



Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

Facoltà di Economia

Area Comunicazione, Stampa, Orientamento

Da UFFICIO STAMPA

Facoltà di Economia

Tel. 06/7259.5510 – 5522; Fax 06/7259.5504

e-mail : mari@economia.uniroma2.it

COMUNICATO STAMPA

HIGH TECH HIGH TOUCH La comunicazione oggi tra reale e virtuale

*Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" Facoltà di Economia
Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media*

*In collaborazione con ENEL
Con il patrocinio di FERPI*

Una giornata dedicata al tema della comunicazione intesa non solo come processo sociale ma soprattutto come espressione della moderna cultura industriale. La comunicazione, oltre a rappresentare un atto di partecipazione tra individui diversi, costituisce innegabilmente una leva strategica in termini di sviluppo aziendale. Di questo si è dibattuto nel corso del convegno dal titolo "**High Tech High Touch: la comunicazione oggi tra reale e virtuale**", tenutosi lo scorso 13 dicembre presso il Centro Congressi Enel di Roma.

L'iniziativa - promossa dal **Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media della Facoltà di Economia dell'Università di Roma "Tor Vergata"** in collaborazione con **Enel** e sotto il patrocinio di **Ferpi** – è stata occasione per far luce sul percorso evolutivo che negli ultimi anni ha segnato il campo della comunicazione, attraverso l'analisi di applicazioni, metodologie e strumenti forieri di un'autentica rivoluzione tecnologica.

Da tempo l'attenzione degli esperti si è focalizzata sulle opportunità offerte dalle nuove tecnologie (**high tech**). L'avvento di *Internet* e delle telecomunicazioni mobili su scala internazionale, con la loro forza liberalizzatrice, ha infatti aperto nuovi scenari troppo spesso oggetto di facili entusiasmi o di esasperati scetticismi. La diffusione di esperienze legate alle *community*, alla *pro-sumership*, all'*e-commerce*, confermano queste attenzioni connesse ai concetti del *marketing* relazionale, proponendosi una forte convergenza tra *marketing* e comunicazione, presenti nel passato ma oggi certamente rafforzate.



Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”

Facoltà di Economia

Area Comunicazione, Stampa, Orientamento

L'avvento di tali potenzialità tecnologiche, se da un lato determina una possibile **individualizzazione** e **spersonalizzazione** del contatto, per taluni aspetti finisce con il sacrificare i complessi processi di socializzazione e le capacità del singolo di relazionarsi con gli altri (**high touch**). Non è certo un caso, quindi, se il **concetto di high tech - high touch**, elaborato nel 1982 dal celebre futurologo John Naisbitt nel suo *bestseller* “Megatrends”, torni prepotentemente di attualità.

Significative esperienze sul campo dimostrano che strategie comunicative basate sulle relazioni interpersonali risultano oggi vincenti. Si fa riferimento in particolare all'affermazione degli eventi, alla riscoperta di fiere e mostre, e in misura crescente alle pubbliche relazioni espresse in modo evoluto ma sempre centrate sul contatto e sul confronto. **L'integrazione fra le due dimensioni, tecnologica (tech) e umana (touch)**, costituisce per la comunicazione una sfida che implica un necessario allargamento delle competenze fra i professionisti.

Il convegno si è rivelato quindi un'opportunità per riflettere, grazie a testimonianze d'eccellenza, sull'evoluzione della comunicazione tra reale e virtuale, valutando opportunità e cambiamenti che tale fenomeno può comportare in una pluralità di settori: dal *marketing* al *management*, dalle imprese fino al mondo delle istituzioni.

All'evento hanno partecipato: **Luigi Paganetto**, Presidente Centro Studi Economici CEIS-Tor Vergata e Direttore Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media, Università di Roma “Tor Vergata”; **Sergio Cherubini**, Professore ordinario di Marketing e Vice Direttore Master, Università di Roma “Tor Vergata”; **Gianluca Nicoletti**, Mass-mediologo, Ideatore e Curatore di Melog, RADIO24; **Alessio Zagaglia**, Direttore Public & Economic Affairs ERICSSON; **Claudio Cappon**, Direttore generale RAI; **Bruno Cerboni**, Amministratore delegato VIP-Second Life; **Mons. Marco Frisina**, Maestro Direttore della CAPPELLA MUSICALE LATERANENSE e Autore dell'Opera musicale “La Divina Commedia. L'Opera”.

Roma, 18 dicembre 2007

Per maggiori informazioni :

UFFICIO STAMPA

Responsabile: Dott.ssa SIMONETTA PATTUGLIA

Collaborazione: Dott. DAMIANO MARI

Tel. 06/7259.5510 – 5522; Fax 06/7259.5504; Cell. 329.2608057

e-mail : pattuglia@economia.uniroma2.it