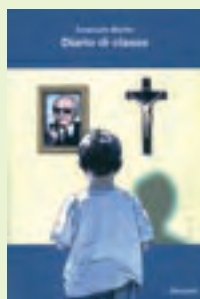


APHRODITE JONES
**Michael Jackson.
Il complotto**

Alacrán Edizioni, Milano, 2010
pp. 359, euro 17,00
Processato a Santa Maria, California, da una giuria conservatrice, la pop star scomparsa lo scorso anno fu assolta dall'accusa di abusi sui minori. Accanto al cantante la Jones ha seguito cinque mesi di processo. Il libro non solo asserisce la totale innocenza, al di là di quella accertata giuridicamente, ma sposa la teoria del complotto.



EMANUELA MARFISI
Diario di classe

Discanti Editore, Bagnacavallo
pp. 203, euro 14,00
Michele Marchesi a dieci anni preferisce la Bocciofila, dove si ritrova il nonno, alla scuola elementare che frequenta. Venticinque anni più tardi però è di nuovo a scuola, solo stavolta non è più alunno, ma un insegnante precario. E arrivare fino all'ultimo giorno di scuola vuol dire lottare per sopravvivere.



PAOLO MAGIONAMI
**Quei temerari
sulle macchine volanti**

Piccole storie del volo e dei suoi avventurosi interpreti
Springer, Milano
pp. 370, euro 24,00
Un libro che ripercorre la storia del volo e i personaggi che lo hanno man mano perfezionato. Miti e leggende sui precursori che hanno dato vita a ciò che conosciamo ora grazie a un pizzico di follia e incoscienza. Tra aneddoti e contesto storico, un volo molto affascinante che porta dalla mongolfiera fino alla Prima Guerra.



MATTEO PONTES,
ANDREA SORA
L'ombra del Duomo

Ginkgo Edizioni
pp. 101, euro 14,00
Dà voce all'ipotesi complottistica riguardo all'aggressione subita a Milano dal Presidente del Consiglio Silvio Berlusconi il 13 dicembre 2009. Ripercorrendo i giorni antecedenti e il tipo di rapporto che il Premier ha instaurato coi suoi elettori, il libro riporta i fatti secondo quest'ottica e presenta anche un'intervista a un agente di scorta.

buttano con nonchalance in mare passeggeri inopportuni o anche semplicemente infortunati; viaggiatori "branco di pecore" e cafoni. E chi più ne ha più ne metta!

Non è certo una novità che in Paolo Villaggio, dietro la maschera dell'esilarante e dello stravolgente, si celi uno dei più credibili e duri antropologi dei nostri tempi.

È certo geniale il nostro autore nel riuscire a cogliere con rara sensibilità comportamenti e vizi soprattutto della media e piccola borghesia.

Consigli ai lettori. Innanzitutto leggere questo gran bel libro, al fine di fare amene scorpacciate di risate. In secondo luogo, perché no, partecipare ad una vera crociera "Low cost". Magari potreste anche verificare che le situazioni in apparenza assurde descritte da Villaggio si rivelano, poi, candidamente, realtà da toccare con mano.

PAOLO VILLAGGIO
Crociera lo cost
Mondadori, Milano, 2010
pp. 173, euro 16,00

L'anima della pubblicità

DI DANIELE TIRELLI



L'unico vero crimine accertato della pubblicità è lo spreco di quattrini delle aziende committenti quando risulta inefficace. Attualmente l'accusa è frequente. L'incapacità di sostenere adeguatamente i consumi rallentati dalla crisi ed anche e soprattutto dalla saturazione dei mercati, motiva rimproveri di segno opposto a quelli mossi da questo interessante libro: ovvero la

