

UNIVERSITÀ

Uno studio: troppi spot sul web

La pubblicità su Internet è troppa, invadente e ostacola la navigazione sul web. È questa l'opinione diffusa tra gli internauti che hanno partecipato alla ricerca-pilota condotta on-line da Adlab@go, il Laboratorio di ricerca e pratica pubblicitaria dell'Università di Udine a Gorizia, su un campione di 244 utenti Internet in maggioranza residenti nel Nord-Est. La ricerca ha rilevato che i principali ostacoli all'efficacia persuasiva della pubblicità nei siti "Social Network", come ad esempio YouTube, MySpace o Flickr, potrebbero nascere proprio dall'eccessiva quantità di pubblicità, dalla sua invadenza e dal rischio percepito di violazione della privacy. Finanziata dall'Università di Udine, la ricerca è stata svolta tra aprile e giugno con metodo Cawi (Computer

aided web interview), ovvero questionario "soministrato" via computer, ed è stata coordinata da Giovanni Lunghi, docente di Economia delle aziende pubblicitarie e responsabile di Adlab@go, con la supervisione scientifica di Luca Brusati del dipartimento di Finanza dell'impresa e dei mercati finanziari.

«Sebbene il campione abbia manifestato valenze tendenzialmente positive nei confronti della comunicazione commerciale sia in termini informativi sia di intrattenimento – evidenzia Lunghi –, tuttavia gli indici sviluppati per misurare l'accettabilità della pubblicità in generale su internet e, specificamente, negli spazi personali dei Social Network, hanno rilevato una tendenza verso valori negativi».