

venerdì 30 aprile - ore 11

la iacobelli ha il piacere di presentare

IL LIBRO NERO DELLA PUBBLICITA'
potere e prepotenze della pubblicità sul mercato, sui media, sulla cultura

di Adriano Zancacchi

Federazione Nazionale Stampa Italiana
c.so Vittorio Emanuele II, 349 - Roma
Sala Walter Tobagi - 2° piano

intervengono

Luca Borgomeo, Presidente Aiart
Manlio Cammarata, giornalista e scrittore
Roberto Di Giovan Paolo, Senatore della Repubblica
Anna Innamorati, Presidente McCann Erickson
Roberto Natale, Presidente Fnsi

VI ASPETTIAMO!

R.S.V.P. 06 9342201

Stefania Baldazzi 3346552180
stefania.baldazzi@iacobellisrl.it
www.iacobellisrl.it

Adriano Zancacchi Il libro nero della pubblicità

La pubblicità è troppa. E' invadente. E' fastidiosa. E' ingannevole, molte volte occulta. E' banale, ripetitiva, spesso stupida, volgare, anche violenta. Condiziona i mezzi di comunicazione. Corrompe i bambini... Accuse frequenti: tutte vere?

Questo libro mette a nudo uno dei fenomeni più pervasivi e influenti del mondo moderno, estremamente complesso, che coinvolge enormi interessi economici, culturali, educativi, politici.

Ricco di casi e di dati, **racconta e documenta tutto ciò che è stato detto e scritto contro la pubblicità**: la sua tirannia, la sua tendenza a coglierci di sorpresa, a catturare con ogni sotterfugio possibile la nostra attenzione, a sollecitare artificiosamente i nostri desideri, a condizionare pesantemente i mezzi di comunicazione, a imporre una visione della vita che presenta come valori supremi il consumo, il possesso, l'emulazione, l'edonismo.

E' rivolto naturalmente ai consumatori, ai genitori, ai politici. Ma anche a chi commissiona e a chi realizza la pubblicità. Soprattutto a coloro che, volenti o nolenti, sono raggiunti quotidianamente da una miriade di messaggi carichi di suggestione, sfacciatamente intrusivi, spesso portatori di sollecitazioni pericolose.

La cattura dell'attenzione, la promozione di prodotti "a rischio", la deformazione della realtà, la degradazione della donna e altre

volgarità, l'influenza su bambini e adolescenti, il condizionamento dei media. Ma anche l'esperienza dell'autoregolamentazione, gli interventi dello Stato, i compiti dell'educatore.

Adriano Zanicchi ha lavorato per quasi 40 anni alla Rai, occupandosi in particolare di pubblicità. Ha fatto parte per molti anni del Consiglio direttivo dell'Istituto di Autodisciplina pubblicitaria. Ha fondato e diretto la collana *Quaderni di documentazione pubblicitaria* edita dalla Sacis ed è autore di numerose opere in materia di comunicazione, tra le quali: *La Pubblicità. Potere di mercato. Responsabilità sociali* (1999); *Convivere con la pubblicità* (1999); *Pubblicità: effetti collaterali* (2004); *Relazioni pubbliche* (2004); *Opinione pubblica, mass media, propaganda* (2006); *Carosello Story. La via italiana alla pubblicità televisiva* in collaborazione con Laura Ballio (nuova edizione con dvd 2009).

**Adriano Zanicchi, *Il libro nero della pubblicità*
Collana Parliamone, saggio, pagine 288, euro 16**