creazione di finti bisogni e di spese eccessive. Molti pubblicitari oggi vorrebbero essere davvero dei persuasori occulti e che le loro tecniche funzionassero, anche a prezzo della cinica prepotenza che Adriano Zanacchi attribuisce loro. Le 270 pagine dense di citazioni e di riferimenti ai più autorevoli critici della comunicazione commerciale, sono un'utile lettura per tutti: sia coloro che si muovono nell'ambito della controcultura, sia per chi la pubblicità la crea e l'utilizza. Il repertorio di accuse è molto lungo e dettagliato. Tra tutte prevalgono quelle della pervasività, e dell'affollamento eccessivo. È bene tenerne conto. Sono rivelatrici dei malumori che la pubblicità suscita e che da sempre ha cercato di evitare. Le tesi enunciate sono avallate anche dalle opinioni incontrovertibili di celebri creativi di agenzie famose. Ovviamente la pubblicità da salvare nel volgare coacervo di messaggi riversati su di noi, sarebbe quella politicamente ed esteticamente qualificata. In breve, la loro. Tuttavia, sebbene sul piano estetico gli esempi di infantilismo, insulsaggine e di ambiguità siano davvero numerosi e impressionanti, le regole del gioco non sembrano facili da cambiare. Riflesso diretto della cultura popolare, la pubblicità si autoseleziona perché, a differenza dell'arte, costituisce un investimento a priori che si fonda sulla valutazione inesorabile dei suoi ritorni. Molto interessante è il capitolo dedicato alla donna

in pubblicità. Va detto peraltro che la mutazione dei "contenitori" editoriali e televisivi improntata alla sex obsession, il gossip e il pulp, rende spesso la pubblicità la parte più seria del palinsesto.

Le famiglie perfette e felici nelle loro atmosfere patinate non sono più l'iperbole di un tempo e le algide modelle delle foto sembrano più tranquillizzanti delle protagoniste dei reality. Nella società dello shopping e dello star system, perennemente adrenalinica e sovraeccitata, spot e inserzioni sono quasi iniezioni di endorfine rilassanti. La parte debole del libro sono forse le conclusioni. Per quanti sforzi abbia profuso l'autore circa i peccati mortali del meccanismo pubblicitario e il suo ulteriore dilagare in ogni aspetto della vita quotidiana, tutto questo non sembra poi un gran male in un mondo che teme, anche sul lato sinistro della sua cultura, l'arresto della crescita economica e il regresso del consumo privato.

ADRIANO ZANACCHI

Il Libro nero della pubblicità

Iacobelli Edizioni, Albano Laziale, 2010
pp. 287, euro 16,00

Lezioni di economia

DI DANIELE TIRELLI



Non sono molti i libri che rendono facilmente comprensibili le tematiche economiche e che incoraggiano ulteriori letture. E Conway ci propone un testo che raccoglie 50 idee economiche fondamentali e, attraverso semplici esempi e diversi richiami storici, ne offre una spiegazione chiara anche ad un pubblico

estraneo agli esoterismi degli economisti e ad essi sempre più insofferente. Stante le cose il libro potrebbe essere anche un prezioso vademecum per i politici che si cimentano ogni giorno davanti ai media sui temi più ardui: dalla globalizzazione ai fenomeni speculativi, alla finanza pubblica. Particolarmente utile alla lettura è la "linea del tempo!" che colloca nella corretta datazione storica i riferimenti più importanti alla base di ciascuna teoria.

Ogni scheda si chiude inoltre con un' "idea chiave" che riassume il concetto ispiratore di tanti studi e tante discussioni. Molto piacevoli e non banali sono le citazioni inserite nel testo. "L'inflazione è la sola forma di tassazione che è possibile imporre senza ricorrere a una legge" è, ad esempio, una frase di M. Friedman che rende evidente a chiunque il perché i governi l'abbiano così spesso tollerata. Ci sono però anche riferimenti a Ivana Trump, George B. Shaw, ecc. per dimostrare che il ragionamento economico non è affatto materia per la sola accademia. Imperdibile.

EDMUND CONWAY

50 grandi idee di economia

Edizioni Dedalo, Bari, 2010
pp. 208, euro 18,00

Arrivano i bohemini!!

Serena la Balena
uscita 2011

Lupo Baldo
uscita 2010

Lindo Porcello
uscita 2010

Lindo Porcello
Primo Premio Nazionale
"Nati per Leggere"
2010, sezione
"Libri in Cantiere"

età: da 2 anni
formato: 18 x 18 cm
pagine: 24
cartonato e fustellato
euro: 13,00

bohempress italia