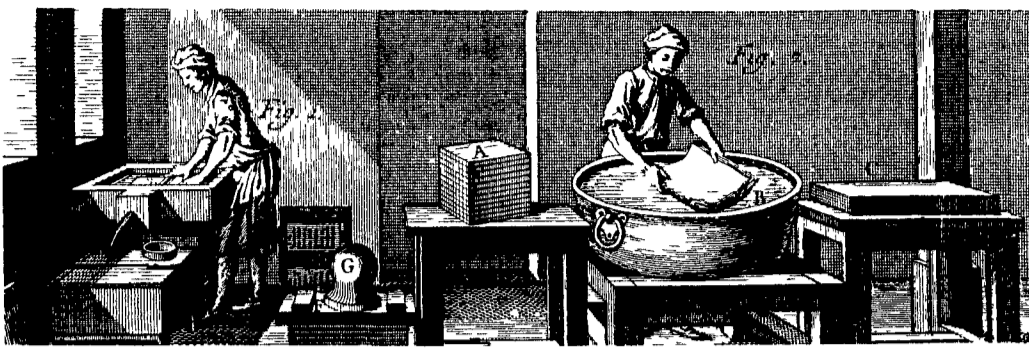


A colloquio con Paolo Munaldi sullo stato della professione

Giornalisti, andate a scuola!

«Sono per la liberalizzazione dell'accesso alla professione giornalistica credo che i giornali debbano poter mettere alla prova più praticanti di quanti ne assumano...»



L'economia dell'informazione nuovo motore dello sviluppo

Comunicare è produrre Parola di Mill

FRANCESCO DE VESCOVI

Diceva nel lontano 1848 un maestro del pensiero economico Stuart Mill «Produrre è muovere»...

La pubblicità si intrufola ovunque spesso si rende iriconoscibile

Se chiamassimo la gente a un referendum?

ENRICO FINZI

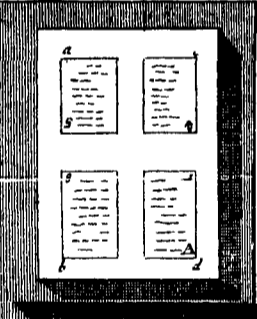
«La pubblicità è l'anima del commercio» si diceva un tempo. Oggi tale definizione non basta più...

Privo di vincoli e confini il sistema è destinato a clamorosi cedimenti

Senza regole non sempre vince il migliore

PAOLO FAGLIARO

Giorni fa in una conferenza stampa Silvio Berlusconi ha ammesso che il suo impero televisivo è nato e si è consolidato grazie all'assenza di una legge di regolamentazione del settore...



Ed ecco l'utente: guarda, legge e ascolta così

ROBERTO MONTEFORTE

Più informazione più svago maggiore attenzione agli avvenimenti sportivi e di attualità sono queste le motivazioni che hanno spinto le famiglie in questi ultimi 10 anni ad accrescere il consumo di prodotti offerti dai mezzi di comunicazione di massa...

delle famiglie la giusta collocazione è la stanza dei ragazzi. Quest'ultimo 5,5% (che nel 1986 era il 3,3%) evidenzia un aspetto inquietante dell'uso del mezzo televisivo la funzione di supplenza e in certi casi sostitutiva che la tv ha assunto nel rapporto tra adulti e bambini...

Segnale di buona salute. Il dato più interessante fornito dall'indagine riguarda la distribuzione degli ascoltatori tra emittenti private e Rai. Considerato l'arco di una settimana il 48,8% sceglie la Rai il 54,8% le radio private...

disaggregato notiamo che nelle regioni settentrionali dove risiede il 44,6% della popolazione è stato realizzato il 55,2% delle vendite complessive nelle regioni centrali (19,1% della popolazione) le vendite sono state pari al 22,2% in quelle meridionali (36,3% della popolazione) le vendite sono state appena del 19,6%.