

Comunicazione e paradigmi del futuro

Emergono nuovi paradigmi che combinati con le qualità dell'umano, potrebbero alimentare soluzioni etiche per società (intese sia come comunità civili che come organizzazioni aziendali) più felici e più attrezzate per affrontare il futuro, con in mente l'importanza di osservare e comprendere le generazioni più giovani, Gen Z e Millennials. Nella prima giornata presenteremo tre paradigmi (Smart & Sustainable, Serve & Share e Trust & Truth) e le nove tendenze che orienteranno la comunicazione del prossimo futuro. Una delle grandi risposte al fenomeno dell'attenzione parziale continua, risiede infatti nella capacità di presidiare il mercato dell'attenzione. Possiamo definirlo il mestiere rigenerato dell'opinion leadership attraverso l'aura del carisma e della credibilità, che deve affrontare la grande sfida dell'*ultra*: cioè di andare oltre, al di là di ciò che viene normalmente accettata come tecnica di comunicazione. La definizione *ultra* nel Nuovo Treccani infatti recita: *oltre, al di là, superiore al normale*. La pandemia ha dimostrato che da questa sfida non ci si potrà sottrarre.