



Interessante seminario organizzato dalla facoltà di Scienze della Comunicazione

A lezione di pubblicità

Lo specialista Pedro Guitierrez protagonista dell'incontro

"La pubblicità è semplice. Siamo noi pubblicitari a complicarla!"

Con queste parole, che esprimono un piacevole e divertente paradosso, è iniziato il seminario sul prodotto pubblicitario, organizzato dalla Specialistica di Scienze della Comunicazione dell'Ateneo Molisano.

Protagonista indiscusso della giornata è stato il prof. Pedro Paolo Guitierrez Gonzalez, docente dell'Università di Vigo e grande professionista della pubblicità. Con uno spagnolo italianizzato, e quindi abbastanza comprensibile, Guitierrez ha parlato del mercato pubblicitario internazionale e delle sue ultime evoluzioni.

Ma ha anche illustrato qualche trucco del mestiere e utilissime nozioni che

aiutano a comprendere cosa si cela dietro la costruzione di uno spot.

Per il docente spagnolo, lo spot deve avere tre caratteristiche essenziali: una buona idea, un'eccellente realizzazione e un alto livello di comprensione.

Senza dimenticare il valore aggiunto delle tecniche cinematografiche, molto in voga oggi, che creano tensione, attesa e spettacolo.

E senza sottovalutare neanche l'importanza degli investimenti economici, che quasi sempre fanno la differenza.

Guitierrez ha rivelato che la pubblicità migliore al mondo è quella inglese, anche perché supportata da maggiori investimenti, mentre sta crescendo molto quella argentina.

Durante il seminario sono stati

mostrati spot di diverse nazioni, per creare un confronto e capire in che modo la cultura di un popolo possa interferire nella realizzazione della pubblicità. Poi il dibattito si è spostato sui spot considerati trasgressivi e provocatori, non poco utilizzati nell'ultimo periodo. Gli spot che contengono provocazioni possono essere molto efficaci, perché creano un effetto a catena che coinvolge l'intero circuito dei media, ma anche molto pericolosi, perché se cozzano con i valori del pubblico vengono rifiutati nettamente. Infine si è passati alla creatività, elemento essenziale per tutti i pubblicitari: *"La creatività è l'arte di vedere somiglianze dove gli altri vedono solo differenze"*.

AgoNat