



UNIVERSITÀ DI PISA

ETICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

VERONICA NERI

Academic year	2019/20
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; i linguaggi della pubblicità, con particolare attenzione alla pubblicità commerciale e sociale; prospettive etiche possibili in relazione ai concetti di stereotipia, ruolo e identità e alla web advertising.

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
- Lezione partecipata e dialogata;
- Power point;
- Video
- Lavagna
- Dibattito in aula
- 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 ai concetti di stereotipo/ruolo/identità e ai mezzi di comunicazione via web. Discussione e approfondimento dei problemi etici e deontologici delle pubblicità.

Bibliografia e materiale didattico

1. V. Codeluppi, *Persuasi e felici*, Carocci, Roma, 2010.
2. V. Neri, *Etica della comunicazione pubblicitaria*, La Scuola, Brescia 2014;
3. M. Boero, *La famiglia della pubblicità. Stereotipi, ruoli, identità*. Franco Angeli, Milano 2018;
4. M. Ferraresi (a cura di), *Pubblicità: teorie e tecniche*, Carocci, Roma 2017, capp. 12, 14, 15.

Indicazioni per non frequentanti

E' obbligatoria per i non frequentanti la lettura di un altro libro, oltre ai precedenti :

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 inizierà lunedì 23 settembre, ore 10.00, Via Paoli n. 15, Aula Pao D2.

Per il ricevimento si rimanda a UNIMAP.

Dal 5 marzo causa emergenza COVID 19 i ricevimenti si svolgeranno tramite skype, telefono o piattaforme Teams/Meet. Si prega di contattare il docente per email per concordare le modalità di volta in volta.

A partire dal 23 settembre il ricevimento si svolgerà il martedì dalle ore 12.00 nell'ufficio della docente (I piano, Dipart. Civiltà e Forme del Sapere, via P.Paoli, 15, n. 21) fino al termine del primo semestre. Per variazioni si veda su

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

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. Scarafile, dott. A. Masala, dott.ssa S. Dadà.

N.B.: Gli studenti che intendono sostenere l'esame ai fini del raggiungimento dei CFU per il PF24 devono obbligatoriamente portare, in aggiunta ai testi del programma, anche il volume: Luigi Alici, *Filosofia morale*, La Scuola, Brescia 2011.

Ultimo aggiornamento 12/05/2020 08:39