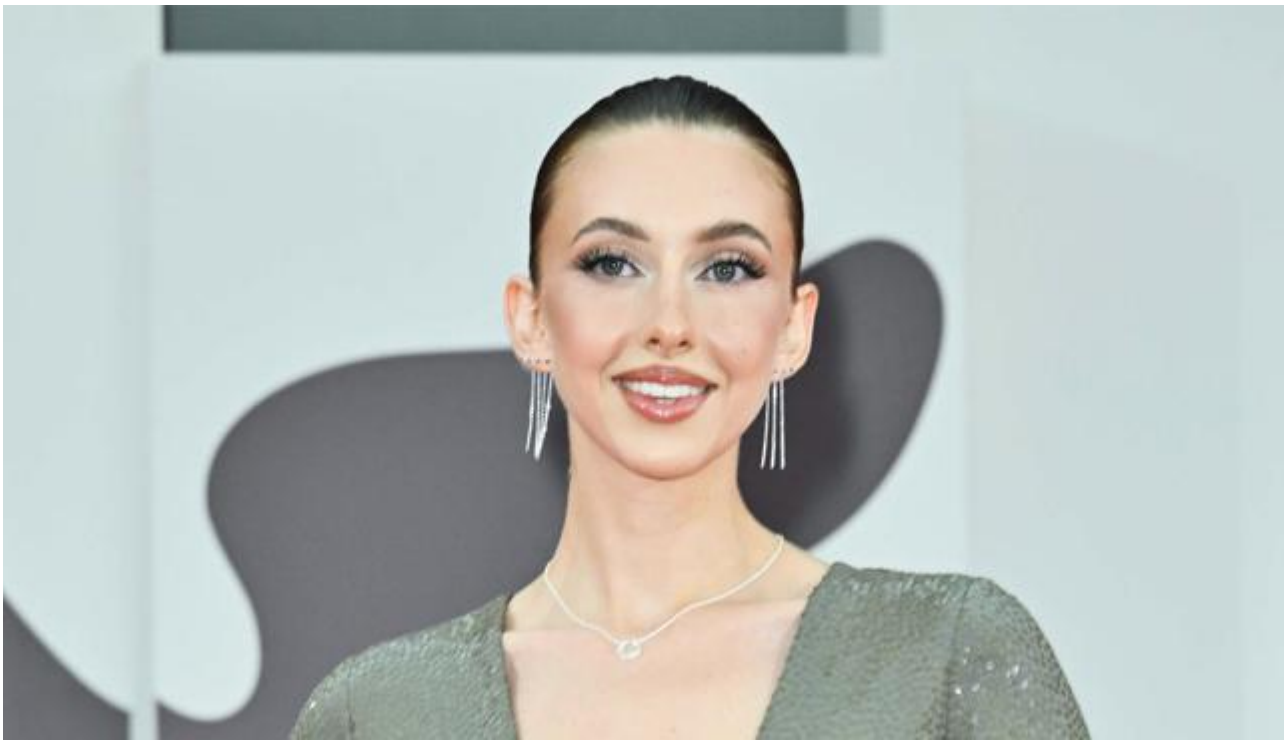
“Martina Strazzer è la nuova Ferragni? A entrambe manca l’autenticità. Così si perdono soldi e reputazione”



Luca Poma, docente di Reputation Management, commenta il caso Martina Strazzer, evidenziando le criticità nella comunicazione e nella gestione interna che hanno trasformato un’occasione di inclusività in una crisi reputazionale

