

Sulla Necessità di allargare il Piano dei Media

Abstract

Per *InnOvare* è necessario cambiare approccio, operare una sorta di re-engineering del conosciuto, della conoscenza e di come comunicarla, ovvero fare tabula rasa e avere il coraggio di partire da zero.

E' la Conoscenza che ha delineato i tratti della Società che viviamo, con tutti i problemi che l'attuale situazione ci mostra quotidianamente (sintetizzando, instabilità sociale diffusa) e, la prima domanda che dovremmo porci è se vogliamo utilizzare gli strumenti a disposizione (molti e potenti) per adeguare e adeguarci all'esistente e alle sue tendenze o per cambiare l'esistente, adeguandolo a necessità ben più reali e vicine alla gente.

La risposta è semplice. Se *InnOvation* deve/vuole adeguare la gente all'attuale situazione, ha poco su cui intervenire perchè le attuali campagne informative e la direzione presa dalla Formazione vanno già perfettamente (o quasi) verso questo obiettivo.

Le cose cambiano se *InnOvation* deve mediare fra l'attuale corso e la gente, dunque essere *un mass media* ante litteram che, vista la disponibilità tecnologica, punti non solo al *social networking* ma ad un ben più interessante, impegnativo, importante e concreto **social broadcasting**.

Da qui la necessità di partire da TV e Web, predisponendo il progetto per utilizzare tutti i Media, laddove la TV rappresenta il canale meno accessibile alla gente (vive di falsa interattività), e il Web il canale più accessibile, ma in mezzo esistono la Radio, la Carta stampata e i centri di aggregazione artificiali (associazionismo culturale e sportivo, Scuola/Università, etc.) e naturali (bar, circoli, pub, piazze e strade, etc.). Dunque, partire dagli estremi per comprendere il tutto, agire sul e con il singolo media ma avendo sempre la visuale a 360 gradi in previsione di un allargamento futuro.

