

Nell'ambito del corso *L'altra comunicazione: Video Corporate & Storytelling*, organizzato dal Polo Tecnologico di Navacchio, 4 ore di lezione saranno svolte da Sandro Noto e Daniele Fadda, rispettivamente caporedattore e progettista grafico della rivista pisana *Seconda Cronaca*. L'obiettivo di questa parte è fornire nozioni basilari di comunicazione visiva e giornalistica, necessarie a esprimere in modo efficace le peculiarità di un'azienda e dei suoi prodotti, sia in senso tecnico che promozionale.

PROGRAMMA DETTAGLIATO

PRIMA PARTE – *TRE DOMANDE DA PORSI PRIMA DI COMUNICARE* (Durata: 1 ora)

- **Perché comunicare?**

Ogni comunicazione aziendale ha uno scopo distinto (chiedere un prestito bancario, attrarre clienti, incidere sull'opinione pubblica), e rispettarlo aiuta a individuare struttura e contenuti funzionali al proprio messaggio, evitando divagazioni e ridondanze.

- **Cosa comunicare?**

Non serve dire tutto, ma solo ciò che un particolare interlocutore, in base alle sue caratteristiche, è in grado di capire e apprezzare come novità.

- **Come comunicare?**

Un'informazione incisiva in un dato contesto (pagina web), può risultare debole in un altro (opuscolo cartaceo). Le notizie, per essere tali, devono subire un "taglio" idoneo al *media* utilizzato e alle risorse di spazio e tempo disponibili. Perturbando inoltre gli schemi narrativi standard (il principio di causa-effetto, ad esempio), si può stimolare maggiormente la curiosità di chi ci legge/ascolta.

SECONDA PARTE – *ARGINARE POWER POINT: UNA PRESENTAZIONE SENZA ERRORI È POSSIBILE* (Durata: 1 ora)

- **Imparare a scegliere colori, font e immagini;**
- **"Raccontare" i dati numerici;**
- **Sintetizzare un testo;**
- **L'arte dei titoli.**

TERZA PARTE – *ESERCITAZIONI* (Durata: 1 ora)

- **Mediante un'immagine, un titolo e 500 battute, spiegare cosa ha di speciale la propria azienda;**
- **Analisi degli elaborati.**

QUARTA PARTE – *PROMUOVERE UN'IMPRESA PARLANDO (ANCHE) D'ALTRO: IL NATIVE ADVERTISING* (Durata: 1 ora)

- **Scoprire storie che facciano notizia: il caso *Seconda Cronaca*;**
- **Meno slogan, più storie: la narrazione giornalistica come forma di promozione aziendale;**
- **Il native advertising su supporti non convenzionali: le tovaglette-giornale di *Seconda Cronaca Off*.**



Sandro Noto è nato a Ragusa nel 1980. È laureato in ingegneria delle telecomunicazioni e lavora presso il sito Ericsson di Pisa. Nel 2014 ha fondato la rivista pisana *Seconda Cronaca*, di cui attualmente è socio editore e caporedattore. Ha collaborato con i quotidiani *Il Tirreno*, *CronacaQui* (edizione di Milano) e *La Sicilia*. Alcuni suoi reportage sono apparsi nella rivista web della Società editrice “il Mulino” e su *corriere.it*. È stato inoltre redattore di *Yorick!*, quindicinale edito dal Teatro Verdi di Pisa.



Daniele Fadda è nato a Milano nel 1981. È laureato in Communication Design al Politecnico di Milano, dove ha maturato la sua passione per la grafica editoriale. Prima di arrivare a Pisa ha lavorato nell'ambito della comunicazione e promozione territoriale. Nel 2015 si unisce alla redazione di *Seconda Cronaca*. Attualmente è collaboratore del KDD Lab presso l'ISTI - CNR di Pisa, dove si occupa di information visualization e Mobility Data Analysis.