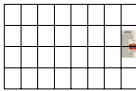


<b>Capital</b>		Tirada: <b>122.580</b>	Sección: <b>-</b>	
		Difusión: <b>72.467</b>	Espacio (Cm_2): <b>43</b>	
		Audiencia: <b>253.634</b>	Ocupación (%): <b>7%</b>	
<b>Nacional</b>	<b>Economía</b>		Valor (Ptas.): <b>78.398</b>	
<b>Mensual</b>		<b>01/05/2003</b>	Valor (Euros): <b>471,18</b>	
			Página: <b>71</b>	Imagen: <b>No</b>

## La caída de la publicidad...

### Al Ries y Laura Ries

**L**a publicidad es cara; las relaciones públicas son económicas". Se trata de uno de los argumentos más poderosos expuestos por Al Ries y Laura Ries, autores de *Las 22 leyes inmutables de la marca*, cuya última obra constata que hoy las grandes marcas nacen con publicidad gratuita y no a base de anuncios. Algunas incluso han sido creadas prácticamente sin publicidad (Starbucks, The Body Shop, Zara...).



Ediciones Urano. 304 págs. 15 €