# TENIAMOCI PER MANO



Si discute molto, nella nostra professione – e in senso più estensivo nel settore scientifico-disciplinare delle scienze della comunicazione e nelle comunità professionali dei relatori pubblici e dei comunicatori – dell'importanza di *costruire relazioni*.

Un pioniere di questa disciplina è senz'altro Toni Muzi Falconi (abbreviato per gli amici TMF), docente in Italia e USA, decano delle relazioni pubbliche italiane, con oltre sessant'anni di esperienza – le sue prime attività

professionali risalgono alla fine degli anni ‘50 del secolo scorso – una carriera semplicemente spettacolare e un’intensa attività di mentorship della quale hanno beneficiato generazioni di colleghi.

Tra i tantissimi lavori di Toni, un’articolata ricerca presentata nel 2019 in occasione di BledCom, il simposio internazionale sulle Relazioni Pubbliche che si tiene ogni anno nella bellissima cittadina sull’omonimo lago in Slovenia. Nel documento, Muzi Falconi, insieme ad altri validi specialisti del nostro settore, analizzava lo scenario relativo al terremoto del 2012 in Emilia Romagna dal punto di vista della comunicazione e della governance delle relazioni pubbliche: *“si è infatti trattato di un caso di studio assolutamente straordinario, soprattutto se visto alla luce di quanto era successo soltanto qualche anno prima con il disastroso terremoto de L’Aquila”*, ha dichiarato TMF in un’intervista.

Nel 2012 l’area colpita fu infatti quella di Modena, con epicentro tra i paesi di Mirandola e di Medolla, dove già dagli anni ‘60 si era formato un importante agglomerato di imprese e di attività in parte connesse al settore dell’industria biomedica, un distretto già allora riconosciuto come uno dei più importanti in Europa in termini di produzione, di fatturato, di laboratori di sviluppo e di personale. Il sisma danneggiò gravemente l’intero distretto: enti di ricerca, impianti industriali, centri logistici e uffici amministrativi.

*“Fu un disastro senza precedenti* – procede Muzi Falconi – *ma immediatamente venne attivato un piano di gestione della crisi basato sugli strumenti del dialogo e del confronto continui; non solo con le autorità e gli enti locali, ma anche con gli ospedali, con i rappresentanti del sistema produttivo, con i sindacati dei lavoratori, persino con le comunità religiose. Già nei primi confusi momenti successivi al terremoto, i rappresentanti di questi stakeholders si incontrarono per*

*definire una strategia coordinata, decidendo il tipo di comunicazione da adottare e in che misura e con quali modalità coinvolgere i vari attori. Si formarono diversi gruppi di lavoro e iniziò un intenso processo di 'governance relazionale', con l'obiettivo di informare i soggetti interessati, ascoltarne le aspettative, capirne bisogni e interagire con loro per trovare soluzioni comuni. E fu un successo: lo sforzo collettivo non solo permise di affrontare in modo efficace la contingenza del terremoto, ma pose anche le basi per la crescita economica e sociale che si ebbe poi negli anni successivi, ed è indicativo che proprio quell'area abbia poi reagito così bene alla pandemia Covid-19. È chiaro che la funzione delle relazioni pubbliche, in particolare di quella figura che io chiamo 'tessitore sociale', abbia avuto un ruolo centrale in tutto questo. Grazie al lavoro fatto, dal 2012 a seguire, la zona del distretto biomedicale è ora una delle più importanti in Italia in termini di crescita economica e sociale. Ho avuto modo di parlarne con l'amministratore delegato di una delle più grandi aziende del distretto, Medtronic, il quale mi ha confermato che tutti i dati in suo possesso – quelli relativi al passato, così come quelli stimati per i prossimi mesi – mostrano l'area di Medolla come quella a maggiore crescita economica non solo in Italia, ma addirittura in Europa. Quello che voglio dire è che se il lavoro di comunicazione e di tessitura sociale viene fatto seriamente, allora funziona, non c'è alcun dubbio".*

Toni  si è soffermato a più riprese proprio sulla figura del *tessitore sociale*, termine da lui stesso coniato, e in grado di dare nuovo senso e nobilitare una figura – quella del relatore pubblico – troppo spesso impropriamente e riduttivamente percepito come "lobbista" o semplice "comunicatore".

