, col passar del tempo, confermano le loro intuizioni.



09 . 6 . 2017

VISIBILE EVANESCENTE

Aprire oggi alla Galleria Ventoblu di Polignano a Mare, la mostra "Visibile Evanescente", una collettiva che presenta le opere recenti di Giorgio Bevignani, Michael Gambino e Vito Savino.



07 . 6 . 2017

PAE WHITE, QWALALA

Si chiama Qwalala ed è la nuova installazione site-specific che l'artista americana Pae White ha realizzato per Le Stanze del Vetro, sull'Isola di San Giorgio Maggiore a Venezia.

