



**La comunicazione corretta
in Rete: navigare nel Web
sicuri e consapevoli**

PUBBLICITA' ONLINE E PROFILAZIONE

Dott. Luca Zacchi

Esperto di orientamento scolastico e
professionale, talent development, soft skills,
prevenzione dei pericoli del mondo digitale





PARTE 1

CARATTERI GENERALI

PUBBLICITA' ONLINE E PROFILAZIONE: come funziona e quali rischi possiamo correre



PROFILAZIONE: IL PROCESSO

La profilazione è secondo Chat GPT la “raccolta e l'analisi dei dati comportamentali online degli utenti”.

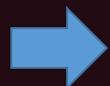
Ovvero: tutto quello che può rientrare nell'insieme dei comportamenti online degli utenti, che viene elaborato e utilizzato al fine di generare **RISPOSTE COMMERCIALI**.



COSA SUCCEDDE ONLINE:

INTERAGISCO E METTO IN CAMPO AZIONI

- METTO LIKE
- VISITO PROFILI E PAGINE SALVO INFORMAZIONI DI VARIO TIPO
- MI GEOLOCALIZZO
- COMMENTO POST E STATI
- TAGGO
- CONDIVIDO DATI (ANCHE MOLTO PERSONALI)
- TRASCORRO TEMPO SU UNA PAGINA
- CARICO CONTENUTI
-
-
-
-



I DATI VENGONO RACCOLTI

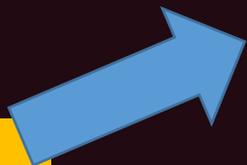


ANALISI



PROFILAZIONE

I dati raccolti e le analisi effettuate contribuiscono alla creazione di un **"profilo digitale"**, che rappresenta una stima dei tuoi gusti, delle mie preferenze e delle mie abitudini



INIZIO A VEDERE PUBBLICITA' MIRATA CHE CORRISPONDE AI MIEI INTERESSI: MI VENGONO PROPOSTI, ATTRAVERSO VARIE FORME

- SERVIZI
- PRODOTTI
- SOLUZIONI

CHE POSSONO FARE **ESATTAMENTE AL CASO MIO**

QUALI PERICOLI?

Dott. Luca Zacchi

QUALI PERICOLI?

PRIVACY E SICUREZZA DEI DATI

I dati possono essere raccolti, condivisi o venduti senza il consenso esplicito dell'utente, esponendo i giovani a possibili rischi di sicurezza dei dati

Il problema è trattato principalmente dagli esperti di cybersecurity, e trova la sua forma più complessa ogni volta che abbiamo a che fare con nuove piattaforme o strumenti emergenti, dove le modalità di raccolta e utilizzo dei dati spesso non è ben conosciuto nemmeno dagli addetti ai lavori

A questo si aggiunge il classico problema dei disclaimer sottoscritti e mail letti

QUALI PERICOLI?

MANIPOLAZIONE

e possibilità di influenzare in modo subdolo le preferenze e le scelte dei ragazzi

Le informazioni sui gusti i comportamenti e gli interessi degli utenti vengono utilizzate spesso senza la loro completa consapevolezza

Utilizzo del data mining e analisi comportamentale per costruire profili dettagliati degli utenti. Questi profili permettono di capire non solo quali sono i loro interessi, ma anche quali tipi di messaggi e immagini sono più probabili a catturare la loro attenzione, e vengono creati contenuti per loro più attraenti: parole, immagini, timing

Esposizione ripetuta: il prodotto diventa più convincente, necessario, desiderabile se viene mostrato spesso

QUALI PERICOLI?

DISTURBO DELL'ATTENZIONE

La frequente esposizione a contenuti pubblicitari porta a una difficoltà di concentrazione dei ragazzi nelle attività core su cui sono concentrati

Notifiche push: messaggi che vengono inviati agli smartphone o ai dispositivi degli utenti anche quando non stanno usando attivamente un'app, che possono attirare continuamente l'attenzione degli utenti tramite "alert" su nuovi contenuti, messaggi, likes, o commenti, spingendoli a ritornare sull'app frequentemente e mantenendo alto il loro livello di coinvolgimento

QUALI PERICOLI?

