

BUONO A SAPERSI

2030 parlo, twitto, faccio web reputation

Esperti di comunicazione?

Non servivano più.

Invece un libro dimostra che il futuro ricomincia da loro

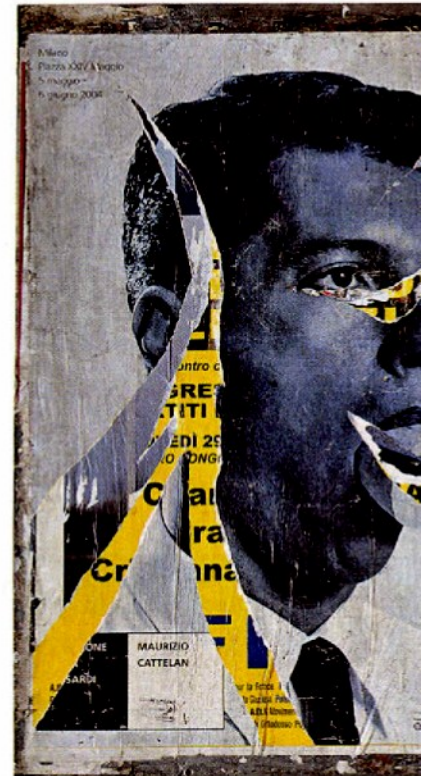
di **Simone Spetia**

In fondo, mancano solo 18 anni. Il 2030 sarà un anno cruciale per ciascuno di noi, un anno nel quale molti dei nodi che si sono formati e si stanno formando in quest'epoca travagliata verranno al pettine. Lo racconta un bel libro uscito da poco per Rizzoli, firmato da Gianluca Comin e Donato Speroni: il primo capo delle relazioni esterne dell'Enel, il secondo giornalista di lungo corso ed ex dirigente di Eni e Istat. «Il 2030», spiega Comin, «è considerato dagli studiosi a cui si è affidato il governo inglese, un anno di svolta per l'umanità: in quella data infatti, certe tendenze che oggi vengono percepite come importanti potranno portare a un cambiamento radicale». In 2030, *la tempesta perfetta. Come sopravvivere alla grande crisi*, tutto si gioca nell'incrocio tra lo sviluppo demografico previsto per i prossimi anni (che ci porterà a essere 9 miliardi), la scarsità delle risorse (a partire dall'acqua), e tutti i problemi che riguardano il riscaldamento globale e le questioni energetiche. «È questo incrocio», dice ancora Comin, «a far prevedere un momento di non ritorno, come scriviamo nel libro. Un momento per certi versi drammatico. Ma l'uomo deve girare queste criticità in positivo. Ed è qui che subentra un altro elemento centrale, quello della tecnologia». E della comunicazione, aggiungiamo. «La tecnologia è soluzione dei problemi: la comunicazione, è il contesto nel quale tutto questo si realizza».



Donato Speroni e Gianluca Comin, autori di *2030, la tempesta perfetta* (Rizzoli)

70 per cento dei laureati in Comunicazione aveva trovato lavoro a tre anni dalla laurea, contro meno del 50 per cento di giurisprudenza. E anche questi giovani, che sono dei nativi digitali, si stanno dedicando a lavori completamente nuovi. Figure professionali che prima non esistevano, come chi si occupa della *web reputation* nelle aziende o fa il *social media manager*; ma anche, gli sviluppatori di applicazioni per Android o Apple, che con i loro sistemi hanno consentito una democratizzazione dell'accesso e della vendita di software; produttori di contenuti on line; chi realizza infografiche, utilizzando le nuove frontiere





digitali e l'abbondanza di dati resi disponibili dalla rete; chi fa marketing non convenzionale. Mestieri nei quali l'età (quella dei nativi digitali), la volontà e l'idea valgono più dell'esperienza. Non è vero che è tempo perso studiare comunicazione e giornalismo, quindi: chi lo fa ha di fronte a sé la possibilità di fare molti lavori diversi». Proprio da un uso responsabile della comunicazione passa, secondo gli autori, la costruzione della fiducia, fondamentale per affrontare la crisi attuale e impegnarsi nelle sfide future.

Ma come sarà la comunicazione da qui al 2030? «Forse questo è il settore nel quale è più difficile fare previsioni», osserva Comin. «Chi avrebbe potuto immaginare, solo 10 anni fa, che le rivolte in Egitto sarebbero passate da Twitter?». In effetti nel libro c'è un dato che colpisce molto: se nel 2003 un americano scambiava mediamente 800 megabyte di informazioni l'anno, una ricerca del 2009 (appena sei anni dopo) evidenziava come ogni americano "consumasse" mediamente 34 gigabyte, ma al giorno. «Si aprono nuove prospettive, per via della democratizzazione del consumo e della proprietà dell'informazione, così come per la partecipazione alle decisioni attraverso la rete». Quindi le previsioni sono quasi impossibili? «Sì, possiamo prevedere che i cittadini, grazie alla rete, siano sempre più autonomi, informati e indipendenti nel formare le loro opinioni. E di conseguenza le aziende dovranno essere in grado di trasmettere contenuti affidabili, certi. Tutto questo richiederà dei grandi professionisti». Non solo per le aziende. «No. Le sfide che i governi hanno di fronte richiedono la creazione di meccanismi del consenso così solidi e duraturi che solo chi ha un'ottima conoscenza della comunicazione può assicurare». Ecco dove possono mettersi alla prova le nuove generazioni. Comin e Donato concludono scrivendo del dopo-domani: ovvero il 2050, l'anno che ci dovrebbe far uscire dalla tempesta, consegnandoci finalmente la soluzione ai molti nostri problemi. ■

