

## Il futuro della comunicazione nel mondo che cambia: così l'Ai può essere uno strumento per crescer

di Paolo Ligammari Ripensare la professione e aprirsi alle nuove tecnologie: il libro di **Salvatore Ricco** e il dibattito delle idee sul ruolo del comunicatore d'impresa. La comunicazione d'impresa e il mestiere del « comunicatore » hanno ancora un senso nel pieno della rivoluzione digitale (l'ennesima dell'ultimo quarto di secolo), basata stavolta sull'intelligenza artificiale? È un mestiere da consigliare ai giovani e che resisterà all'Ai e magari a ciò che verrà dopo? E ancora: i comunicatori del presente e del futuro saranno più o meno importanti rispetto al passato? **Salvatore Ricco**, giornalista pubblicista e comunicatore d'impresa da 25 anni, con esperienze manageriali in grandi imprese come Pirelli, Cir, Snam e Amplifon, ha scritto un libro, anche un po' un manuale di sopravvivenza, per rispondere a queste domande. E dire che «sì, ha ancora un senso studiare e ambire a voler lavorare nella comunicazione, in particolare nella comunicazione d'impresa», anche (e soprattutto) nell'era del metaverso. La profezia di Altman È un passaggio di « La comunicazione d'impresa nel mondo che cambia » (edizioni FrancoAngeli), il lavoro che **Ricco** ha affidato alle stampe per ribadire la centralità e il ruolo sempre più strategico dei comunicatori in un mondo sempre più «volatile, veloce, insidioso». E dove, citando la celebre frase attribuita al finanziere americano Warren Buffett, «servono davvero solo 5 minuti per distruggere la reputazione di un'azienda», per quanto faticosamente costruita nel tempo. La scintilla del libro è stata un articolo dell'Economist su Sam Altman, il protagonista per larghi tratti inquietante della rivoluzione dell'Ai. Il succo del discorso era più o meno questo: il fondatore di OpenAi «ritiene che il 95% di ciò che i professionisti del marketing e della comunicazione cercano nelle agenzie e negli esperti di creatività sarà facilmente, quasi istantaneamente e pressoché senza costi gestito dall'Ai». Da qui nasce la riflessione, l'analisi e la voglia di rispondere. E di confutare. Ovviamente, la profezia di Altman non si realizzerà. I mestieri intellettuali non saranno spazzati via (incluso quello del giornalista, si spera) dalle cavalcate dei neuroni artificiali. Ma il professionista della comunicazione deve evolvere, adattarsi, mettersi in discussione e alla prova con strumenti diversi e tanta tecnologia in più per cavalcare i cambiamenti e non farsi travolgere. E allora, è la tesi di **Ricco**, il comunicatore d'impresa sarà a pieno titolo un «manager che gestisce situazioni complesse e importanti per il business». Non più solo donna o uomo delle relazioni, ma professionista in grado di costruire un « solido progetto comunicativo », come si legge nella prefazione di Mario Calabresi, ex direttore di Repubblica e fondatore di Chora Media, in grado di «guardarsi dentro, studiare la vita della propria organizzazione per distillarne la storia e i valori. Capire che cosa ci definisce e che cosa indica la traiettoria futura». Ecco la sfida. Senza dimenticare la missione della comunicazione interna: dipendenti motivati e informati sono «ambasciatori fondamentali» dell'identità aziendale e il «loro ingaggio si riflette direttamente sulla produttività». Intelligenza artificiale, come può diventare risorsa più che minaccia. Senza aver paura dell'intelligenza artificiale, come spiega nell'altra prefazione Claudio Cerasa, direttore del Foglio (che sull'Ai ha costruito un progetto di giornale nel giornale): l'Ai nel giornalismo può «accelerare i processi, moltiplicare le idee». E la stessa lezione riguarda la comunicazione d'impresa: «L'Ai è uno strumento potente, ovvio, ma la differenza vera continua a farla la capacità umana di dare senso, autenticità e coerenza ai messaggi». Insomma, avremo ancora un mondo reale da pensare (e ripensare). Grazie per aver commentato questo articolo! Il tuo commento verrà moderato a breve. Abbiamo riscontrato un errore nell'invio del commento. Si prega di riprovare più tardi. Puoi votare una sola volta un commento e non puoi votare i tuoi commenti. Partecipa alla discussione Caratteri rimanenti 300 INVIA DATA VOTO

