

In memoriam Gabriele Qualizza

Il 7 ottobre è mancato prematuramente Gabriele Qualizza, cultore delle scienze della comunicazione e cofondatore nel 2009 di codesta rivista. Già docente nel master in “Analisi e gestione della comunicazione” istituito presso l’Ateneo giuliano e dal quale la rivista prende l’avvio, ha insegnato quale stimato professore a contratto non solo nelle Università regionali (Trieste dal 1999 ed Udine a partire dal 2006), ma anche presso la Cattolica di Milano (2009-2017), “La Sapienza” di Roma (dal 2014), UNINT-Università degli Studi Internazionali sempre di Roma (dall’a.a. 2018/19), la Ca’ Foscari di Venezia (dal 2021), la Accademia di Belle Arti di Brera (2009-2011) e la NABA-Nuova Accademia di Belle Arti di Milano (a.a. 2001/02) nonché l’IUAV-Istituto Universitario di Architettura di Venezia (a.a. 1997/98), professando nell’area del marketing e della comunicazione d’impresa.

Ha svolto attività di consulenza e formazione per conto di enti pubblici, aziende ed agenzie. Fra le altre la Regione Lazio - Fondazione Pfizer, il Comune di Sacile (PN), la ConfEsercenti (Bologna, Modena, Siena), la FactorySchool by Boscolo (Padova), l’INPDAP (Centro di formazione di Spoleto), l’INSIEL-Informatica per il sistema degli enti locali (Trieste), l’Azienda Servizi Sanitari di Trieste, la Corte d’Appello di Trieste, la Regione del Veneto, l’Ordine degli Psicologi della Provincia Autonoma di Trento, la Arché Formazione (Trieste), l’Enaip-Friuli Venezia Giulia, l’IRES-Friuli Venezia Giulia, ENFAP (Trieste), il Centro di formazione “La Cremeria” di Reggio Emilia.

Autore di decine di saggi apparsi su prestigiose riviste (“Micro&Macro Marketing”, “Mercati e Competitività”, “Sinergie”) pubbli-

ca le monografie: *Il ritorno dei luoghi. Place of origin, marche locali, consumer engagement: nuove mappe per creare valore*, Pisa, 2020; *Facebook Generation. I nativi digitali tra linguaggi del consumo, mondi di marca e nuovi media*, Trieste, 2013; *Transparent Factory. Quando gli spazi del lavoro fanno comunicazione*, Milano, 2010; *Oltre lo shopping. I nuovi luoghi del consumo: percorsi, esplorazioni, progetti*, Trieste, 2006. Compare tra gli autori della *Guida del Sole 24ore al Marketing*, Milano, 2009.

Dal primo fascicolo di “Tigor. Rivista di scienze della comunicazione”, ove appare il Suo contributo *Artefatti simbolici e cambiamento organizzativo*, ha animato la rivista approfondendo temi relativi al *consumer experience*, gestione dell’innovazione e nuovi approcci alla comunicazione del *brand*, non mancando mai di segnalare e promuovere la pubblicazione di saggi redatti da giovani studiosi molti dei quali da Lui formati.