



SantaGiulia, l'ironia unisce il marketing e la poesia

L'incontro

■ Per comunicare bene è necessario essere preparati. Soprattutto nel mondo del marketing l'improvvisazione è una strada rischiosa che spesso porta risultati controproducenti.

Per questo l'[Accademia di Belle Arti di Brescia](#) SantaGiulia propone, in occasione di Bergamo e Brescia Capitale della Cultura, l'incontro dal titolo «Ironia, strumento comune al marketing e alla poesia»: l'appuntamento è - nella sede di via Tommaseo 49 - per mercoledì 20 settembre, dalle 17 alle 18.30. L'idea è quella di mostrare cosa hanno in comune il marketing e la poesia, la personalità del brand e le similitudini rovesciate, il tono di voce e il realismo terminale.

Protagonisti dell'incontro Valentina Falcinelli, brand strategist, copywriter ed esperta di identità verbale, e Guido Oldani, poeta e scrittore noto per aver ideato nel 2010 la poetica del Realismo Terminale, divenuto movimento nel 2014. In dialogo con loro i docenti dell'Accademia SantaGiulia Paolo Zanzottera e Federico Stefanelli, quest'ultimo moderatore dell'incontro. A seguire, sempre negli spazi dell'Accademia, verrà inaugurata «Poesia Condivisa», installazione interattiva per «giocare e riflettere» con le parole attraverso le quali «il mondo può essere ridetto completamente daccapo», come si legge nel manifesto del realismo terminale realizzato da Guido Oldani. //