DIPENDENZA DAI CONTENUTI

Si allungano i tempi di utilizzo dello strumento poiché l'utente viene esposto senza fine a informazioni e suggerimenti relativi a contenuti perfettamente allineati con i suoi gusti e interessi (serie, film, video o prodotti in generale); spesso è attiva la riproduzione automatica del contenuto seguente (es. Netflix)

Gamification e premi di ritorno

Le piattaforme mi fanno ottenere punti, badge o riconoscimenti e acquisire autorevolezza scalando graduatorie, a seconda di quanto pubblico, interagisco o semplicemente sono presente. E se torno sul sito tutti i giorni vengo ulteriormente premiato.

Si alimenta l'EFFETTO DOPAMINA

QUALI PERICOLI?

IMPATTO SULLE REGOLE E SULLE NORME SOCIALI (E SULLA PERCEZIONE DI COSA E' IMPORTANTE)

La frequente e prolungata esposizione a un contenuto pubblicitario può avere un forte impatto sull'idea, per i ragazzi, di quanto quello (quella soluzione, quel prodotto, ma anche lo stile di vita che ottengo grazie a ciò che mi viene proposto o suggerito) rappresenta la soluzione per essere socialmente desiderabili e socialmente accettati

Esempi:

**BELLEZZA – FISICO PERFETTO – OUTFIT RICERCATO – AUTO DI LUSSO –
RICCHEZZA E SUCCESSO – PRODOTTI DIETETICI**

QUALI PERICOLI?

Decisioni portate avanti senza la piena consapevolezza

La manipolazione può portare gli utenti, specialmente i giovani, a prendere decisioni che credono siano derivate da una propria **scelta autonoma**, ma che in realtà sono state fortemente influenzate dalle tecniche di marketing mirato.

Questo può portare a decisioni di acquisto impulsivo, scelte di stile di vita non salutari, o persino cambiamenti nelle credenze e valori personali, e nella visione del mondo e delle priorità

DUE LIVELLI DI DOMANDE

CHE COSA SERVE, ALLORA, E SOPRATTUTTO CHI SI DEVE OCCUPARE DI FARE IN MODO CHE I RAGAZZI ANCHE MOLTO GIOVANI POSSANO EFFETTUARE SCELTE PIENAMENTE CONSAPEVOLI?

PUBBLICITA' ONLINE E PROFILAZIONE SONO SPESSO STRUTTURATE PER FARE LEVA SUI BISOGNI E SUI VALORI: QUANDO PARLIAMO DI ADOLESCENTI, QUESTI BISOGNI E QUESTI VALORI QUALI SONO?

DUE LIVELLI DI RISPOSTE ATTRAVERSO AZIONI DA METTERE IN CAMPO - E INTEGRARE

CHE COSA SERVE, ALLORA, E SOPRATTUTTO **CHI** SI DEVE OCCUPARE DI FARE IN MODO CHE I RAGAZZI ANCHE MOLTO GIOVANI POSSANO EFFETTUARE SCELTE PIENAMENTE CONSAPEVOLI?

PUBBLICITA' ONLINE E PROFILAZIONE SONO SPESSO STRUTTURATE PER FARE LEVA SUI BISOGNI E SUI VALORI: QUANDO PARLIAMO DI ADOLESCENTI, QUESTI BISOGNI E QUESTI VALORI QUALI SONO?

Google

FOMO DEFINIZIONE



Tutti

Immagini

Video

Notizie

Libri

⋮ Altro

Strumenti

È l'acronimo inglese di Fear Of Missing Out, **paura di essere esclusi**, che corrisponde al timore di perdere o di non partecipare ad una esperienza piacevole e gratificante che coinvolge conoscenti o amici. 4 gen 2023



PERCHE' CI INTERESSA QUESTO CONCETTO?

