

LA BUONA REPUTAZIONE COME ACCELERATORE DI BUSINESS NELLE RELAZIONI BILATERALI ITALIA/ALBANIA – Tirana, 16 marzo 2023 h. 16.00 – 19.00

Secondo una recente indagine di Weber Shandwick dal titolo 'The State of Corporate Reputation', il 63% del valore di mercato di un'azienda è attribuibile alla reputazione, e la reputazione si costruisce – anche – mediante una comunicazione efficace: costruire buona reputazione può quindi dare un tangibile contributo al rafforzamento delle relazioni bilaterali tra due Paesi strettamente e proficuamente legati quali sono l'Italia e l'Albania. Se ne discuterà in un evento di alto profilo, organizzato dall'Ambasciata d'Italia a Tirana, presso l'Università Cattolica della Signora del Buon Consiglio di Tirana.

**Sei Nazioni: torneo
sostenibile, Fir prima ad
essere certificata**



C'è una serie di iniziative in occasione di Italia-Irlanda

Il caso di Fishball: quando l'amore finisce in dramma pubblico



Una vicenda molto intensa ha recentemente coinvolto la cantante e influencer Fishball ha catturato l'attenzione dei media e del pubblico, sollevando interrogativi sulla vulnerabilità delle figure pubbliche e sui pericoli nascosti delle relazioni personali nel mondo dell'intrattenimento. Fishball ha recentemente denunciato pubblicamente il comportamento del suo ex compagno, Jimmy, rivelando una serie di fatti sconvolgenti e il dramma personale che ha vissuto.

La storia ha avuto inizio con l'annuncio da parte di Fishball della sua gravidanza e della decisione di abortire, dopo essere stata abbandonata da Jimmy. La cantante ha usato i suoi canali social per esprimere il suo dolore e la sua delusione, raccontando che Jimmy, oltre a lasciarla nel momento più delicato della sua vita, avrebbe anche commesso atti disonesti nei suoi confronti, tra cui il furto di denaro. Il racconto di Fishball ha suscitato un'ondata di solidarietà da parte dei suoi follower e ha portato alla luce alcune realtà inquietanti sulla dinamica della loro relazione.

Questo dramma personale non è solo una questione di cuore spezzato, ma anche un esempio di come anche i personaggi pubblici e gli influencer possano essere vittime di inganni e manipolazioni da parte di persone meno conosciute. La vulnerabilità delle figure pubbliche, nonostante la loro apparente forza e notorietà, è spesso sottovalutata. La notorietà può attirare individui con intenzioni poco sincere che cercano di approfittare della visibilità o delle risorse del personaggio pubblico.

Le relazioni tra persone di diverso status sociale e di fama possono essere particolarmente complesse. I personaggi pubblici sono frequentemente esposti a rischi elevati, poiché la loro visibilità può attirare persone interessate non solo alla loro compagnia, ma anche ai benefici economici e sociali che essa può comportare. Nel caso di Fishball, la situazione è stata ulteriormente aggravata dalla natura pubblica della sua denuncia, che ha messo in luce non solo i problemi della sua relazione, ma anche le sfide legate alla gestione delle questioni personali sotto i riflettori.

La frequenza con cui personaggi pubblici vengono adescati da individui meno popolari è un fenomeno documentato, che riflette le complessità delle relazioni moderne in un contesto mediatico. La fama può fungere da attrattiva per persone con intenzioni poco genuine, che potrebbero vedere nella relazione un'opportunità per guadagnare visibilità o denaro. Questo scenario porta a una riflessione più ampia su come le dinamiche di potere e visibilità influenzino le interazioni personali e i comportamenti.

Il caso di Fishball mette in evidenza la necessità di maggiore consapevolezza e cautela nel gestire le relazioni personali, specialmente per chi vive sotto i riflettori. Le esperienze dolorose, come quella vissuta dall'influencer, servono da monito su quanto sia importante riconoscere e affrontare le potenziali manipolazioni e inganni che possono emergere in ambito personale e pubblico.

In conclusione, la vicenda di Fishball non solo racconta una storia di tradimento e dolore, ma solleva anche interrogativi cruciali su come la notorietà possa influenzare le relazioni personali e le vulnerabilità delle figure pubbliche. La lezione principale resta quella di mantenere un equilibrio tra la vita privata e pubblica, proteggendo la propria integrità e sicurezza anche in un mondo sempre più interconnesso e esposto.

“FAKE REPUTATION”: COME MANIPOLARE IL PIU’ PREZIOSO DEGLI ASSETS INTANGIBILI DI UN’ORGANIZZAZIONE



Il mondo della comunicazione e delle relazioni pubbliche è scosso da scandali: admin ed editor “in vendita” disponibili a manipolare schede su Wikipedia, agenzie pronte ad ingannare gli algoritmi di Google per migliorare la reputazione dei loro clienti, e altre disponibili ad infangare, a caro prezzo, quella della concorrenza. Una mia analisi su questi scenari che chiamano in causa l’etica della professione, e non solo

In futuro batteremo le macchine intelligenti con il pensiero ibrido ma non saremo

più homo sapiens



Secondo il noto futurologo Ray Kurzweil entro pochi anni grazie alle nanotecnologie saremo in grado di collegarci alla rete con il pensiero e accedere ad una neurocorteccia sintetica che potenzierà le nostre capacità cognitive, facendoci entrare in una nuova fase del processo evolutivo