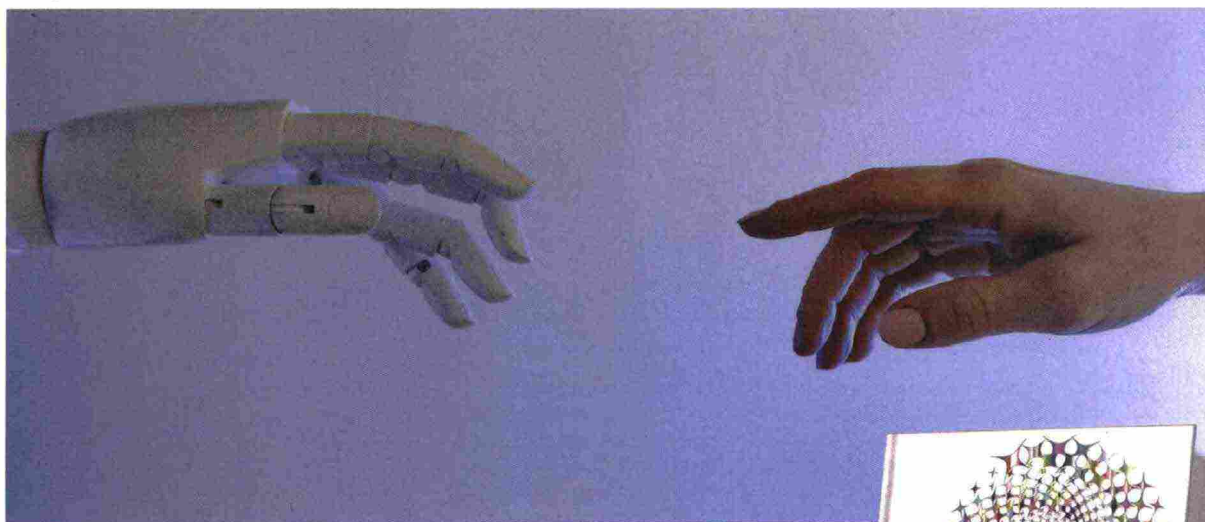




Per una buona lettura!




Advertising. Tecniche, strumenti, regole tra una rivoluzione e l'altra (FrancoAngeli)

■ Cecilia Casalegno

In un'epoca di cambiamenti come quella che stiamo vivendo attualmente, ci poniamo tantissime domande: ci si chiede, per esempio, come sia mutato il modo di comunicare delle organizzazioni. In particolare, è necessaria un'analisi di come le imprese di successo riescano a comunicare con i propri target di mercato senza ricadere nella trappola di greenwashing e senza che i messaggi pubblicitari risultino incomprensibili agli occhi e alle orecchie di un pubblico che cambia e che, nel giro di pochi anni, ha stabilito nuove priorità e una nuova dieta mediatica,

acuendo così la necessità di contestualizzazione del messaggio. Si parla di una maggior complessità sociale, e l'epoca pandemica che ha avuto inizio nel 2020 ha accelerato alcuni trend comportamentali che già in precedenza erano finiti sotto la lente d'ingrandimento di professionisti e accademici. Vediamo anche modificate alcune attitudini generazionali che hanno, così, costretto le realtà organizzate alla valutazione di nuove prospettive di lavoro, anche e soprattutto in ambito promozionale. Le audience ora vogliono creare forti legami con i brand e questo,

pur non rappresentando una grossa novità rispetto agli anni passati, porta all'analisi delle "nuove" basi di tali legami: rispetto, sostenibilità, focus sull'autenticità della relazione e interazione continua rappresentano le sfide manageriali più importanti. Il testo redatto con grande attenzione ed esaustività dall'autrice descrive in quale modo sia cambiata e stia cambiando la cosiddetta Integrated Marketing Communication (IMC), considerando che il lavoro di chi gestisce la comunicazione promozionale è oggi ancora

più complesso e complicato di quanto già non lo fosse in passato. 