PARLANDO DI PUBBLICITA' ONLINE E PROFILAZIONE, E QUINDI DI

BISOGNI

TROVIAMO CHE QUELLO DELLA **FOMO** SIA UN CONCETTO MOLTO
AFFINE ALLE RIFLESSIONI FATTE SOPRATTUTTO SE PARLIAMO DI
BISOGNI INDOTTI DALLA PUBBLICITA' ONLINE

DA DOVE PARTIRE?



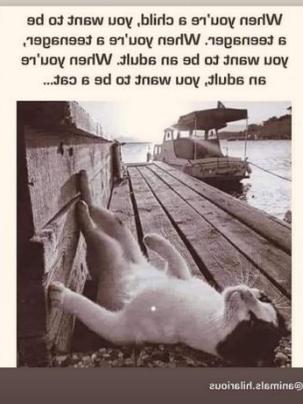
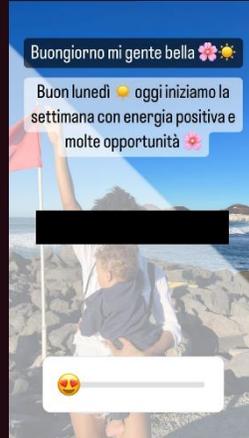
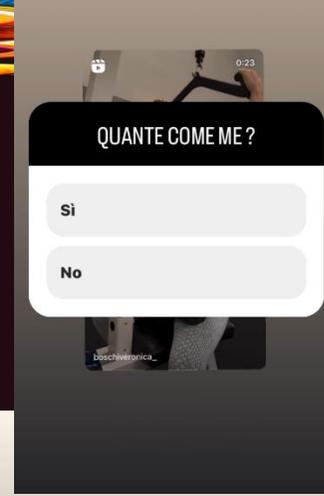
Dott. Luca Zacchi

**SENTO CHE SONO ESCLUSO DA QUALCOSA E QUINDI UTILIZZO
SPESSO I DISPOSITIVI "MOBILE" PER ESSERE SEMPRE:**

- **AGGIORNATO**
- **PRESENTE**
- **CONNESSO**
- **ONLINE**
- **AL CORRENTE DI QUELLO CHE ACCADE (?)**
- **AL CORRENTE DI COSA FANNO GLI ALTRI: DEI LORO STATI, DEI LORO POST, DEI LORO AGGIORNAMENTI, DEI LORO REEL, DEI LORO MESSAGGI**

.....SE SONO TAGLIATO FUORI DA TUTTO QUESTO (PERCHE' NON SONO CONNESSO) E' UN PROBLEMA, E PROVO UN SENSO DI MANCANZA, DI FASTIDIO, DI DISAGIO, PERCHE' QUESTE COSE SONO IMPORTANTI.

...GIUSTO??



**MA IN REALTA'.... CHE COSA
A ME
INTERESSA VERAMENTE?**

**ME LO SONO MAI CHIESTO, O MI
FACCIO DIRE DAGLI ALTRI (E
DALLA PUBBLICITA') CHE COSA
E' PIU' IMPORTANTE PER ME?**

(ALCUNI) DEI FENOMENI CHE ORMAI CONOSCIAMO QUANDO PARLIAMO DI PROBLEMATICHE LEGATE AL MONDO DIGITALE:

**FOMO
NOMOFOBIA
VAMPING
ZOMBIE SCROLL
CYBERLOAFING
NOTIFICATION STRESS
SOCIAL MEDIA SHOWCASING**

**TEXT NECK SYNDROME
PHONE WYPLASH
SMARTPHONE EYE STRAIN**

**PACIFIER TECHNOLOGY
IPERCONNESSIONE
SINDROME DELL'ANATRA
SELFIE DISMORPHIA**

**VIRALIZZAZIONE DELLA VIOLENZA
DISSOCIAZIONE DIGITALE
BYSTENDER EFFECT (EFFETTO SPETTATORE)**

**LA CONNESSIONE COSTANTE E
MOLTI DEI PROBLEMI CHE NE
DERIVANO HANNO ALCUNE RADICI
COMUNI**

**UNA E' LA MANCANZA DI UNO
SPAZIO PERSONALE DI RIFLESSIONE
CHE CI PORTEREBBE AD ANDARE
IN PROFONDITA'**

Google

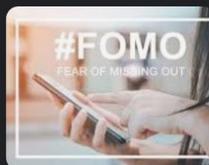
FOMO DEFINIZIONE



Tutti Immagini Video Notizie Libri Altro

Strumenti

È l'acronimo inglese di Fear Of Missing Out, paura di essere esclusi, che corrisponde al timore di perdere o di non partecipare ad una esperienza piacevole e gratificante che coinvolge conoscenti o amici. 4 gen 2023



