

Presentazione del libro

# **PUBBLICITÀ E VALORI**

di Maria Angela Polesana\*

Mercoledì 18 Maggio 2016, ore 13:00  
Aula 5 - Dipartimento di Sociologia e Diritto dell'economia, Strada maggiore 45, Bologna



La grave crisi dei consumi degli ultimi anni non è stata soltanto quantitativa, ma ha interessato i convincimenti, i desideri, i bisogni e i valori degli individui. Al punto che i consumi esprimono il profilo di un nuovo consumatore, un soggetto che si sente non solo portatore di diritti, ma anche di doveri rispetto agli altri e all'ambiente.

Sorge allora spontanea una domanda: la pubblicità dimostra o meno di recepire e quindi di veicolare in maniera efficace il nuovo sistema di valori che si sta affermando? È una pubblicità sintonizzata con lo spirito del tempo o le sue narrazioni appartengono a un passato che, coi suoi valori, è ormai lontano dal presente e dal sentire che lo abita?

\***Maria Angela Polesana** è ricercatore in Sociologia dei processi economici e del lavoro, presso il dipartimento di Marketing, comportamenti, comunicazione e consumi "Giampaolo Fabris" dell'Università IULM di Milano. Ha anche insegnato presso l'Università San Raffaele. Tra le sue pubblicazioni "La pubblicità intelligente" (FrancoAngeli, 2005), "Communication mix. Come comunica l'impresa" (Egea, 2007), "Criminality show" (Carocci, 2010).