

Brand journalism, Branded content e storytelling: la trasformazione dell'industria editoriale

La comunicazione digitale abilitata dalla profonda trasformazione tecnologica ha ricombinato i geni della comunicazione secondo canoni profondamente differenti dalla storia precedente. In passato, carta stampata, radio, TV, si sono via via succedute secondo la più classica delle teorie evoluzionistiche, sovrapponendosi, convivendo.

Il digitale ha compiuto un 'salto'. Ha ricombinato i geni dei media precedentemente emersi, metabolizzandoli e producendo una nuova specie 'in natura'. Nel corso del modulo si analizzeranno in particolare gli impatti e le conseguenze di questo fenomeno sul mondo degli editori e dei giornali.

Sono emerse nuove forme di comunicazione abilitate dall'emersione di piattaforme e nuovi linguaggi: Brand journalism, branded content e uno storytelling di Brand che beneficia delle tecniche e forme narrative giornalistiche, saranno i temi oggetto di studio; tutti destinati a codificare un nuovo paradigma di comunicazione basato sugli emergenti earned, owned rispetto al 'classico' paid media.