

Trasparenza e fairness nel mercato dell’influenza digitale: prospettive filosofico-giuridiche

Trieste, 24 settembre 2025



PROGRAMMA

Mercoledì 24 SETTEMBRE

Aula Bachelet (Edificio centrale - 1° piano)
Piazzale Europa 1

15.00
Paolo Labinaz, Nicola Muffato
Saluti e introduzione

15.15
Giovanni Ratti (Università degli Studi di Genova)
Vendere illusioni: un’analisi critica della pubblicità commerciale e della propaganda

16.00
Giulia Anselmo (Università di Roma LUMSA)
La fragilità della fiducia: riflessioni su fairness e vulnerabilità del consumatore nel caso Ferragni-Balocco

16.45
Coffee Break

17.00
Alessio Sardo e Angelika Kaczmarek (Università degli Studi di Genova)
Affective Framing in Green and Mortgage Loans Offers: LDA Topic Modeling, Sentiment Analysis and Emotion Lexicons Analysis

17.45
Silvia Zorzetto (Università degli Studi di Milano)
Dark Patterns: nuove e vecchie tecniche di normazione

