

# CONVEGNO INTERNAZIONALE

Venerdì  
**11 DICEMBRE 2009**

ore 9.30  
Sala delle Colonne

LUISS Guido Carli  
Viale Pola, 12 – Roma

## UNCONVENTIONAL SOCIAL ADVERTISING AND ACTIVE CITIZENSHIP A CHALLENGE FOR A NEW WORLD?

### ORE 9.30 **WELCOME ADDRESS**

Massimo Egidi, *Rettore LUISS Guido Carli*

### ORE 10.00 **FIRST SESSION – Values**

CHAIRPERSON: Emiliana De Blasio, *Centre for Media and Communication Studies “Massimo Baldini” LUISS Guido Carli*

#### **La cittadinanza attiva come valore**

Giovanni Moro, *Presidente Fondazione per la Cittadinanza Attiva*

#### **I valori della ricerca universitaria e le politiche culturali**

Phillip Schlesinger, *University of Glasgow, UK*

#### **Siamo cittadini e consumatori.**

#### **Scelte e responsabilità in pubblico**

Emanuela Mora, *Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano*

### ORE 11.15 **COFFEE BREAK**

### ORE 11.30 **SECOND SESSION – Texts**

CHAIRPERSON: Paolo Peverini, *Centre for Media and Communication Studies “Massimo Baldini” LUISS Guido Carli*

#### **La pubblicità sociale tra informazione ed esperienza**

Giovanna Gadotti, *Università degli Studi di Trento*

#### **Nikeplatz (Eva e Franco Mattes, Vienna, 2003): la città come new medium**

Ruggero Eugeni, *Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano*

#### **La pubblicità e la sfida del non convenzionale**

Marco Carnevale e Giovanni Sciortino, *McCann-Erickson*

### ORE 13.30 **LUNCH**

### ORE 14.30 **THIRD SESSION – Practices**

CHAIRPERSON: Matthew Hibberd, *University of Stirling, Centre for Media and Communication Studies “Massimo Baldini” LUISS Guido Carli*

#### PRESENTATION OF A PILOT EXPERIENCE

#### **Caging the diva: Exploring the arrival of iconic images in transient sites of cinema created in rural Maharashtra, India**

Amit Madheshiya and Shirley Abraham, *Mumbai, India and Cluster of Excellence, Heidelberg, Germany*

#### **Integrati dall'integrata? Superare la difficoltà di comunicare i valori**

Vanni Codeluppi, *Università di Modena e Reggio Emilia*

#### **Unconventional? Dipende. Quale creatività per gli “indiani metropolitani” del 2000**

Giovanna Russo, *Università IULM, Milano*

#### **Basta l'unconventional o serve più creatività nella pubblicità tradizionale?**

Emanuele Gabardi, *Communication Consultant, IULM, Università di Verona, Università di Bologna*

### ORE 16.00 **COFFEE BREAK**

### ORE 16.30 **ROUND TABLE**

CHAIRPERSON: Guido Gili, *Università del Molise, LUISS Guido Carli*

Gioacchino De Chirico, *consulente, collaboratore “Corriere della Sera”, Università del Molise*

Franca Faccioli, *Sapienza Università di Roma*

Matthew Hibberd, *University of Stirling, UK*

Stefano Sepe, *CNEL*

Marco Stancati, *consulente comunicazione, Sapienza Università di Roma*

Dario E. Viganò, *Presidente Fondazione Ente dello Spettacolo*

### **CONCLUSION**

Raffaele De Mucci, *Direttore Dipartimento Scienze Storiche e Socio-politiche, LUISS Guido Carli*

