

# Esercizio 1 - Relativita' pubblicita' su social

Tommaso Amadori

Marzo 2022

## 1 Titolo

Analisi della relativita' della pubblicita' all'interno di Instagram

## 2 Scopo

L'obiettivo di questo esercizio e' dimostrare come gli utenti vengano profilati sui social e di come vengano dirottate le pubblicita'. Nello specifico in questo esercizio si mostrera' di come ricerche fatte sul social Instagram, influenzino i contenuti pubblicitari mostrati sul medesimo social.

## 3 Per chi?

Per tutti. E' necessario essere in possesso di un account Instagram.

## 4 Livelli arcobaleno

L1

## 5 Tag + keyword

Relativita' livello servizi

## 6 Difficolta'

Facile

## 7 Strumenti (necessari), s.o., pacchetti/app

Browser/app instagram Essere registrati su Instagram

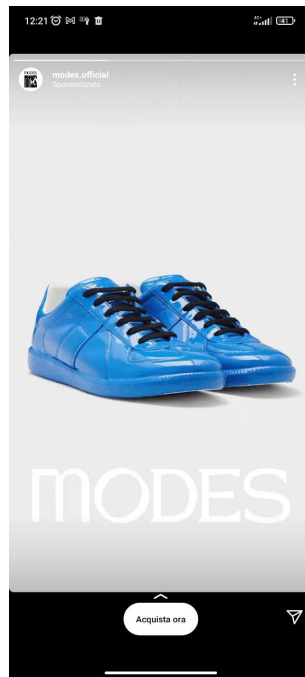


Figure 1: Pubblicità nelle storie di Instagram di utenti che effettuano ricerche di scarpe

## 8 Costi

Gratuito

## 9 Istruzioni dettagliate

1. Aprire applicazione Instagram/pagina web di Instagram
2. Accedere mediante le proprie credenziali
3. Effettuare diverse ricerche di nostro interesse
4. Scorrere le storie e/o i post della home e vedere come le tematiche delle ricerche fatte precedentemente siano mostrate nelle pubblicità

In figura 1 è rappresentata una pubblicità nelle storie di Instagram di un utente che effettua diverse ricerche relative a scarpe. In figura 2 e 3 sono invece mostrate due inserzioni pubblicitarie nelle storie di Instagram di un utente appassionato di programmazione.

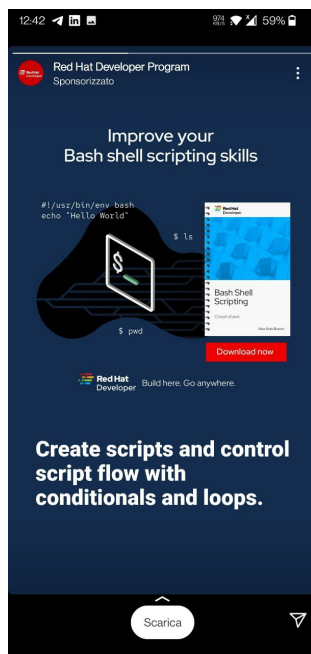


Figure 2: Pubblicità di corsi di programmazione



Figure 3: Pubblicità di corsi di programmazione

## **10 Risultati attesi**

Alla fine di questo esercizio, in un tempo più o meno breve, vedremo comparire nelle inserzioni pubblicitarie, tutte pubblicità relative alle ricerche fatte precedentemente.

## **11 Obiettivi “formativi”**

Il nostro obiettivo consiste nel dimostrare come, tutta la stragrande maggioranza delle ricerche effettuate venga profilata e utilizzata per mostrare, all’interno dei siti web o app (in questo specifico caso Instagram), la pubblicità mirata ai nostri interessi.

In questo esercizio è quindi possibile notare come Instagram, a due diversi utenti, mostri pubblicità differenti.

## **12 Autore**

Amadori Tommaso

## **13 Licenza (libera, compatibile con GNU/GPL o CC)**

Libera