Autore	Cecilia Casalegno
Editore	FrancoAngeli
Pagine	150
Prezzo	€ 20,00

Comunicazione artificiale. Come gli algoritmi producono intelligenza sociale

(Bocconi University Press)

■ Elena Esposito

Non possiamo non essercene accorti: gli algoritmi che lavorano con il deep learning e i big data stanno diventando così bravi a fare così tante cose da riuscire, a volte, a metterci a disagio. Come può un dispositivo sapere quali sono le nostre canzoni preferite o che cosa dovremmo scrivere in un'e-mail per farci capire nella maniera migliore? Ma non è che le macchine sono diventate troppo intelligenti e per noi umani è impossibile saperle gestire? Secondo Elena Esposito il punto è un altro: questo tipo di analogia tra algoritmi e intelligenza umana è infatti fuorviante. Se le macchine contribuiranno all'intelligenza sociale, non sarà perché hanno imparato a pensare come noi, ma perché noi abbiamo imparato a comunicare con loro. Da qui dunque la proposta di pensare alle tecnologie digitali e alle macchine "intelligenti" non in termini di intelligenza artificiale ma di comunicazione artificiale. Per far questo abbiamo bisogno di un concetto di comunicazione che tenga conto della possibilità che il nostro "partner di comunicazione" non sia un essere umano bensì un algoritmo non casuale ma completamente controllato, anche se non dai processi della mente umana. Indagare su questo aspetto significa esaminare l'uso degli algoritmi in diversi ambiti della vita sociale: si parte dalla prolifera-

zione di liste (e liste di liste) online all'uso della visualizzazione, si passa alla profilazione digitale e individualizzazione algoritmica, che attraverso playlist e raccomandazioni fanno del web un mezzo di comunicazione che non è più di massa, si arriva quindi alle implicazioni del cosiddetto "diritto all'oblio" per approdare infine alle fotografie, utilizzate oggi più per sfuggire al presente che per conservare una memoria per il futuro. Insomma, ce n'è per tutti i gusti e per tutte le esigenze. **PC**



Autore	Elena Esposito
Editore	Bocconi University Press
Pagine	256
Prezzo	€ 20,90

La scorciatoia. Come le macchine sono diventate intelligenti senza pensare in modo umano (il Mulino)

■ Nello Cristianini

Sono differenti da noi, e talvolta più forti, le nostre creature. Perché possiamo convivere nella maniera migliore e più efficace per i nostri bisogni è strettamente necessario che impariamo a conoscerle. Del resto ragionano sui curricula, concedono mutui, scelgono le notizie che leggiamo: le macchine intelligenti sono entrate nelle nostre vite, ma dobbiamo riconoscere che non sono esattamente come ce le aspettavamo. Fanno molte delle cose che volevamo, e anche qualcuna in più, e su questo possiamo essere d'accordo, ma abbiamo un cruccio non da poco: non possiamo capirle o ragionare con loro, perché il loro comportamento è in realtà guidato da relazioni statistiche ricavate da quantità sovrumane di dati. Eppure, e ce ne siamo accorti ben presto, possono essere in certi casi più potenti di noi: ci osservano continuamente, e prendono decisioni al nostro posto. E allora come incorporarle nella nostra società senza rischi ed effetti collaterali? Il libro di Nello Cristianini, rigoroso e pungente, ma anche decisamente originale nell'approccio, ci spiega come siamo arrivati sin qui, e indica il percorso che ci aspetta prima di poterci fidare di questi nuovi agenti che possiamo definire "alieni". La tecnologia non basta, occorre un dialogo tra scienze naturali e umane: è il passaggio cruciale e inevitabile per una convivenza sicura con questa nuova forma di intelligenza che ha preso sempre più campo e che ancora di più è destinata a prenderne nel futuro. **PC**



Autore	Nello Cristianini
Editore	il Mulino
Pagine	216
Prezzo	€ 16,10