

Incontro sulla comunicazione

In programma oggi a palazzo Alvarez su iniziativa dell'Università

Un confronto sulle nuove opportunità che la televisione on line mette a disposizione di esperti di comunicazione, creativi, ricercatori, manager e imprenditori. L'occasione è offerta dall'incontro in programma oggi, alle 16, a palazzo Alvarez, sede del Centro polifunzionale dell'Università di Udine a Gorizia. Interverranno Giampaolo Colletti, internal communication & business-brand Tv manager dell'azienda Technogym (<http://www.wellnesstv.tv>) e co-founder dell'osservatorio sulla Business Tv dell'Università Bocconi (<http://www.teledipendente.tv/network>), Francesco Vanin, esperto di economia del-

l'industria digitale ed editore di PnBox.tv (<http://www.pnbox.tv>), innovativo esempio di web televisione costruita con il contributo degli "internet-spettatori", e Miriam Giordano, ideatrice del concorso Prove libere di video-curriculum (<http://www.video-curriculum.tv>), aperto a laureati e laureandi delle università di tutta Italia. L'incontro si inserisce nel quadro delle attività promosse dal Laboratorio di ricerca economica e manageriale (Larem) dell'Università di Udine ed è organizzato da Gabriele Qualizza, docente di Economia e gestione della marca nel corso di Relazioni pubbliche.

«Il tema è di stringente attualità – spiega Qualizza –. Da Diesel a Nike, da Pirelli a Vodafone, da Land Rover a Technogym, da Qoob a SnackTv: in una logica di short time entertainment, la creatività corre sul filo della banda larga. E il drastico calo dei costi facilita l'accesso alla tv digitale da parte di nuovi soggetti: è il caso di SciVee, prima piattaforma on line per la condivisione di esperienze scientifiche. Grazie ai format multimediali e interattivi della nuove Net & Brand Tv, marche, istituzioni e imprese si impegnano a dialogare direttamente con i propri clienti, senza tante mediazioni. Spesso coinvolgen-

doli nella creazione di contenuti e di servizi. Fondamentale è l'assunto su cui si reggono queste esperienze: chi crea è anche chi fruisce e chi fruisce è anche chi crea».

L'obiettivo è raccogliere la sfida lanciata dalla nuova fase del web, sviluppando i modelli d'interazione caratteristici dell'advertising e del digital storytelling e trasformando la televisione in un vero e proprio "teatro dell'esperienza", ove il fruitore è posto al centro del processo comunicativo.

«Non più spettatore passivo – prosegue Qualizza –, ma attivo co-autore di percorsi e di "sceneggiature" dal finale aperto,

Si parlerà di nuovi scenari net tv e branding on-line

non prestabilito. Il risultato è in ogni caso un palinsesto personalizzato, che si propone di intercettare e accogliere le forme più avanzate di prosuming. Si inaugura in questo modo una dinamica comunicativa fondata sul coinvolgimento e non più sulla trasmissione unilaterale del messaggio. È una provocazione. È un invito a superare le logiche tradizionali del branding: invece di persuadere all'acquisto, le imprese "frequentano" i consumatori, si inseriscono nel flusso continuo degli eventi, guadagnano una maggiore prossimità ai luoghi in cui si elaborano gli stili di vita, valorizzando segni d'identificazione, storie ed emozioni comuni».

L'incontro si terrà nella sede goriziana dell'ateneo

