Maledetta pubblicità. Incontro con Pasquale Barbella

Martedì, 12 Maggio 2009 17:41
Di Vorrei

Il 20 maggio uno dei più importanti pubblicitari italiani nostro ospite alla Feltrinelli di Monza

Phoca PDF

La rivista che vorrei
incontra
Pasquale Barbella
grande pubblicitario italiano
già presidente dell'Art Directors Club Italiano
Autore di "Confessioni di una macchina
per scrivere. La pubblicità tra visione
di marca e visione del mondo."

Nella splendida cornice della
Feltrinelli Monza
Mercoledì 20 maggio 2009, ore 18.30.

Un'occasione irripetibile,
accorrete numerosi!

Chi è Pasquale Barbella.

Docente di comunicazione pubblicitaria presso l'Università degli Studi di Milano, facoltà di Lettere e Filosofia. Copywriter e direttore creativo dal 1967 al 2003, ha pubblicato articoli e saggi professionali e, nel 1995, un romanzo, "Giardinieri". Due volte presidente dell'Art Directors Club Italiano, è stato poi eletto nella Hall of Fame della stessa associazione. Vincitore di molti premi italiani e internazionali, ha partecipato nel 1990 alla fondazione di un'agenzia, BGS (Barbella Gagliardi Saffirio), stimata fra le più brillanti del mercato. Prima di lasciare il business nel 2003, è stato membro del D'Arcy Worldwide Board of Directors e leader creativo D'Arcy per l'Europa.

Il copywriter secondo Barbella.

Copywriter. Convulso cacciatore di metafore. Scrittore biodegradabile e quindi riciclabile, pronto a passare dall'esaltazione del doppio brodo a quella dell'assorbente igienico. Attento analista del costume, incline tuttavia a confondere il cinema con la vita e la vita col cinema. Consumista inquieto di prodotti e miti. L'unico deviante accettato dal sistema (che altro sarebbe la creatività, se non trasgressione?). Ex figura sospetta, poco amata dalle persone perbene a cavallo degli anni Sessanta e Settanta. Vezzeggiata dai magazine del decennio successivo. Protagonista di tutte le microinchieste possibili, da quella sul trend anti-adulterio di Attrazione fatale a "Cosa ne pensi delle rockstar androgine". Ha letto Comma 22 nel '68 e tutti i minimalisti vent'anni dopo. Ama Chandler svisceratamente. Proust è troppo lungo.
Fiero avversario, e vittima, di test e ricerche motivazionali. Sempre in bilico fra passione e ragione. Estimatore dei premi assegnati con serietà. Contestatore dei premi vinti da altri. Habitué del festival di Cannes, dove puntualmente lamenta che la pubblicità italiana fa schifo, senza precisare se nel mazzo mette anche la sua.

Phoca PDF