

LIBRI ▶▶▶

Tutta la storia delle cose

Pearce F., 2009, "Confessioni di un eco-peccatore", Edizioni Ambiente, formato 15 x 23 cm, pagg. 348, € 22,00.

Da dove vengono i prodotti che acquistiamo ogni giorno? Chi li ha fatti e con quali costi per l'ambiente? Che cosa succede loro dopo che vengono buttati? Per rispondere a queste domande Fred Pearce, uno dei più quotati giornalisti ambientali del mondo, ha viaggiato in più di venti Paesi per conoscere le persone e i luoghi da cui provengono le cose che usiamo quotidianamente. Dalle miniere d'oro del Sud Africa agli allevamenti di gamberi in Bangladesh, dalle fabbriche di giocattoli cinesi ai campi di cotone in Australia, Pearce indaga sugli aspetti economici, ambientali e morali di quel gigantesco processo chiamato globalizzazione. Ne emerge un quadro spazzante che mette in discussione luoghi comuni e presunte verità care a una parte del pensiero ambientalista, e indica soluzioni possibili ai grandi problemi della nostra epoca. Riscaldamento globale, problema demografico e crisi energetica: Pearce sottolinea come ciascuna di queste sfide possa essere vinta servendoci di ingegno, capacità di adattarci e fiducia, le nostre qualità più preziose. ■

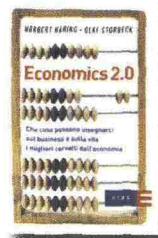


L'economia determina la nostra vita

Häring N., Storbeck O., "Economics", EtasLab, formato 14 x 21,5 cm, pagg. 266, € 20,50.

Come tutti ormai sappiamo, l'economia determina la nostra vita, dalla politica globale al prezzo di un paio di scarpe cinesi, alla qualità della vita dopo un intervento di bypass. Le notizie sui mercati aprono il telegiornale e la fanno da padrone su carta e online. Ma come si esercita quest'influenza e come ci si può districare tra le teorie spesso incomprensibili (e contraddittorie) degli economisti?

In questo libro, gli autori offrono una panoramica degli eccitanti sviluppi e delle intriganti intuizioni della scienza economica moderna, facile da comprendere anche per il lettore iniziato. Oltre ad analizzare in modo molto dettagliato la letteratura scientifica - talvolta indigesta - ne contestano le affermazioni e le conclusioni con un infallibile fiuto giornalistico per la vera essenza dei problemi. Ne emerge una sintesi elegante e competente della ricerca più aggiornata. Il libro sembra fatto apposta per attenuare i pregiudizi tradizionali nei confronti dell'economia, e per migliorare la nostra comprensione intuitiva della casualità economica. Rigoroso, aggiornato, ma completamente privo di zavorre astratte, Economics 2.0 dimostra con successo che l'economia non è una scienza arida, ma esercita costantemente (e in modo spesso inaspettato) la sua influenza sulla vita reale. ■

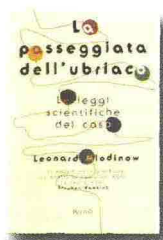


Le leggi scientifiche del caso

Mlodinow L., 2009, "La passeggiata dell'ubriaco", Rizzoli Editore, formato 15 x 22,5 cm, pagg. 293, € 19,00.

Nella terminologia scientifica la "passeggiata dell'ubriaco" è una successione puramente casuale di eventi. In questo libro l'autore ci mostra come "casuale" non significa affatto "di scarsa importanza".

A ciascuno di noi, guardandoci indietro, capita di pensare che le cose sarebbero andate diversamente se non fosse stato per decisioni prese d'impulso, persone incontrate per caso, opportunità professionali inaspettate. Il nostro successo nel lavoro, negli investimenti, nelle decisioni importanti e meno importanti di ogni giorno dipende in parte da abilità innate, competenze e impegno, ma in parte anche da fattori casuali e quindi incontrollabili. Non vuol dire che il talento non sia importante, ma il legame tra le nostre azioni e i risultati che otteniamo non è diretto come ci piace credere che sia. La nostra mente ci induce spesso in errore, tutti usiamo l'immaginazione e l'intuito per colmare le lacune nei dati a nostra disposizione, imbocchiamo scorciatoie, crediamo di intravedere schemi ricorrenti e regolarità significative dove non ce ne sono e giungiamo a conclusioni affrettate sulla base di informazioni incerte e incomplete. Saper compiere scelte sagge di fronte all'incertezza è una dote rara, ma come ogni dote può essere affinata con l'esperienza. Ci sono voluti molti secoli, ma la scienza ha imparato a guardare oltre l'apparenza di ordine e a riconoscere la casualità nascosta nella natura e nella vita quotidiana. In questo saggio brillante e accessibile, il grande fisico Leonard Mlodinow ci accompagna in un viaggio nel mondo del caso e della probabilità che ci farà guardare alla realtà con occhi nuovi. ■



Marketing e neuroscienza

Lindstrom M., 2009, "Neuromarketing", Apogeo Editore, formato 13,5 x 21 cm, pagg. 228, € 16,00.

Perché compriamo una cosa invece di un'altra? Che cosa influenza veramente le nostre decisioni, in mezzo alla valanga di messaggi che ci raggiungono ogni giorno? Una pubblicità che cattura l'occhio, uno slogan curioso, un jingle che non possiamo fare a meno di canticchiare? Oppure le decisioni di acquisto avvengono sotto la superficie, così in profondità nel nostro subconscio che non ne siamo coscienti se non in qualche raro caso?

Martin Lindstrom presenta in questo libro i risultati di una ricerca originale, durata tre anni e costata sette milioni di dollari, un esperimento d'avanguardia che ha frugato nei cervelli di duemila volontari in tutto il mondo, di cui sono state analizzate le reazioni davanti a pubblicità, marchi, spot commerciali, prodotti. I risultati sconvolgono molto di quel che si credeva su ciò che ci seduce e ci spinge a un acquisto.

Questo libro parla della nuova confluenza di conoscenza e tecnologia medica da una parte e marketing dall'altra, dove la possibilità di esplorare il cervello con le tecniche di scansione offre un modo per capire gli stimoli cerebrali. Un libro pieno di storie su come il cervello, i brand e le emozioni guidano le scelte del consumatore. L'autore fonde brillantemente marketing e neuroscienza e ci dà una comprensione più profonda delle forze inconscie che danno forma ai nostri processi decisionali. ■

