

RICERCA E MEDIA NELLA SOCIETÀ DELLA CONOSCENZA

storia di un dialogo ‘impossibile’ e
irrinunciabile

1-QUESTIONI E
CONTRADDIZIONI

2-ISTRUZIONI PER L'USO

3-DISCUSSIONE

Conflitti ed Esperienze

portavoce, giornalista, consulente d'impresa

verità, falsità, mezze verità
nelle pieghe della 'complessità'

Giugno 1989: un problema di quantità

Giugno 1999: un problema di quantità e qualità

Giugno 2009: un problema di qualità

Perché non è più un problema di quantità?

Un vecchio approccio marketing

calano iscrizioni
cala l'interesse della gente
cala l'attenzione della politica
calano gli investimenti editoriali

Perché è un problema di qualità?

Una nota distintiva e autorevole
per uscire dalla cacofonia di piazza
(scelta strategica)

- A) Applicazioni: utilità della ricerca inutile
- B) Business (e Broker)
- C) Costanza e Credibilità
- D) Dialogo tra discipline
- E) Equilibrio
- F) Fuori dai tecnicismi
- G) Giovani
- H) Human Histories
- I) Independent agencies

per fare
BUSINESS
serve un broker

Comunicare per conoscere
Conoscere per allearsi
Allearsi per competere

ricercatore comunicatore: uno skill per il futuro

un valore aggiunto alla
comunicazione scientifica

Dire l'essenziale rinunciando a dire tutto

NB:

scarso tempo, massimo tempismo

60 battute per 25 righe

5 w : who, what, where, when, why

gergo e sigle

autorevoli, non autoritari

la china scivolosa dello yes man