

**Giovedì 9 marzo 2017, alle ore 18, presso la Società Dante Alighieri
(Roma, P.zza di Firenze 27)**

Bruno Ballardini - Saggista, esperto di comunicazione strategica

Paolo Conti - Editorialista del Corriere della Sera

Derrick de Kerckhove - Direttore scientifico di Media2000 e dell'Osservatorio
TuttiMedia

Sabrina Florio - Presidente Anima per il sociale nei valori d'impresa

Domenico De Masi - Professore emerito di Sociologia del Lavoro presso
l'Università "La Sapienza" di Roma

Paolo Peluffo - Vice Presidente Società Dante Alighieri

discutono con

Alberto Contri

sul suo nuovo libro

McLuhan non abita più qui?

**I nuovi scenari della comunicazione nell'era della costante attenzione
parziale**

Prefazione di Derrick de Kerckhove

Con un'intervista a cura di Annamaria Barbato Ricci



Bollati Boringhieri



Alberto Contri

McLuhan non abita più qui?

I nuovi scenari della comunicazione
nell'era della costante attenzione parziale

Intervengono con l'autore

**Bruno Ballardini, Paolo Conti, Derrick de Kerckhove,
Domenico De Masi, Sabrina Florio, Paolo Peluffo**

Giovedì 9 marzo 2017 - ore 18

Galleria del Primiticcio - Palazzo Firenze - Società Dante Alighieri
Piazza Firenze, 27 - 00186 Roma

Informazioni: Ufficio stampa Bollati Boringhieri - www.bollatiboringhieri.it
Tel. 011.5591723 - elena.cassarotto@bollatiboringhieri.it
Tel. 011.5591713 - francesca.coraglia@bollatiboringhieri.it

«Un libro enciclopedico, c'è tutto: c'è la vita, la lealtà giusta e bella e quindi verità e quindi c'è la filosofia, c'è tutto. 320 pagine di testo dove si sollecita almeno un'idea nuova ogni dieci. Inciterò i miei studenti a leggerlo».

Edoardo Fleischner, Docente di scrittura crossmediale all'Università Statale di Milano

«Un libro di grande ecologia della rete, di grande ecologia della comunicazione, di grande rispetto per coloro che devono essere protagonisti e non schiacciati in una sorta di condizione minore».

Ferruccio De Bortoli, Editorialista del Corriere della Sera e Presidente della Longanesi

«Questo libro ci insegna che navigare in mezzo alle parole tecniche traducendole in parole comprensibili è un esercizio fondamentale. Senza dimenticare che la riduzione al semplice deve evitare la riduzione al banale».

Antonio Calabrò, Vicepresidente Assolombarda e Direttore della Fondazione Pirelli

«Uno dei punti di forza del libro è l'esperienza diretta dei media che Alberto Contri ci racconta. Questo aspetto rappresenta il terzo spazio in cui oggi viviamo, ovvero quello digitale, dopo quello fisico e mentale. Inoltre, Alberto Contri si rivolge con passione al cittadino che dorme (purtroppo) in ciascuno di noi».

**Derrick De Kerchove, Direttore scientifico di media2000 e dell'Osservatorio
Tuttimedia**

«Questo libro è come una bottiglia di vino: ha un ritmo completamente diverso, ti impone uno stop, ti obbliga a fermarti, a metabolizzare i passaggi cruciali della nostra professione».

**Vicky Gitto, Group Executive Creative Director Young and Rubicam Brands -
presidente Art Director's Club Italia**

Il Web ha fatto irruzione nella nostra vita con gli effetti di un Big Bang, riconfigurando il nostro modo di informarci, divertirci, consumare, entrare in relazione con il prossimo, ed esponendoci a una connessione permanente così onnipervasiva da non fare sembrare azzardato parlare di una «mutazione antropologica» in atto. Di fronte a un paesaggio quasi irriconoscibile, comprendere la vera natura del cambiamento e imparare a orientarsi di nuovo non è impresa facile per nessuno, neppure per i più vigili teorici dei media e i più smaliziati strateghi della pubblicità. Ci riesce pienamente Alberto Contri, che grazie a un'esperienza pluridecennale ha acquisito una cultura di comunicazione fuori dal comune, si è addestrato nell'arte di cogliere subito i segnali deboli, prima che raggiungano il frastuono, e ha saputo governare da protagonista l'innovazione nel transito da un'era all'altra. Le sue molteplici focali di pubblicitario, manager e docente si concentrano sui new media per aggiornare la celeberrima massima di Marshall McLuhan «il medium è il messaggio», formulata mezzo secolo fa, nel periodo aureo della comunicazione «da uno a tutti». Adesso, quando a trionfare sono interattività e viralità, il vettore va «da tutti a tutti», e «la gente è il messaggio». Uno spostamento di paradigma di cui Contri accetta le sfide dirompenti – l'eclissi del generalismo, che impone logiche diverse, sia televisive sia pubblicitarie, e insieme riattualizza i valori intangibili della creatività e del progetto integrato, archiviati troppo in fretta –, ma di cui segnala anche gli aspetti entropici e i fattori critici, dal tempo «uscito dai cardini» alle patologie da ipervirtualità, prima tra tutte quella costante attenzione parziale che con il *multitasking* ci sovraccarica di prestazioni neuronali e finisce per destrutturare il nostro pensiero. Oltre all'avanzatissimo giro d'orizzonte dei chiaroscuri nei regimi comunicativi di oggi, corredato da un prezioso *Glossario della pubblicità interattiva*, nel saggio di Contri trova spazio qualcosa che ricorda i campionari delle antiche botteghe artigianali: i migliori esempi di campagne pubblicitarie, commerciali e sociali, visualizzabili attraverso i codici QR. Un libro da guardare, non solo da leggere.

Alberto Contri, copywriter, direttore creativo e managing director presso multinazionali della comunicazione come la McCann Erickson, l'unico italiano che sia stato mai cooptato nel board della European Association of Advertising

Agencies, è stato presidente dell'Associazione Italiana Agenzie di Pubblicità (1993-98), consigliere della RAI (1998-2002), amministratore delegato e direttore editoriale di RAINet (2003-08) e presidente e direttore generale della Lombardia Film Commission (2009-15). Presiede da diciassette anni Pubblicità Progresso, trasformata in Fondazione nel 2004. Ha insegnato Comunicazione sociale presso l'Università La Sapienza di Roma e l'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano. Attualmente insegna la stessa disciplina presso la IULM di Milano, che nel 2010 lo ha insignito della laurea honoris causa in Relazioni pubbliche delle imprese e delle istituzioni.

CASE HISTORY VIDEO, RECENSIONI E APPROFONDIMENTI SU: www.albertocontri.it