Premio San Bernardino, a scuola di pubblicità etica

Data: Invalid Date | Autore: Redazione



Appuntamento a **Grosseto**venerdì 21 maggio sui banchi dell'Istituto Einaudi per un seminario di studio sulla comunicazione responsabile, tappa di avvicinamento al "Progetto Scuole" che vedrà i ragazzi firmare autentiche campagne pubblicitarie

Il mondo dell'advertising sempre più spesso sceglie di puntare su tematiche socialmente responsabili. Quali sono le ragioni sottese a questo tipo di scelta da parte di agenzie e aziende? È possibile comprendere i meccanismi in gioco e le dinamiche che contraddistinguono tali messaggi? Esiste davvero una pubblicità socialmente responsabile? [MORE]Sono alcune questioni che verranno affrontate nel corso di un seminario di studio e progettazione che coinvolgerà gli studenti di tre istituti superiori delle province di Livorno e Grosseto, prima tappa di avvicinamento al Premio San Bernardino 2010 per la pubblicità socialmente responsabile. Il laboratorio è in programma venerdì 21 maggio alle ore 10 presso l'Aula Magna dell'Istituto Professionale "Einaudi" (Piazza De Maria – Grosseto).

Ogni anno il Premio San Bernardino si propone di analizzare il tema e scegliere la migliore campagna pubblicitaria di contenuto socialmente responsabile, in modo originale e innovativo. Un impegno raddoppiato negli ultimi anni con la nascita del collaterale premio "Progetto Scuole", che vede gli studenti protagonisti nell'ideare, progettare e firmare vere e proprie campagne pubblicitarie responsabili.

Il seminario in programma a Grosseto si propone di fornire ai ragazzi i primi adeguati strumenti per

lavorare a proposte legate al premio “Progetto Scuole” e fornire spunti di approfondimento e riflessione. L’appuntamento si rivolge in particolare agli studenti di tre scuole superiori delle province di Livorno e Grosseto (Istituto Professionale “Einaudi” di Grosseto, Istituto Professionale “Marco Polo” di Cecina, Istituto Tecnico Commerciale “Fibonacci” di Follonica). La partecipazione all’incontro di esperti del mondo pubblicitario sarà importante per fornire elementi utili per creare progetti in grado di coniugare temi sociali e al contempo di impatto comunicativo.
Tra i relatori che interagiranno con i ragazzi, saranno presenti Michela Grasso, copy per l’agenzia STV, e Alessandra Guarnieri, responsabile Ufficio marketing communication di Intesa San Paolo. La presenza dell’azienda, vincitrice a Massa Marittima del Premio Giovane Consumatore nel 2009 con la campagna tv “Progetto per Fiducia”, sarà importante per generare un interessante momento di confronto, legato ai motivi per cui un sempre maggior numero di imprese sceglie di comunicare attraverso campagne di contenuto etico e responsabile.
La giornata di studi costituisce la prima tappa di avvicinamento al Premio San Bernardino per la pubblicità socialmente responsabile, in attesa di conoscere le prime campagne finaliste. L’evento nasce da un’idea di monsignor Giovanni Santucci, vescovo della diocesi di Massa Marittima – Piombino, in collaborazione con l’Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e l’Università degli Studi di Pavia. Non una semplice vetrina, ma un vero e proprio luogo di incontro e dibattito tra esperti, che vuole rivolgersi soprattutto ai ragazzi delle scuole, con lo scopo di trasformarli in fruitori attenti e consapevoli. Il Premio, ispirato e dedicato alla figura di san Bernardino da Siena, patrono dei pubblicitari e nativo di Massa Marittima, giunto alla sua ottava edizione, è in programma il prossimo mese di ottobre nella località toscana.

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/premio-san-bernardino-a-scuola-di-pubblicita-etica/719