FOMO

**ALLORA DIVENTA FORTISSIMA LA
NECESSITA' DI ESERE CONNESSI
SEMPRE E A TUTTO, DI VEDERE SEMPRE
TUTTO, DI ESSERE AGGIORNATI SU
TUTTO... PERCHE' ABBIAMO SMESSO DI
DOMANDARCI CHE COSA CI INTERESSA
VERAMENTE**

PARLANDO DI PUBBLICITA' ONLINE E PROFILAZIONE:

**LA MANCANZA DI UNA ANALISI PROFONDA
SU QUELLO CHE E' IMPORTANTE PER NOI, E
QUINDI
DI UNA SCARSA CHIAREZZA, APRE LA PORTA
E SPIANA LA STRADA A CHI CI VUOLE DIRE
CHE QUELLO CHE HA DA OFFRIRE LUI E'
IMPORTANTE**

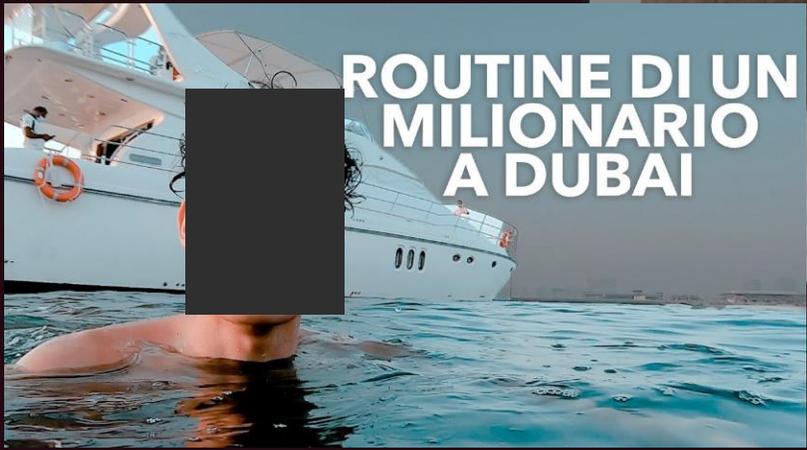
**FARE SOLDI FACILI ONLINE, RAGGIUNGERE IL
SUCCESSO IN MODO RAPIDO E INDOLORE, AVERE LA
VITA DEI TUOI SOGNI**

