

Libricinema

Dario E. Viganò, *Chiesa e pubblicità. Storia e analisi degli spot 8x1000*, Rubbettino, pp. 143, 2011, euro 14,00. L'aspirazione del volume è l'analisi delle strategie comunicative dell'8x1000, con una particolare propensione per le campagne condotte per la televisione a partire dagli anni Novanta. I quattro capitoli approfondiscono l'argomento, partendo dalla storia televisiva degli anni Sessanta, indagandone gli sviluppi pubblicitari e offrendo nuovi spunti alle strategie comunicative della Chiesa attuale. Agile ma denso, il testo, corredato da un ricco apparato di note e commenti e da una ricerca iconografica sugli spot pubblicitari, si pone alla fine come un discorso compatto sulla comunicazione di notevole efficacia.

