



Home / ADVexpress / Creative portfolio / Advertising / Lo IAP celebra 50 anni di attività. Focus sulla...

15/06/2016 17:40

Advertising

Lo IAP celebra 50 anni di attività. Focus sulla 'pubblicità comportamentale' e sulla comunicazione digitale

Si è tenuto stamattina, 15 giugno, presso il Pavilion UniCredit l'evento **'50 anni di autodisciplina. Tra libertà di espressione e responsabilità sociale'**. L'Istituto presieduto da **Mario Barbuto** le affronta da alcuni anni le nuove sfide che riguardano il futuro 'digital' della pubblicità e proprio di recente ha esteso la propria competenza alla 'pubblicità comportamentale' - gli OBA - e ha realizzato una 'Digital Chart', che mappa le diverse forme di comunicazione digitale, mettendo in evidenza gli strumenti adottati per renderla trasparente.



Si è tenuto stamattina, 15 giugno, presso il Pavilion UniCredit l'evento **'50 anni di autodisciplina. Tra libertà di espressione e responsabilità sociale'**, realizzato per salutare i 50 anni di attività dell'Istituto.

Ha aperto i lavori il presidente **Mario Barbuto**, che ha sottolineato come in questo arco di tempo il valore giuridico dello IAP si sia consolidato, costruendo una cornice normativa riconosciuta anche dallo Stato e idonea ad affrontare l'evoluzione della comunicazione commerciale.

Nel ripercorrere le varie tappe storiche dello IAP, il Segretario Generale, **Vincenzo Guggino**, ha parlato delle nuove sfide che riguardano il futuro 'digital' della pubblicità. L'Istituto le affronta da alcuni anni e proprio di recente ha esteso la propria competenza alla 'pubblicità comportamentale' - gli OBA - e ha realizzato una 'Digital Chart', che mappa le diverse forme di comunicazione digitale, mettendo in evidenza gli strumenti adottati per renderla trasparente (<http://www.iap.it/digital-chart/>).

Lo scrittore **Roberto Cotroneo** ha poi affrontato con diversi ospiti tre temi legati al mondo della pubblicità: le opportunità e le criticità del web e della comunicazione digitale con **Mario Calderini**, evidenziando come l'autoregolamentazione possa essere sinergica con le sensibilità che emergono dalla Rete e dai social.

La relazione tra pubblicità e costume è stata affrontata da due sociologi della comunicazione, **Vanni Codeluppi** e **Ariela Mortara**, che hanno mostrato l'evoluzione del linguaggio pubblicitario e la sua capacità di concorrere a costruire l'identità e l'immaginario sociale, riflettendo nel contempo su come il rispetto dei canoni di correttezza fissati dalle regole autodisciplinari abbia inciso su questo processo. Infine con il regista Alessandro D'Alatri si è discusso del rapporto tra creatività e rispetto delle "regole" e come l'Autodisciplina può concorrere a diffondere una corretta cultura del comunicare.

Vi è stato poi un momento artistico molto apprezzato con la performance dell'attrice **Francesca Isola**, che ha interpretato un suo testo dal titolo *'Ninna Nanna Ninna No: ridestata dalla pubblicità'* e la proiezione di un'anteprima, un estratto del documentario *'50 anni di pubblicità con giudizio'*, incentrato sull'evoluzione della comunicazione commerciale negli ultimi 50 anni e il ruolo svolto dall'Istituto nel favorire una comunicazione responsabile. La versione integrale sarà trasmessa su **Sky Arte** domani, 16 giugno, alle ore 19.00.

SP