---

I “Califfi dei Click” e il Social Media Marketing

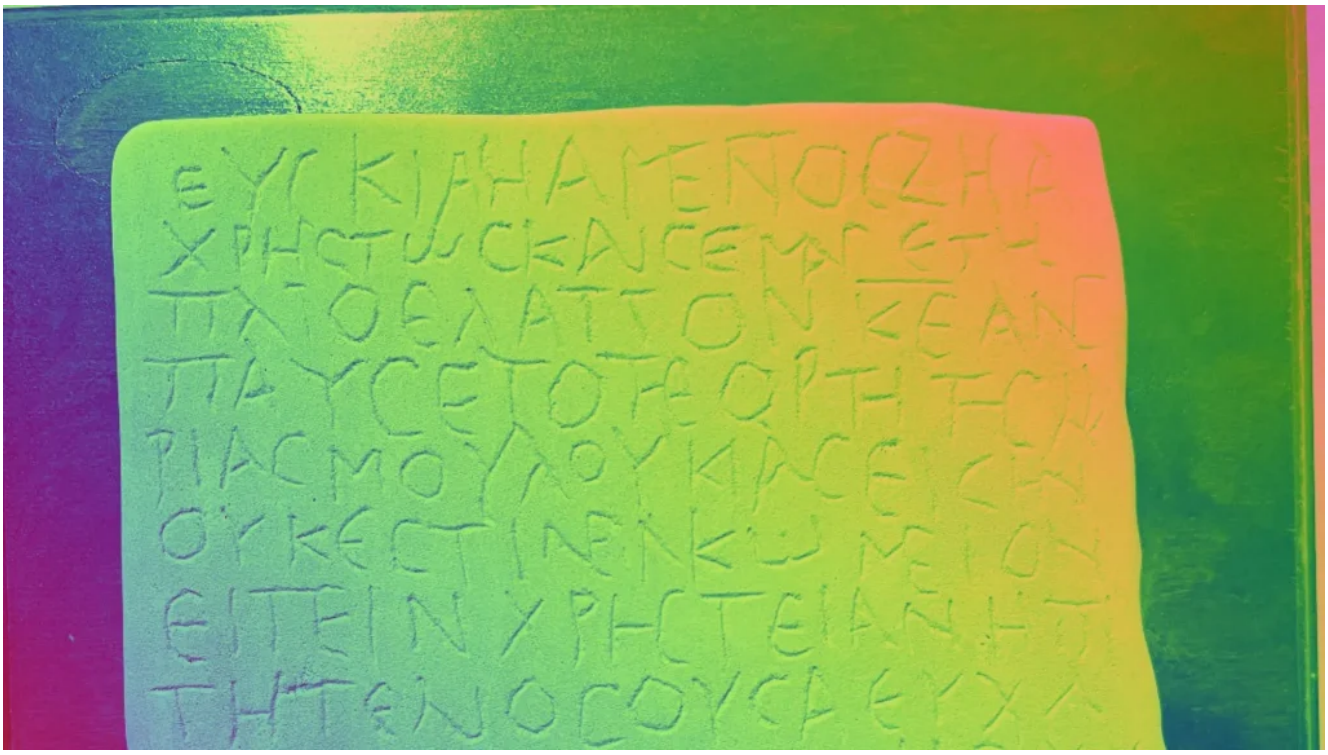
Dalla lettura del volume di Marco Carnevale La reclame dell’apocalisse, una riflessione sulla manipolazione dei numeri che avviene con la pubblicità digitale.

Bufera in Cina contro Swatch: spot ritirato dopo le accuse di discriminazione

Swatch ha suscitato una forte polemica in Cina per una sua campagna pubblicitaria della collezione Essentials, che mostrava un modello asiatico con le dita che tiravano gli angoli degli occhi verso l'alto, nell'atto di accentuare la forma a mandorla degli occhi. Questo gesto è considerato uno stereotipo offensivo e razzista nei confronti delle persone asiatiche.

L'antica epigrafe di Euskia ci può insegnare molto sull'intelligenza artificiale e sull'epoca della post-

verità



L’epigrafe di Euskia, fotografata al Museo Archeologico Paolo Orsi di Siracusa, è diventata il punto di partenza per esplorare le potenzialità e i limiti dei sistemi di intelligenza artificiale applicati all’analisi del greco antico

---

Archeologie dell’intelligenza artificiale: quando le macchine imparano a ricordare

E se l’intelligenza artificiale potesse ricordare al nostro posto? Artisti visionari la usano per creare sogni, archivi viventi e memorie che non abbiamo mai vissuto, trasformando dati e algoritmi in poesia visiva e domande sul futuro