

**IL FUTURO DOPO LA CRISI**

## I giovani creativi russi chiamati dall'Università di Udine a immaginare il mondo dopo il crollo dell'economicismo

**I**mmaginare il futuro dopo la crisi globale e, contemporaneamente, comprendere come questa visione prenda vita nelle proposte creative dei giovani che studiano pubblicità. È questo l'obiettivo del nuovo progetto di ricerca promosso da Adlab@go, il Laboratorio di ricerca e pratica pubblicitaria dell'università di Udine che ha scelto come prima tappa la Federazione Russa, «un Paese - spiega Giovanni Lunghi, responsabile di Adlab@go e docente al corso goriziano di Relazioni pubbliche - in cui le accelerazioni storiche ed economiche contemporanee hanno mostrato un'evidenza maggiore». La creatività pubblicitaria non sarà utilizzata per lanciare un prodotto o sostenere una causa, ma «per immaginare - spiega Lunghi - quali assetti e quali scenari si potranno delineare dopo i crolli della visione economicista». Con il progetto Brand the future Adlab@go chiederà agli studenti di comunicazione delle Università e Accademie pubbliche di San Pietroburgo di creare una campagna che rilanci il "Futuro in sé". La scelta degli studenti non è casuale: «Proprio loro - continua Lunghi - rappresentano la prima generazione post-sovietica che fin dall'inizio è stata esposta a una maggiore pressione pubblicitaria e che oggi fa parte di quella "generazione digitale" globale che ha contribuito a far

crescere, anche in termini pubblicitari, il fenomeno del Web 2.0».

Dopo l'abbattimento del muro di Berlino e la crisi che ha portato allo scioglimento dell'Urss, «la Russia - conclude Lunghi - è stata una delle nazioni che hanno registrato i maggiori tassi di crescita economica e di investimenti pubblicitari, ma l'impatto della crisi ha sicuramente mutato gli scenari. Nella letteratura scientifica l'advertising è spesso definito 'specchio della società'. Obiettivo della ricerca di Adlab@go è comprendere quale immagine tale specchio possa rimandarci oggi, soprattutto nei Paesi che rappresentano mercati rilevanti per l'industria dell'advertising. Per questo pensiamo di estendere il progetto anche alla Cina, coinvolgendo i nostri contatti a Pechino e Shanghai».

Per questo progetto Adlab@go ha ottenuto il supporto di due tra i più autorevoli periodici di comunicazione russi, Reklamnye Idei (<http://www.advi.ru/eng/>) e Projector ([www.projector-magazine.ru](http://www.projector-magazine.ru)), e del Festival Internazionale di comunicazione creativa Magdalena ([www.magdalena.org](http://www.magdalena.org)) di Maribor (Slo). I lavori degli studenti di San Pietroburgo, selezionati attraverso un concorso, saranno presentati a maggio nell'ambito dell'11. Magdalena Festival.