



UNC
CONSUMATORI.IT

Il consumo consapevole raccontato attraverso la storia della pubblicità

12 Luglio 2021



Inauguriamo oggi una nuova rubrica che racconta la “**Storia Della Pubblicità**”: grazie alla collaborazione con la **pagina Instagram @storiadellapubblicita** ti accompagneremo alla riscoperta degli annunci pubblicitari apparsi sulle riviste italiane nel corso del ‘900 per **svelarti le tecniche di persuasione utilizzate nel marketing** e raccontarti le storie che si celano dietro le aziende e i prodotti di consumo che vengono utilizzati ancora oggi.

A curare i contenuti è **Hiram Gellona**, fotografo pubblicitario e appassionato di comunicazione, che per quasi vent’anni ha collaborato con note agenzie pubblicitarie per realizzare le campagne pubblicitarie di importanti brand italiani.

Perché “rileggere” le pubblicità che hanno fatto la storia?

Fin dai primi anni del ‘900, grazie all’elevata produttività dell’industria, ma anche grazie alla **pubblicità commerciale** diventa possibile l’acquisto di beni e servizi in quantità

sempre crescenti. La maggior parte di questi **beni di consumo** sono definiti “secondari” poiché non sono di primaria importanza per la nostra sopravvivenza e per il nostro reale benessere.

Insomma, la società dei consumi si basa proprio sull'**acquisto di beni superflui** che, molto spesso, soddisfano esclusivamente dei **bisogni indotti dalla pressione della pubblicità** e da fenomeni d'imitazione sociale diffusi tra ampi strati della popolazione.

Ogni giorno chiunque di noi è esposto a **centinaia di messaggi pubblicitari**: li vediamo sui social network, in televisione, quando facciamo la spesa e persino quando apriamo il frigorifero o la dispensa della nostra cucina.

Che sia un coinvolgente spot televisivo o la grafica su una confezione di biscotti vista al supermercato, la differenza è minima. Entrambi sono **concepiti per attrarre e coinvolgere una parte del nostro cervello di cui siamo estremamente poco coscienti**, totalmente irrazionale ed emotiva, ma che di fatto decide più di quanto possiamo immaginare.

Conoscere e riconoscere (almeno in parte) le leve psicologiche ed emotive utilizzate nel marketing per indurci all'acquisto di prodotti e servizi è un passo fondamentale verso il **consumo consapevole**. A tal proposito la storia, in questo caso quella della pubblicità, può essere di grande aiuto!

Viaggiare con “Linea C”

Inauguriamo la rubrica con questa prima immagine: si tratta della pubblicità di “**Linea C**”, un operatore turistico, conosciuto negli anni a seguire come “**Costa Crociere**” che proponeva diverse crociere a bordo delle proprie navi: colori e sorrisi che ci invitano ancora oggi a viaggiare. Per questo non ci resta che augurarti buon viaggio in attesa del prossimo episodio. Se vuoi essere sempre aggiornato sulla storia della pubblicità, segui il profilo **Instagram @storiadellapubblicita**

Autore: Unione Nazionale Consumatori

Data: 12 luglio 2021