

018
LIBRI

Due libri dedicati alla pubblicità. Per capirne meccanismi economici, sociali, culturali...



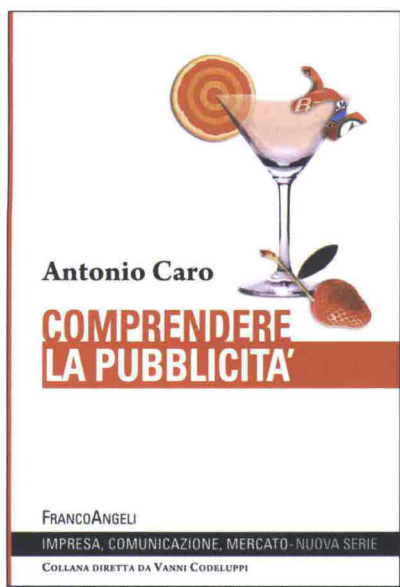
Economia dei media e della pubblicità, Andrea Mangani, Edizione FrancoAngeli, pp. 155, € 20,00

presso il Dipartimento di Scienze Politiche dell'Università di Pisa - che pone i media al centro di un'analisi economica, affrontando temi come la varietà dei contenuti, la concentrazione del mercato, l'impatto di internet sui media tradizionali e le strategie pubblicitarie degli inserzionisti. Sempre utilizzando gli strumenti dell'analisi economica, sono descritte le principali forme di intervento pubblico: dai meccanismi di assegnazione di frequenze alle regole antitrust, alla regolazione dei contenuti e della pubblicità.



COMPRENDERE LA PUBBLICITÀ

La seconda proposta è invece un libro che si discosta dalle consuete prospettive di studio del settore pubblicitario. Che si allontana diametralmente dalla letteratura esistente per affrontare un viaggio dentro la pubblicità in maniera "audace, intellettualmente robusta, autorevolmente critica, e non priva di accenti ironici". Non a caso l'autore, lo spagnolo Antonio Caro, è un vero esperto in materia: tiene da anni corsi universitari sulla pubblicità, è autore di numerosi libri e articoli sul tema, ha fondato *Pensar la publicidad*, una delle più importanti riviste europee dedicate al settore. Ma soprattutto ha lavorato nel campo come creativo per 26 anni. Con un linguaggio fluido e capacità di sintesi, l'autore aiuta il lettore a comprendere la vera natura della pubblicità, scardinando luoghi comuni e lanciando idee innovative.



Comprendere la pubblicità, Antonio Caro, Edizione FrancoAngeli, pp. 208, € 26,00

ECONOMIA DEI MEDIA E DELLA PUBBLICITÀ

Mezzi di comunicazione, inserzionisti, utenti e agenzie pubblicitarie si muovono secondo una logica economica, influenzando fortemente l'opinione pubblica con le loro scelte e il modo di trattare un'informazione. Vi proponiamo un libro - autore Andrea Mangani, professore di Economia Applicata

"L'impatto dei media sull'economia, le istituzioni e la cultura di un Paese è enorme"