



Ca' Foscari
**Summer
School**

LABORATORI DI ARTE, SCIENZA, ECONOMIA E CULTURA

Edizione 2014

Nome e cognome docente coinvolto: Giuseppe Mazza
Indirizzo di riferimento: C/O Scuola Holden, Piazza Borgo Dora 49, Torino
Indirizzo e-mail: mazza@titamilano.it
Numero di telefono: Segreteria Scuola Holden 011.6632812

Titolo del laboratorio: *“Il linguaggio della pubblicità: vero o falso”*

Descrizione del laboratorio: Si viaggerà tra i media - i nuovi e quelli eterni - e le epoche - dall'Italia del ventennio a oggi - per raccontare un'idea di pubblicità fortemente legata alla verità. Si parte da un vecchio poster di Boccasile, poi la lezione dei grandi "mad men" umanisti degli anni 60, Bill Bernbach su tutti, arrivando a esempi virtuosi e concreti del linguaggio pubblicitario contemporaneo, compreso quello del Bric, India Brasile Russia e anche un po' di Cina, ma anche quello vivace delle nuove economie o del Nord Africa. Attraverso la visione di esempi e l'approfondimento di singole grandi campagne, capiremo meglio anche le specificità del linguaggio italiano, specchio del paese più fedele di quanto si pensi. Forse smonteremo qualche certezza diffusa, senza però sostituirla con nuovi monoliti.

Scopo del laboratorio: Scoprire la ricchezza insospettabile del linguaggio pubblicitario. Scoprire che è un linguaggio espressivo e a cosa serve. Capire più o meno come farla, la pubblicità: e che farla male è facile, farla bene è complicato, farla bene e bella è democrazia pura.

Articolazione contenuti: prima parte - introduzione e approfondimento della differenza tra pubblicità e propaganda; seconda parte - profilo dei grandi innovatori tra i quali Bernbach, Gossage, eccetera; terza parte - i grandi autori moderni da Hegarty a Bogusky passando per David Droga e KesselsKramer; quarta parte - Pubblicità e Morte; quinta parte - Fuori dall'occidente, la pubblicità nel BRIC e nelle nuove democrazie; sesta parte - Le forme nuove, incrocio tra pubblicità e sfera civile; Finale - la nostalgia e le vecchie pubblicità.

Tipologia di destinatari (target): studenti e lavoratori della comunicazione, ma anche chiunque voglia avere una relazione più consapevole con il linguaggio pubblicitario.

Durata: 9 ore

Date svolgimento laboratorio: venerdì 20 e sabato 21 giugno

Numero di partecipanti: min 15 – max 18

Prerequisiti:

X no

Lingua di insegnamento:

X Italiano

San Sebastiano
Dorsoduro 1686
30123 Venezia

T +39 0412347376-78-15
F +39 0412347375
summer.school@unive.it



Ca' Foscari
**Summer
School**

Attrezzature e spazi necessari: aula con schermo audio video per proiezioni, collegamento tra mac e web per proiettare filmati dalla rete.

Bio docente: Giuseppe Mazza comincia da copy in Saatchi e ci resta per otto anni. Ha ottenuto tutti i riconoscimenti nazionali ed esteri: Adci, Cannes, Eurobest, New York Festival, Epica, ADCE. La sua campagna *Mondadori - 30%* è stata votata come la migliore stampa quotidiana nella storia dell'Art Directors Club Italiano. Nel 2008, quarantenne, fonda *Tita*, agenzia di pubblicità alla quale dà il nome della sua bisnonna. Dirige *Bill*, trimestrale sull'advertising contemporaneo. Il suo blog è su doppiozero.com.

San Sebastiano
Dorsoduro 1686
30123 Venezia

T +39 0412347376-78-15
F +39 0412347375
summer.school@unive.it