

IN LIBRERIA IL VOLUME DI EMANUELE GABARDI

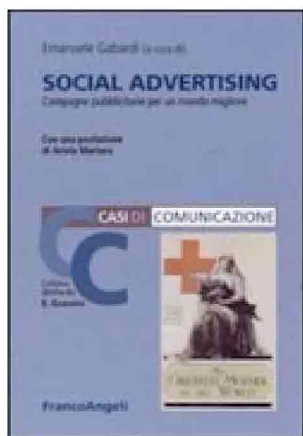
Social Advertising - Campagne pubblicitarie per un mondo migliore

Uno strumento di lavoro utile per i professionisti del settore della comunicazione, per gli studenti di scienze della comunicazione, economia e sociologia o anche sem-

plimente per tutti coloro che vogliono comprendere le dinamiche della pubblicità sociale. Tutto questo è *Social Advertising* (ed. FrancoAngeli, prezzo 21 euro), il nuovo volume della collana 'Casi di comunicazione' diretta da **Emanuele Gabardi**. Nel libro vengono evidenziati i cambiamenti avvenuti a livello comunicativo nel corso degli anni e le conseguenti differenze d'impatto sociale in particolar modo nel nostro Paese. Al volume hanno contribuito, oltre lo stesso Emanuele Gabardi, Peppe Allegretta, Roberto Bernocchi, Gabriele Braggion, Guido Cornara, Eliana Frosali, Alice Grecchi, Paola Natel-

lis, Antonio Paolo e Ariela Mortara. La pubblicità sociale, nel corso degli anni, ha favorito la sensibilità dell'uomo comune, aumentandone la responsabilità sociale. Nei numerosi esempi presentati - che spaziano dalla sicurezza stradale alla droga, dalla difesa dell'ambiente alle morti bianche, dalla violenza contro le donne alla donazione degli organi, all'assistenza agli anziani, alla fame nel mondo sino alla pena di morte - ci si rende conto di come chi si occupa della realizzazione delle campagne sociali non sempre lo faccia solamente per altruismo innato, ma sicuramente la sensibilità nei

confronti di una determinata causa è spesso ciò che fa partire il progetto. Tutte le campagne sociali analizzate sono spiegate con cura e precisione, dalla strategia all'ideazione del concept, dalla visualizzazione della creatività tramite immagini alla produzione della stessa, con il successivo lancio e reazioni finali del pubblico.



MyMarketing.Net

Clicca qui per leggere l'articolo su www.MyMarketing.Net

