



UNIVERSITÀ DI PISA

ETICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

VERONICA NERI

Academic year

2020/21

Course

DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO E
DELLA COMUNICAZIONE

Code

450MM

Credits

6

Modules	Area	Type	Hours	Teacher(s)
ETICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA	M-FIL/03	LEZIONI	36	VERONICA NERI

Obiettivi di apprendimento

Conoscenze

Lineamenti di storia e teoria della pubblicità; problematiche deontologiche e etiche relative alla pubblicità nei diversi mezzi di comunicazione; i linguaggi della pubblicità, con una specifica attenzione alla pubblicità commerciale e sociale; prospettive etiche possibili in relazione in particolare alla comunicazione sociale contemporanea.

Modalità di verifica delle conoscenze

Interazione con il docente durante le lezioni.

Capacità

Sapere leggere criticamente una pubblicità; saper individuare le problematiche di natura etica più o meno palesi di ogni pubblicità da un punto di vista etico edeontologico.

Modalità di verifica delle capacità

Analisi di casi di studio durante le lezioni; brainstorming all'inizio di ogni lezione; lezione partecipata.

Comportamenti

Gli studenti dovranno ascoltare e intervenire per chiarimenti o riflessioni personali in specie nel momento finale di ogni singola lezione che sarà svolta in modalità partecipata. Lo studente potrà acquisire un'attitudine critica nei confronti di varie forme della comunicazione pubblicitaria.

Modalità di verifica dei comportamenti

Osservazione e discussione comune durante le lezioni del corso.

Prerequisiti (conoscenze iniziali)

Capacità di leggere, scrivere e capire ciò che si è letto.

Indicazioni metodologiche

- Lezione frontale tramite piattaforma di elearning
- Lezione partecipata e dialogata;
- Power point;
- Video
- Lavagna
- Dibattito in aula virtuale
- Supporto del docente nell'orario di ricevimento.
- Eventuale partecipazione a invito di esperti per approfondire specifici problemi.

Programma (contenuti dell'insegnamento)



UNIVERSITÀ DI PISA

Il corso prenderà in esame la pubblicità dal punto di vista etico, affrontando le problematiche etiche relative alla dimensione linguistica ed iconica delle pubblicità da un punto di vista diacronico e sincronico. Si cercherà di leggere criticamente la pubblicità in relazione anche al messaggio che si vuole comunicare (commerciale e sociale) e ai mezzi di comunicazione via web (anche in relazione ai cambiamenti intercorsi in relazione all'emergenza sanità). Discussione e approfondimento dei problemi etici e deontologici delle pubblicità.

Bibliografia e materiale didattico

1. V. Codeluppi, *Persuasi e felici*, Carocci, Roma, 2010.
2. M. Ferraresi (a cura di), *Pubblicità: teorie e tecniche*, Carocci, Roma 2017, capp. 2, 5, 7, 12, 13, 14, 15.
3. L. Ceri, *Pubblicità e etica*, in Ead., *Etica della comunicazione*, il Mulino 2018, pp. 93-117.
4. Codice dell'Istituto di Autodisciplina pubblicitaria e Digital chart scaricabili presso il sito: www.iap.it (<https://www.iap.it/wp-content/uploads/2020/03/Codice-67a-edizione-10-marzo-2020.pdf>; <https://www.iap.it/digital-chart-pubblicita-sui-social/>).
5. R. Sobrero (a cura di), *I linguaggi della comunicazione sociale*, Fondazione pubblicità Progresso, 2016 scaricabile gratuitamente online: https://www.pubblicitaprogresso.org/Uploads/Docs/i-linguaggi-della-comunicazione-sociale-def_22959.pdf.

Indicazioni per non frequentanti

E' obbligatoria per i non frequentanti, oltre ai testi e materiali precedenti, la lettura per intero del volume:
M. Ferraresi (a cura di), *Pubblicità: teorie e tecniche*, Carocci, Roma 2017 (per intero)

Modalità d'esame

L'esame sarà orale. Lo studente sarà chiamato a rispondere a domande sul programma di esame da parte del docente ed eventualmente da parte di altri membri della commissione di esame.

L'esame non risulterà superato se lo studente dimostrerà nel corso del colloquio, non rispondendo alle domande o rispondendo alle domande in maniera incompleta, di non avere studiato a sufficienza, o di non avere studiato affatto.

Altri riferimenti web

Moodle: <http://polo4.elearning.unipi.it/>

Note

Il corso si terrà sulla piattaforma TEAMS e avrà inizio lunedì 21 settembre.

N. B. L'inizio del corso di Etica della Comunicazione Pubblicitaria della prof.ssa Veronica Neri è posticipato a martedì 22 settembre ore 10.00, poiché il giorno 21 settembre p.v. la didattica è sospesa a causa delle elezioni referendarie e regionali, come da delibera del Senato Accademico n.200 del 10/9/2020.

Aula Teams:

<https://teams.microsoft.com/l/team/19%3acd6320fc0d6f4867bfdf86b90183b77b%40thread.tacv2/conversations?groupId=c13f4a97-a477-4065-bc6e-2724d8f3d508&tenantId=c7456b31-a220-47f5-be52-473828670aa1>

Per il ricevimento si rimanda a UNIMAP.

Il materiale didattico si troverà anche sulla piattaforma Moodle del corso.

A partire dal **15 settembre** il ricevimento si svolgerà il **martedì dalle ore 12.00** fino al termine del primo semestre tramite email, telefono o piattaforma Teams previo accordo via email alla docente. Per variazioni si veda su

UNIMAP: https://unimap.unipi.it/cercapersone/dettaglio.php?ri=61669&template=dett_didattica.tpl

Per questo a.a. il corso di potrà avvalere in qualità di tutor d'aula e di tutor esercitatore della dott.ssa Silvia Dadà che approfondirà alcune tematiche del corso, sia dal punto di vista più teorico che pratico. La dott.ssa Dadà si presenterà il 21 settembre in concomitanza con la prima lezione del corso.

Commissione d'esame:

Presidente: Dott.ssa Veronica Neri

Membri: prof. Adriano Fabris, dott.ssa Silvia Dadà

Commissione d'esame supplente:

Presidente: prof. A. Fabris

Membri: Prof. G. Scarafà, dott. A. Masala, dott.ssa S. Dadà.

Ultimo aggiornamento 06/10/2020 07:12