



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

SEMINARIO

“Tra Selfie e PhD: cosa cambia nell’era della comunicazione digitale”

9h00 *Registrazione*

9h15 *F. Mangiapane, Semiologo*

La verità e la rete. Il discorso scientifico di fronte alla sfida multinaturale

11h00 *M. Carta, Presidente della Scuola Politecnica dell’Università di Palermo*

Saluto ed introduzione

11h00 *G. Tagliavia, Presidente ed Amministratore Delegato di Rai Com*

Tra Selfie e PhD: cosa cambia nell’era della comunicazione digitale

12h30

G. Marrone, Professore Ordinario di Semiotica presso l’Università di Palermo

M. Carta, Professore Ordinario di Urbanistica e Pianificazione territoriale presso l’Università di Palermo

G. Tagliavia, Presidente ed Amministratore Delegato di Rai Com

Tavola rotonda e dibattito

13h30 *E. Riva Sanseverino, Delegato alla Carta Europea dei ricercatori e codice di condotta per la loro assunzione*

Chiusura dei lavori

Abstract

Il quattordicesimo rapporto ISTAT sulla comunicazione indica due profonde trasformazioni legate alla continua evoluzione del mondo dei Media.

La prima, più evidente, è il progressivo mutamento delle abitudini di consumo: la televisione rimane centrale, la carta stampata è in forte sofferenza e i Media digitali si diffondono sempre di più; la seconda più profonda, riguarda l’effetto della rivoluzione digitale sull’immaginario collettivo degli Italiani: i valori, le icone, i miti della contemporaneità.

Ai valori tradizionali (il posto fisso, la casa di proprietà, il titolo di studio) si sovrappongono nuovi valori, per certi versi sorprendenti: i social network, lo smartphone, la cura del corpo.

Sembrerebbe che i social network siano ormai tanto pervasivi da sovrapporsi alle nostre vite reali, modificando profondamente il modo con cui costruiamo la nostra identità e la nostra immagine.

In uno scenario così complesso, la verità scientifica, l’autorevolezza, la competenza sono spesso sotto pressione e diventa quindi utile non solo rivedere i tradizionali meccanismi di comunicazione della conoscenza e le forme attraverso cui si costruiscono credibilità e autorevolezza, ma anche interrogarsi sulle opportunità che il nuovo mondo digitale offre.

Relatore Gian Paolo Tagliavia

Laureato in Economia, nel 1995 è in Publitalia ’80 dove inizia il proprio percorso professionale come assistente del direttore Commerciale della Lombardia. Nel 1999 è chiamato da MTV Pubblicità in qualità di Account Director e gli viene affidata la responsabilità della creazione e dello sviluppo della linea vendite. Nel 2001 entra in MTV Italia come Head of Interactive, con la responsabilità dei contenuti, del prodotto e delle vendite di pubblicità digitale del Dipartimento Digitale. Nel 2004 è a La7 come Head of Digital, occupandosi della creazione e dello sviluppo del Dipartimento Digitale. Nel 2006 è Senior Vice President Piattaforme Digitali in Telecom Italia Media e responsabile delle attività digitali di La7, MTV e delle



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

piattaforme pay di Telecom Italia: LA7 Cartapiù sul digitale terrestre e RossoAlice su IPTV. Nel 2008 diventa Amministratore Delegato di MTV Italia e Presidente di MTV Pubblicità, sviluppando le attività di MTV, Nickelodeon e Comedy Central in Italia. Nel 2013 è CEO per IPG Mediabrands e Presidente di IPG Mediabrands Spagna. Entra in Rai nel 2015 alle dirette dipendenze del Direttore Generale con l'incarico di definire la strategia per l'offerta digitale della Rai. Nel 2016 assume il ruolo di Chief Digital Officer. Da marzo dello stesso anno è Presidente ed Amministratore Delegato di Rai Com. È inoltre membro del Consiglio di Amministrazione Auditel Srl. Nell'aprile 2017 è nominato Consigliere di Amministrazione di Rai Way S.p.A.