I FUFFAGURU

Dott. Luca Zacchi



Dott. Luca Zacchi



ROUTINE DI UN MILIONARIO A DUBAI



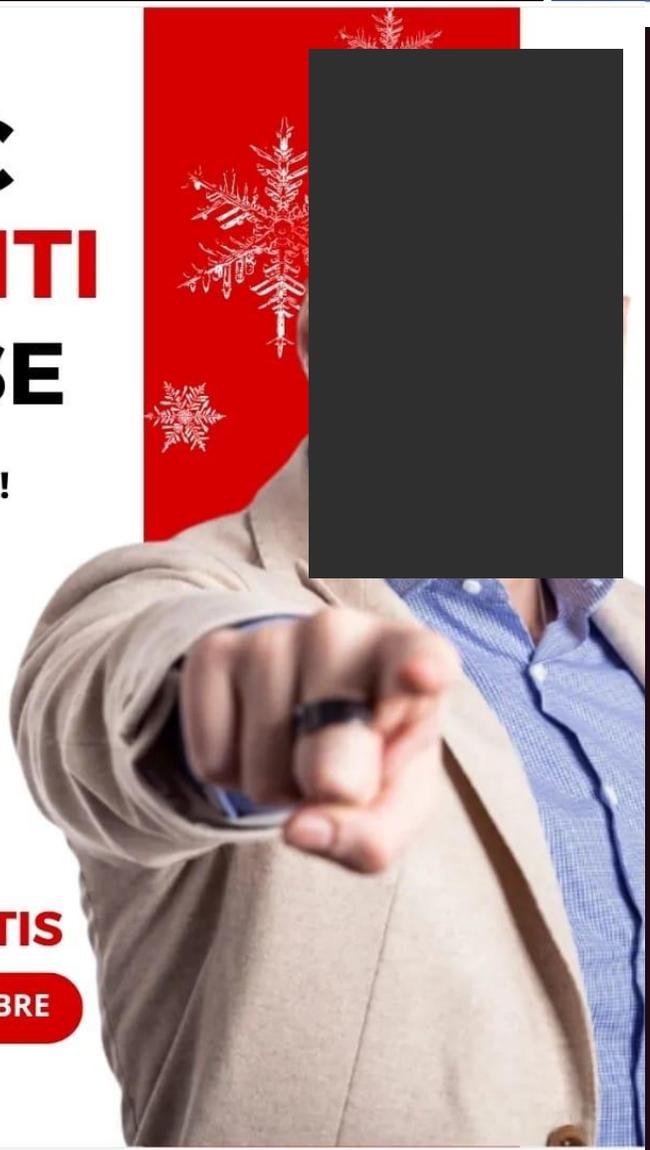
NUOVA AUTO?

10.000€ GARANTITI OGNI MESE

SOLO 5 POSTI RIMASTI!
Ti portiamo al risultato
entro il **31 Marzo 2024...**

ALTRIMENTI
LAVORIAMO GRATIS

VALIDO FINO AL 23 DICEMBRE



Scopri il Sistema Rivoluzionario per Creare Rendite Passive Scientifiche e Trasforma il Tuo Futuro!



Unisciti a [redacted] svela in
una Serie di **3 Video GRATUITI** i Segreti
per Guadagnare veramente sul web e
Creare finalmente la tua Rendite Passive
Stabile e Sicura!



CHI SONO

SECONDO CHAT GPT...

Il termine "fuffaguru" è un'espressione colloquiale italiana che combina le parole "fuffa", che indica qualcosa di inconsistente, inutile o ingannevole, e "guru", che di solito si riferisce a un esperto o maestro in un certo campo. Nell'uso comune, "fuffaguru" descrive una persona che si presenta come un esperto o un guru in un determinato ambito, ma le cui competenze, consigli o affermazioni sono considerati superficiali, non fondati su dati reali, o direttamente ingannevoli. Spesso, questa etichetta viene applicata a coloro che utilizzano i social media o altre piattaforme online per promuovere teorie, prodotti o stili di vita dubbi con grande carisma, ma senza una vera base di conoscenza o evidenza scientifica.

COME IDENTIFICARLI?

Studio Infinity



Foto di Wael Hneini su Unsplash

Come riconoscere un Fuffaguru

Tempo di lettura: 7-12 minuti

INDICE DEI CONTENUTI



<https://www.studio-infinity.it/come-riconoscere-un-fuffaguru/>



Dott. Luca Zacchi

Origini: da dove nasce il trend

«Fake it until you make it»: movimento di derivazione americana del fingi fino a quando non lo fai

IDENTIKIT DEL FUFFAGURU: quand'è che siamo al cospetto di un personaggio propagatore di fuffa?

