

Le parole che contano: nasce il Manifesto per una Comunicazione Equa



Un percorso di ascolto, dialogo e consapevolezza per costruire insieme la parità di genere a partire dalla comunicazione.

“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.

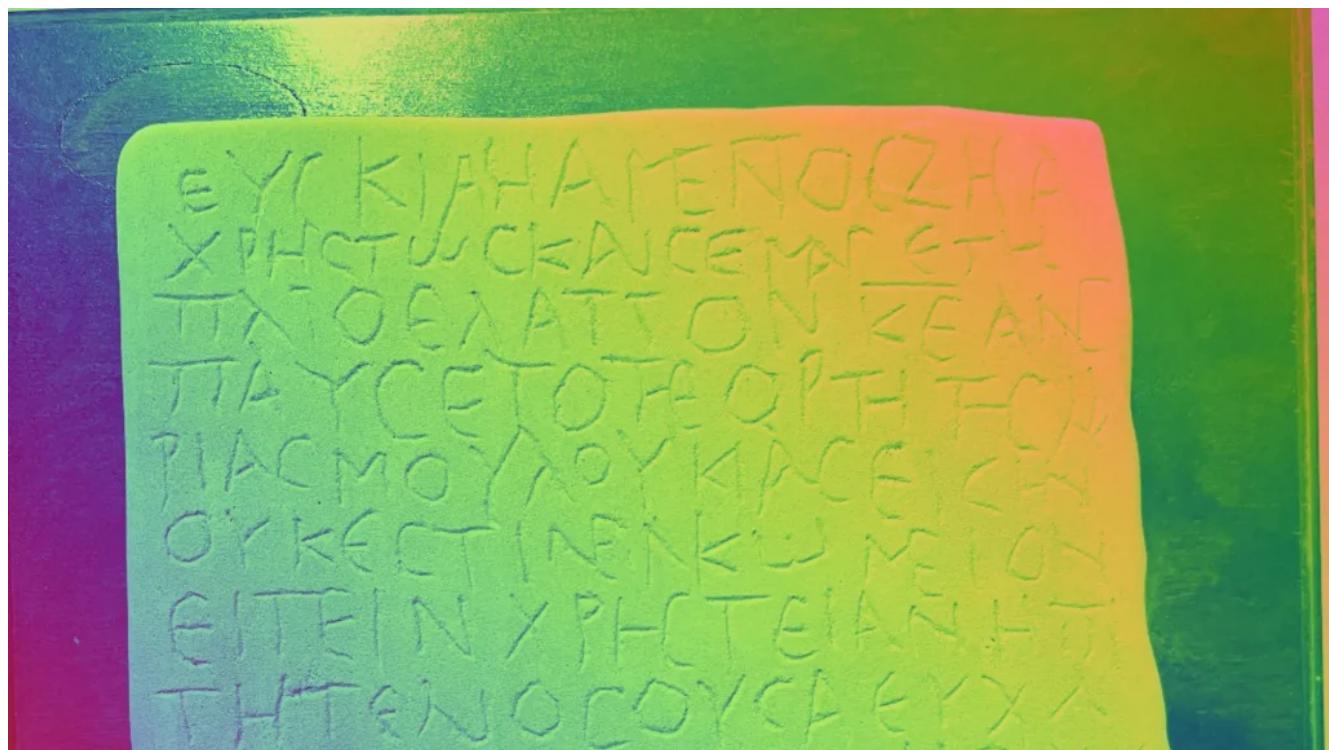
Bufera in Cina contro Swatch: spot ritirato dopo le accuse di discriminazione



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