

Una fucina di idee

Presentato il laboratorio per "pubblicitari"

UNIVERSITÀ DI UDINE

Trampolino per entrare nel mondo del lavoro

Si distingue per originalità il nome del nuovo laboratorio della sede goriziana dell'ateneo friulano e, del resto, non poteva che essere così: "Adlab@go" ("Advertising Laboratory at Gorizia"), dedicato alla ricerca e alla pratica pubblicitaria, infatti, sarà una fucina di idee innovative. Duplice è la valenza del progetto, presentato ieri mattina a palazzo Alvarez dal suo coordinatore Giovanni Lunghi, da Bernardo Cattarinussi, presidente della commissione didattica unificata del corso di laurea in Relazioni pubbliche, e da Massimo Panzini: «Adlab@go sarà un luogo di sperimentazione e ricerca, dove individuare e mettere in pratica le nuove tendenze dell'advertising per rispondere in maniera sempre più precisa alle richieste del mondo della comunicazione d'affa-



Studenti alla presentazione del laboratorio ieri mattina a palazzo Alvarez

ri e istituzionale, offrendo agli studenti la possibilità di sviluppare adeguate professionalità spendibili nel mondo del lavoro», ha dichiarato Cattarinussi. L'iniziativa, promossa dal rettore Furio Honsell e dal direttore del Centro polifunzionale goriziano dell'Università di Udine Mauro Pascolini, è nata dall'esperienza maturata nel corso di Economia delle aziende pubblicitarie tenuto da Giovanni Lunghi e promuo-

verà contatti con università straniere del Centro-Est Europa e dell'Asia, trasferendo così il proprio know-how nei paesi dei mercati emergenti: «Il progetto è orientato alla pubblicità del futuro - ha affermato Lunghi - sempre più complessa, una meta-narrazione nella quale convogliano armonicamente discipline diverse, che non ha più la semplice finalità di persuadere il consumatore, ma intende stabilire canali di

comunicazione dialogica con il pubblico». Sono tre le sezioni del laboratorio: Adlabweb, Adlabsuper e Adlabteam. Un sito web dinamico il primo, che fungerà da "vetrina-portfolio" per gli elaborati realizzati dagli studenti e da archivio ragionato per i materiali disponibili in rete afferenti l'area della pubblicità. Adlabsuper sarà, invece, un comitato scientifico informale composto da docenti e si occuperà del coordinamento didattico-scientifico dell'iniziativa. Adlabteam, infine, «siamo tutti noi», come ha sostenuto Giovanni Lunghi. Il suo compito sarà la realizzazione di progetti di comunicazione, campagne e annunci stampa che potranno partecipare a premi e concorsi nazionali e internazionali.

Come lo "Spot School Award" di Salerno, il "Magdalena Festival" di Maribor e il

"Festival di Cannes", mete ambiziose, ma non irraggiungibili considerati la professionalità dei promotori e il talento degli studenti, ingredienti che nel passato hanno permesso all'Università di Udine di ottenere dei riconoscimenti importanti. 20 saranno gli studenti di Relazioni Pubbliche che, superata la selezione (per informazioni sui criteri di selezione visitare il sito www.uniud.it), potranno ufficialmente diventare membri di Adlab@go che, tuttavia, sarà aperto anche a 5 studenti provenienti da altri corsi di laurea e facoltà. Si ricorda che le iscrizioni, effettuabili via e-mail (adlabgo@tele2.it) o compilando una lista cartacea in portineria, saranno aperte fino a giovedì 1 febbraio e che il gruppo diventerà operativo verso la metà del mese.

Eleonora Sartori