

WIRED
TRENDS 2019

Media

Milano, 12 Dicembre 2018

Wired Trends 2019 Media: A confronto con i professionisti del mondo della comunicazione

Un'esperienza molto variegata quella di oggi al **Luiss Hub for makers and students** di Milano. Dopo la presentazione iniziale di **Federico Ferrazza**, Direttore di Wired e **Nicola Neri**, Ceo di Ipsos, si è andati subito al cuore dei temi più sentiti del momento, in ambito di comunicazione. Partendo dalla problematica delle **Fake News**, evidenziata proprio da Nicola Neri con spirito critico, si percorre un filo logico comune, arrivando alla **comunicazione politica**, approfondita da **Luca Comodo**. Distacco dai media e semplificazione del linguaggio, diventano allora un innesco che sfocia nell'intervento di **Nora Schmitz**, Business Unit Director di Ipsos. Nora mi colpisce, mostrando dati e statistiche, che mostrano come l'informazione odierna, venga fruita molto superficialmente, allargando sempre di più il **divario fonte-notizia**.



Ma non si parla solo di informazione in sé, ma anche di informazione strategica e mirata. **Marco Magnaghi**, Chief Digital Officer di Wavemaker Italy, contribuisce alla discussione, fornendo il suo sapere in ambito di **intelligenza artificiale e marketing predittivo**, che molto probabilmente ci porterà nell'era dell'Internet of Things. Ha catturato il mio interesse, il suo modo di descrivere un futuro in cui il ruolo dei dispositivi nell'advertising sarà sempre meno rilevante, lasciando spazio ad una interazione quotidiana e diretta brand-cliente.

Ed è proprio questa interazione fluida con il digitale, a diventare oggetto delle parole di **Fausto Colombo**, docente di Teoria e tecniche dei media all'università Cattolica di Milano. Parole forti, ma di una certa incisività, una chiamata ad una **maggiore responsabilità** sull'uso di questo potente mezzo, in vista di un progresso equilibrato.

A questo punto, e non lo nascondo, sono rimasto davvero appassionato dal discorso di **Vera Gheno**, sociolinguista e Twitter manager per l'Accademia della Crusca. L'**equilibrio** descritto con grinta e passione da Vera, è quello delle parole, del lessico, di quella **buona educazione** che dovremmo coltivare con le persone che ci circondano quotidianamente. Un modo di esporre coinvolgente che ha lasciato impressa in me la sua dichiarazione: "Prima di blastare qualcuno, chiediamoci se ci si stia sforzando di comunicare nel modo migliore possibile".

Continuando il dibattito, l'intervento di un volto familiare a noi studenti del Master, come quello di **Alessandro Cederle**, direttore Divisione media monitoring e analisi presso L'Eco della stampa, fornisce un importante punto di vista che getta luce sul **lato più tecnico della comunicazione**, dove il mercato del lavoro fatica a trovare e coltivare talenti con mirate **competenze informatiche**. Da laureato in Comunicazione Digitale, mi sono trovato molto d'accordo, e ho provato anche un po' di empatia per quanto espresso da Alessandro. L'informatica è davvero un mondo sconfinato.



Infine, ma non meno importante si è parlato di una importante novità che si rivelerà una scommessa degna di nota nel settore dei media - **Open**. **Massimo Corcione**, direttore di Open, getta luce sul progetto e sul suo essere **innovativo** e rivolto a coloro che non hanno più fiducia nel giornalismo. Di questo particolare intervento, avrei gradito una più ampia digressione, ma il tempo vola e vista la densità e quantità di argomenti trattati, non credo si potesse chiedere di più.



Come studenti del Master, siamo rimasti piacevolmente soddisfatti da **Wired Trends 2019 Media**. Ciò non solo grazie all'apporto dato dagli ospiti, ma anche grazie al flusso di idee comuni, che come in lunga catena, si sono avvicendate l'una all'altra, dando una stimolante visione di insieme su quel mondo grande e complesso in cui viviamo oggi.

Daniele Lombardo

Immagini a cura di Daniele Lombardo

Master Media Relation e Comunicazione d'Impresa 2018/19

Seguici anche su:  <https://www.facebook.com/MediaRelation2018/>