- Ostentano sui social la propria ricchezza: auto, orologi, piscine
- Molti raccontano del loro passato da “poveri senza soldi”, spesso trattati male da tutti e presi in giro, e parlano del loro viaggio dell’eroe. Classica frase: ero uno che (come te) lavorava 13 ore al giorno per 800€, adesso sono libero
- Vogliono spiegare con un «lead magnet» (un corso gratuito, una masterclass, etc) come hanno fatto a uscire da quella situazione
- Promettono successo veloce e soldi facili anche con zero competenze

- Secondo loro studiare e prendere una laurea è una perdita di tempo e loro ti insegnano il segreto per la scorciatoia
- In generale tutto quello che richiede fatica, impegno, studio e sacrificio è da stupidi
- Promettono risultati miracolosi anche se non hai apparentemente nessun mezzo per farcela.
Es: come dimagrire o ottenere un fisico eccezionale anche senza fare allenamento; come fare un sacco di soldi anche se non ne hai. Ovvero: ti prometto un risultato con poco sforzo
- I risultati ottenibili velocemente si ottengono anche con investimento o costi quasi prossimi allo zero, e con un impegno di poche ore a settimana (così che tu dedicherai il tempo ai tuoi cari, ai tuoi hobby e alle persone importanti della tua vita)
- Vendono spesso prodotti high-ticket, ovvero da 1000-2000 € che dal punto di vista legale sono difficili da recuperare, soprattutto se le loro sedi sono all'estero (es. Dubai)
- Spesso parlano di rendite automatiche che permetteranno di non faticare mai anche in futuro
- A volte raccontano dell'esperienza personale per cui hanno aiutato, con i guadagni incredibili che hanno fatto, amici e parenti in difficoltà e hanno risolto per sempre i problemi economici di queste persone, sistemandole a vita

- Spesso, ai tempi in cui erano poveri e maltrattati da tutti, hanno investito i loro pochi risparmi in corsi e programmi di formazione costosi ma sono rimasti fregati, mentre ora loro forti di questa esperienza scottante sono magnanimi e hanno la vera soluzione che funziona e la vogliono condividere con te, se ti affretterai e sarai abbastanza sveglio da cogliere l'opportunità al volo
- Spesso parlano degli altri guru, perché chiaramente se sono soltanto loro a detenere il segreto per fare milioni online, o per i soldi facili in generale, o per il successo, tutti gli altri metodi non funzionano
- Ogni 1 o 2 mesi c'è un nuovo prodotto incredibile con soluzioni e strumenti segreti mai svelati prima d'ora che conoscono SOLO loro (quando ti rivelano il nuovo sistema o il nuovo segreto mai visto prima, quello di qualche mese fa chiaramente non vale più nulla)
- Utilizzano spesso parole che cercano di creare un'idea di quanto è rivoluzionario, dirompente, e distruttivo per i tuoi competitor il loro sistema, come «business che cambierà per sempre la vita», «business che sta rivoluzionando il mercato», «business con impatto devastante», «strumenti che devasteranno la concorrenza o asfalteranno i tuoi rivali», «business che riscriverà le dinamiche del gioco»
- A volte utilizzano concetti come quello di non ascoltare la massa, non farsi condizionare dagli altri, rompere gli schemi, inseguire i propri sogni, per rinforzare l'idea che loro capiscono chi è frustrato, incompreso, insoddisfatto nel fare quello che fa la massa e cerca una via di uscita, e vogliono aiutarlo

DOVE E' INIZIATO TUTTO:

FUFFLIX

100% Puffa Free.

Giornalismo a tutela dei consumatori



fuffapedia

by fufflix

Fufflix lotta per te

Siamo decine di migliaia con un unico obiettivo: proteggere i consumatori da truffe e pubblicità ingannevoli

Unisciti a noi



INTERVISTA LIVE CON
GERMANO MILITE
CONOSCERE, COMBATTERE E GESTIRE I
FUFFAGURU + ALTRE MIRABILANTI AVVENTURE

PERCHE' HANNO SUCCESSO

IL TUTTO E SUBITO

OPPORTUNITA' IRRIPETIBILE

LEVA SUI SOGNI

ONDA EMOTIVA

LE SOLUZIONI?

**Non semplici, non facili, non con
uno schiocco di dita E NON CON
LA TECNICA SEGRETA E
MIRACOLOSA**



Dott. Luca Zacchi

luca.zacchi@aics-cyberbullismo.it

www.aics-cyberbullismo.it/

[linkedin.com/in/lucazacchivr](https://www.linkedin.com/in/lucazacchivr)