

Alessandra Di Lorenzo

PUBBLICITÀ OGGI

Come nell'era digitale si
condizionano desideri, scelte e identità.

ESTE
libri



a seguire

UN ESTRATTO

dal libro
PUBBLICITÀ
OGGI

Come nell'era digitale si
condizionano desideri,
scelte e identità

LIBRI ESTE

LIBRI ESTE

© 2025 Edizioni E.S.T.E. S.r.l.

Via Cagliero 23 – 20125 Milano

www.este.it – segreteria@este.it

Realizzazione grafica: ESTE

Realizzazione editoriale: ESTE

ISBN 978-88-98053-77-3

Senza regolare autorizzazione è vietata la riproduzione, anche parziale o a uso interno didattico, con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la fotocopia.

Alessandra Di Lorenzo

Pubblicità oggi

*Come nell'era digitale si condizionano desideri,
scelte e identità.*

ESTE

libri

A mia mamma,
la mia certezza in un sistema sempre in *beta*.

INDICE

PREFAZIONE

Il potere della pubblicità	11
---	-----------

CAPITOLO I

Confessioni di un'addetta ai lavori.....	15
---	-----------

CAPITOLO II

Il codice segreto della pubblicità digitale.....	31
---	-----------

CAPITOLO III

Come la pubblicità finanzia il web.....	61
--	-----------

CAPITOLO IV

Le teorie della persuasione	89
--	-----------

CAPITOLO V

Dalla teoria alla realtà	109
---------------------------------------	------------

CAPITOLO VI

La vita a prova di pubblicità.....	147
---	------------

CAPITOLO VII

Il costo umano della pubblicità.....	165
---	------------

CAPITOLO VIII

Chi controlla gli annunci?	177
---	------------

CAPITOLO IX	
Il futuro della persuasione.....	195
CAPITOLO X	
Il cittadino consapevole.....	211
RISORSE E RIFERIMENTI	215
GLOSSARIO.....	225

PREFAZIONE

Il potere della pubblicità

Vi è mai capitato di ritrovarvi con qualcosa nel carrello senza sapere bene perché?

A me è successo con la mortadella. Non la mangio da anni, da quando sono diventata vegetariana. Eppure, qualche settimana fa, dopo aver visto sul web una pubblicità della Mortadella Bologna, mi sono sorpresa a comprarla. Non per me, ma per mia figlia, che l'ha divorata felice. Io, invece, mi sono fermata a pensare: com'è possibile che un semplice annuncio sia riuscito a riattivare in pochi secondi ricordi, emozioni e nostalgie così radicate? Non era solo una fetta di mortadella: era il sapore delle merende a casa di mia nonna, il profumo del forno sotto casa, un frammento d'Italia che mi è tornato in mente, forse anche perché vivo lontano.

La pubblicità ha questo potere: non si limita a presentare un prodotto, ma riesce a intrecciare consumo e identità, desideri e memoria. Basta uno spot ben fatto e ci ritroviamo a rivivere un pezzo di passato o a immaginare un futuro diverso. Pensiamo alle campagne della Mulino Bianco, con famiglie perfette e cucine immerse nella luce del mattino: non vendono solo biscotti o fette biscottate, ma un'idea precisa di calore, casa e appartenenza. E funzionano perché parlano a corde profonde, comuni a milioni di persone.

Lavoro nella pubblicità da più di 20 anni e posso dire di aver visto questo settore trasformarsi sotto i miei occhi. Dai primi banner lampeggianti che interrompevano la lettura e davano un gran fastidio, siamo arrivati a un sistema sofisticato, dove i nostri dati, l'Intelligenza Artificiale (AI) e la psicologia comportamentale si intrecciano per prevedere e indirizzare i nostri desideri. Non più spot uguali per tutti, ma messaggi personalizzati che cambiano al millisecondo, calibrati su chi siamo, su quello che facciamo e perfino su ciò che potremmo voler fare domani.

Io la chiamo l'economia della persuasione: un ecosistema che non si limita a promuovere prodotti, ma che plasma i nostri

immaginari, condiziona le nostre scelte e, in ultima analisi, modella la società. Da professionista che ha contribuito a costruire questo sistema, non posso che guardarlo con un misto di ammirazione e preoccupazione. Perché la stessa intelligenza con cui sappiamo creare messaggi efficaci può anche essere usata per manipolare, per alimentare dipendenze, per monetizzare ogni frammento della nostra attenzione. Ecco perché ho scritto questo libro e considero queste pagine un manuale e un invito all'azione. Un invito a guardare con maggiore consapevolezza ciò che scorre davanti ai nostri occhi ogni giorno.

Le informazioni online non sono mai neutre: sono filtrate da logiche precise, costruite per monetizzare i nostri comportamenti, i nostri gusti, perfino le nostre emozioni. Riconoscerlo è il primo passo per non lasciarci influenzare.

Questo libro non vuole insegnare a demonizzare la pubblicità. L'intento è quello di portarvi dietro le quinte di un sistema che ci riguarda tutti, per capire come funziona e quale impatto ha sulle nostre vite. Spero che, leggendo queste pagine, impariate a riconoscere i meccanismi nascosti dietro gli annunci, a smascherarne le strategie e, soprattutto, a scegliere con più consapevolezza.

Perché alla fine, che si tratti di una mortadella comprata per nostalgia, di un biscotto che profuma di casa o di un'offerta online che appare proprio quando ne abbiamo bisogno, la domanda resta la stessa: ho scelto io, oppure il sistema ha scelto per me?

Alessandra Di Lorenzo



Se sei interessato
a proseguire la lettura...

ACQUISTA IL LIBRO SU
www.este.it

OPPURE SCRIVI A
daniela.bobbiese@este.it