

Etica della comunicazione pubblicitaria PDF

Veronica Neri



Questo è solo un estratto dal libro di Etica della comunicazione pubblicitaria. Il libro completo può essere scaricato dal link sottostante.



Autore: Veronica Neri
ISBN-10: 9788835039570
Lingua: Italiano
Dimensione del file: 1871 KB

DESCRIZIONE

Nel mondo contemporaneo la pubblicità è ormai onnipresente. Ha imposto una sorta di dittatura, agevolata dall'affermarsi dell'iconic turn e delle nuove tecnologie, e occupato uno spazio sempre più significativo, a tratti ingombrante, nell'attuale panorama comunicativo. Emerge l'urgenza di una rinnovata riflessione sull'etica pubblicitaria attorno a tre aspetti, tra loro strettamente intrecciati. Il primo riguarda il senso della pubblicità in relazione alla sua evoluzione storica; il secondo concerne, più specificamente, i codici deontologici e l'approccio normativo; il terzo aspetto, più squisitamente etico, si interroga sul senso della pubblicità alla luce dell'epifania delle nuove tecnologie e del rinnovato iconismo elettronico. Numerose le proposte che emergono dai più recenti studi sulle conseguenze dell'attuale overdose pubblicitaria: dalla visione catastrofista, che dichiara la morte dell'advertising, ai movimenti contro-pubblicitari, fino a un possibile (e radicale) nuovo paradigma, basato sul rispetto del proprio interlocutore e sul rifiuto di inganni e ambiguità.

COSA DICE GOOGLE DI QUESTO LIBRO?

ETICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA Veronica Neri Capitolo primo Il senso de pubblicità al tempo dei new media 1. L'origine della pubblicità

Molti sono gli autori che si sono occupati di sviscerare la tematica dell'etica della comunicazione facendo ... del pubblicitario come figura ...

Lavoriamo con l'idea di sviluppare idee di comunicazione che rispettino il principio di ... Ma esiste veramente un'agenzia pubblicitaria etica? Mi rendo ...

ETICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

[Leggi di più ...](#)