

ANNUARIO MEDIA & SPORT  
edito by Lo Sprunt Edizioni

HOME
CHI SIAMO
COPERTINE
ANNUARIO
PARTNERS
CONTENUTI
ULTIMA ORA
FOTO
SPORT TWEET
CONTATTI

**Rassegna Comunicazione**



29 Marzo 2017

Rassegna Comunicazione

**AIDS: 30 anni di comunicazione pubblicitaria**

di **Federico Unnia** "Stop Aids. I linguaggi della pubblicità contro l'Aids in Italia e nel mondo" di **Emanuele Gabardi** edito da **FrancoAngeli** Un libro fondamentale per capire se la comunicazione pubblicitaria ha funzionato nel far crescere la conoscenza e la consapevolezza sui comportamenti a rischio di diffondere su scala mondiale l'infezione da Hiv. L'ambizioso progetto porta la firma di Emanuele Gabardi, Insegna Pubblicità e strategie di comunicazione d'impresa all'Università di Bergamo e Teorie e tecniche della pubblicità all'Università di Torino. Da questo libro Spot and Web promuove un articolato giro di tavolo virtuale, ospitando alcune interviste a protagonisti del mondo dell'adv. Iniziamo con l'Autore **Come è nata l'idea di questo lavoro?** Emanuele Gabardi Occupandomi di pubblicità, ieri in agenzia e oggi in università, la comunicazione sociale, con le sue particolari forme espressive, fa parte dei temi di mio interesse. Nonostante che alle campagne sociali venga solitamente concessa una maggiore libertà creativa, la quantità di pubblicazioni dedicate è molto bassa. Esistono degli ottimi manuali, ma i libri dedicati all'analisi dei messaggi o alle case history sono molto pochi. Sei anni fa avevo pubblicato, come curatore, un libro di casi: Social Advertising. Campagne pubblicitarie per un mondo migliore (FrancoAngeli) con i contributi di sette professionisti della comunicazione che avevano più volte realizzato campagne sociali. Successivamente, essendo interessato a pubblicare un volume monografico sulla pubblicità, tra i tanti temi possibili mi è quasi parso naturale affrontare un argomento legato al sociale. La scelta di un volume dedicato all'Aids non è stata casuale: tra i diversi problemi affrontati dalla pubblicità sociale a partire dalla seconda metà degli anni '90, questo è, con ogni probabilità, quello che ha visto nascere il maggior numero di campagne. Non si tratta solo di quantità, ma anche della varietà espressiva che ha prodotto in diversi paesi delle campagne molto interessanti anche per il livello creativo. **Quali le maggiori difficoltà che ha incontrato?** Posso dire che senza il web questo libro non sarebbe mai nato. Così come YouTube è stato fondamentale per la ricerca degli spot, altrettanto lo è stato Google, che mi ha permesso di rintracciare, oltre a molte immagini, anche i siti delle varie associazioni che si occupano della lotta all'Aids, oltre alle agenzie che se ne sono occupate. È stato un lavoro certosino, anche perché talvolta, presso la stessa agenzia che aveva prodotto una campagna, i creativi che l'avevano ideata non erano più presenti e nessuno era in grado di rintracciare i loro annunci. Per fortuna esistono Facebook e LinkedIn, grazie ai quali ho potuto contattarli e ricevere quello che mi serviva. Ho trovato quasi sempre persone gentili che hanno messo a mia disposizione i loro lavori. Questa ricerca si è resa necessaria perché gli annunci pubblicitari che si possono scaricare dal web nella larga maggioranza dei casi sono in bassa risoluzione, cosa che non avrebbe consentito una riproduzione ottimale sul libro, come invece è avvenuta. Sia all'estero che in Italia ho riscontrato generalmente un'ampia disponibilità. Dove invece ho trovato un muro insormontabile è stato presso il ministero della Salute. Già in altre occasioni mi ero rivolto al direttore della comunicazione senza mai ottenere risposta. Anche questa volta ho parlato con impiegati molto gentili, c'è stato anche uno di loro che affermava di aver fatto una ricerca per fornirmi le risposte che cercavo, ma senza l'autorizzazione del direttore non poteva rispondermi. E si trattava di domande banali, come sapere in quali anni si era svolta una determinata campagna. Anche rivolgermi

**Categorie**

- ➔ Primo Piano
- ➔ Rassegna Sport
- ➔ Speciale scommesse
- ➔ Speciale motori
- ➔ Rassegna Comunicazione
- ➔ News dalle Federazioni
- ➔ Sport&Business
- ➔ Caribe Sounds Fitness
- ➔ Interventi
  - ➔ Autorità
  - ➔ Campioni
  - ➔ Giornalisti
- ➔ Video

**Ultime notizie**

- ➔ Nba, Golden State senza rivali
- ➔ NBA Highlights | Brooklyn Nets-Philadelphia 76ers 101-106
- ➔ Mondiali, Neymar porta il Brasile già in Russia
- ➔ Donnarumma, felice per esordio titolare
- ➔ AIDS: 30 anni di comunicazione pubblicitaria

**Cerca nel sito**

direttamente alla segreteria del ministro Lorenzin si è dimostrato infruttuoso (ma questo era abbondantemente prevedibile). Alcuni mesi prima della consegna del testo, ho visto che c'era un nuovo direttore della comunicazione. Mi sono rivolto a lui (anzi a lei) direttamente da un mio indirizzo d'ateneo, considerando che la richiesta avrebbe ottenuto maggior attenzione. Poi, dato il prolungato silenzio, ho scritto una mail, ricordando quanto avvenuto in precedenza. La reazione è stata rapidissima: mi è stato chiesto il mio numero telefonico per potermi parlare. Sto ancora aspettando la telefonata. Un altro motivo di difficoltà, comunque inferiore a quanto appena esposto, è stata la scelta delle campagne da analizzare. Delle migliaia che sono state prodotte dal 1986 a oggi, ne ho trovate 526 e, considerando che ogni campagna è mediamente composta da tre o quattro annunci, non è stato un lavoro veloce. **Qual è stato il merito e, se vogliamo, il demerito delle campagne di adv di sensibilizzazione sull'aids?** Il merito principale è stato quello di informare, talvolta anche co...

Clicca qui per continuare a leggere su Spot and Web

Fonte: Spot and Web



The screenshot shows the footer of the website. At the top left is a logo of a blue envelope. Below it, the text 'ANNUARIO MEDIA & SPORT' is visible. In the center, the email address 'annuarioussi@losprint.com' is listed. On the right, under the heading 'SEGUICI ANCHE SU', there are icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, YouTube, and Email. At the bottom, there is a copyright notice 'Copyright © 2017 - Lo Sprint srl' and a navigation menu with links for 'Notizie', 'Enti', 'Giornalisti', 'Media', 'Partners', 'Sport Tweet', and 'Contatti'.