

Anche il mondo delle relazioni pubbliche fa i conti con gli strumenti offerti dalle nuove tecnologie. Tra le opportunità, quelle offerte dal web 2.0 e dalla crescita di fenomeni quali il social networking. Se non proprio un trend, un futuro prossimo quasi obbligato

Relazioni a 2.0

Il target si evolve e le RP si adeguano. Per parlare la lingua dei loro interlocutori, le agenzie di relazioni pubbliche abbracciano i 'social media'. Strumenti che "certamente cambieranno radicalmente il modo di fare comunicazione", secondo il presidente di Assorel Furio Garbagnati. Ma se il cambiamento è già in atto, almeno nel nostro paese, gli effetti di questa vera e propria rivoluzione sarebbero solo agli inizi. Intanto la comunicazione si sposta sempre più dal concetto di 'convincimento' a quello di 'dialogo': "Le decisioni dei consumatori sono molto più veloci - continua Garbagnati - e gli individui sempre meno disponibili ad ascoltare e a credere ai messaggi che arrivano dalle organizzazioni; per questo basano sempre più le loro opinioni e preferenze sulle informazioni generate all'interno delle comunità". E gli operatori del settore confermano. Confermano l'ingresso in una nuova era dove la parola d'ordine non è più solo interattività, bensì socialità; dove è saltato lo steccato tra chi produce informazione e chi la consuma, chi influenza l'opinione pubblica e chi ne è influenzato; dove i ruoli si mischiano e si confondono. La convinzione generale è comunque che i social media siano il futuro e non un fenomeno di trend. Il futuro-presente delle web PR si giocherebbe, infatti, su un piano di professionalità in grado di lavorare per un'ottimale integrazione tra strumenti e canali. Dove l'agenzia ideale sa integrare mezzi e opportunità off e online.

22

