

PUBBLICITÀ E STRATEGIE DI COMUNICAZIONE INTEGRATA



PROF. PAOLA PANARESE – 25 SETTEMBRE 2016

Pubblicità

È un'attività nota a chiunque

- Pervasiva
- Intrusiva
- Ripetitiva



Pubblicità

- La pervasività della pubblicità ha **due conseguenze**.
- La prima è l'**insofferenza**, il fastidio o il disagio dei suoi destinatari



Familiarità

La seconda conseguenza è l'**apparente familiarità**, che rende difficile darne una definizione precisa



Un'impresa non semplice

La **pubblicità** è **multiforme** e ha **finalità plurime**



Un'impresa non semplice

È circondata da una molteplicità di **pregiudizi**

- Intellettuali
- Giornalisti
- Movimenti
- Pubblicitari
- Senso comune



Un'impresa non semplice



Un'impresa non semplice



Un'impresa

- Vista con sospetto o avversione
- **Natura diabolica e contaminata** dai linguaggi del mercato
- Agente di una vera e propria «**seduzione del falso**»
- V. la storia della sua introduzione televisiva in Italia



Un'impresa non semplice

Accusata di essere **eccessivamente edulcorata**, carica di «melensaggini», una sorta di «regno dell'ottimismo a tutti i costi», ma anche foriera di **violenza e volgarità**



Un'impresa non semplice

- Lo **studio scientifico** del settore è **recente** e guarda al fenomeno da un punto **riduzionistico**, volto a scomporlo nei singoli elementi di interesse del ricercatore (vs **paradigma della complessità**).



Un'impresa non semplice

- Le sue accezioni nel tempo sono state diverse:
- **qualità di ciò che è pubblico, strumento d'intermediazione tra produzione e consumo, incentivo al consumo a partire dalla produzione, costruttrice di marche commerciali prima, istituzionali poi, linguaggio sociale dominante e vera e propria istituzione sociale**



Familiarità

Come **definire** la pubblicità?

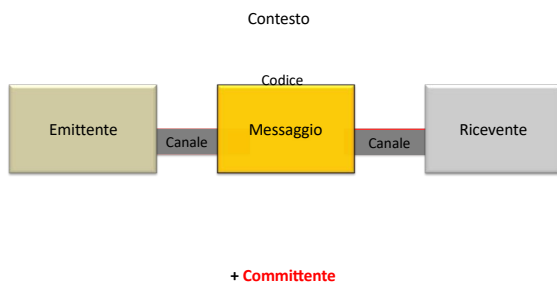


La pubblicità è...

Una forma di comunicazione



La pubblicità è...



La pubblicità è...

Una forma di comunicazione con un committente
Persuasiva
Di massa
Funzionale a un progetto più vasto
In cui l'uso del canale presuppone un **pagamento**



Caratteristiche della pubblicità tradizionale

- Brevità
- Ripetitività
- Pervasività
- Intrusività