Da molto tempo si discute, in ambito accademico e aziendale, della classificazione e della rendicontazione del capitale immateriale delle imprese, dei singoli influencer – politici,

artisti, sportivi, etc. – così come delle ONG o del settore pubblico ed istituzionale. Il capitale relazionale – strettamente connesso a quello reputazionale, nonché uno dei principali motori di esso – è una delle dimensioni nelle quali le organizzazioni complesse realizzano la propria missione; e il relatore pubblico, nella sua funzione di *tessitore sociale*, è colui che governa modi e tempi della costruzione delle relazioni, incidendo concretamente sul profilo quali-quantitativo di esse.

È anche interessante – adottando un modello di pensiero circolare, che come sostengo da sempre è l'unico in grado di supportare la generazione di valore nella nostra professione – apprezzare gli stimoli e le convergenze che dal mondo delle scienze dure contaminano le scienze sociali.

Come riportato in un articolo del *Washington Post* a firma della dott.sa Trisha Pasricha, medico al *Massachusetts General Hospital* e docente all'*Harvard Medical School*, l'atto di *tenersi per mano* non è solo una gestualità antica, ma ha degli effetti straordinari sul nostro organismo: "*contribuisce ad abbassare la pressione, a ridurre il dolore e a mitigare le esperienze stressanti*", conferma Pasricha. "*È un gesto semplice, ma che può limitare l'impatto dello stress sul sistema nervoso autonomo, regolando funzioni corporee involontarie come la dilatazione delle pupille. Stringere le mani di una persona cara riduce l'attività delle regioni cerebrali responsabili della risposta emotiva*".

I risultati di queste ricerche sono stati confermati anche da James Coan, psicologo clinico e direttore del Laboratorio di neuroscienze affettive dell'Università della Virginia: "*la risonanza magnetica cerebrale dimostra che stringere la mano di una persona conosciuta o, ancor più, amata, riduce lo stress e fa diminuire la paura*".

Pasricha ricorda che per molti scienziati la regolazione delle emozioni è governata dalla corteccia prefrontale, la regione

del cervello che ci aiuta a controllare gli istinti: non per niente, come ricordo spesso ai discenti nelle mie lezioni in università, utilizzare l'intelligenza emotiva significa anche trovare il giusto accordo ed equilibrio tra ragione e sentimento.

Le ricerche che abbiamo richiamato, e molte altre di questo tipo, confermano anche un altro dettaglio, per nulla secondario: il cervello non percepisce il gesto di stringere la mano come una "novità" rispetto ad una situazione precedente di assenza di contatto, bensì – sorprendentemente – é vero esattamente il contrario, in quanto la condizione neuropsicofisiologica di base è proprio il senso di contatto, di vicinanza e di comunanza con gli altri, e la situazione "anomala" è invece il senso di solitudine, che destabilizza noi e – conseguentemente – l'intero nostro ecosistema.

I nostri neuroni si aspettano quindi del tutto naturalmente che esistano delle *relazioni* e dei rapporti di reciproca connessione, e questo vale per il cervello umano e anche – a mio avviso, per estensione – per le aziende e le organizzazioni sociali complesse in genere: di qui, il ruolo fondamentale di quel *tessitore di relazioni* ben descritto da Toni Muzi Falconi.

Più in generale, come tra le persone, sono le connessioni virtuose tra organizzazioni a generare valore, ed è anche per questo che nel – per l'epoca innovativo – metodo di mappatura degli stakeholder da me ideato nel 2008, applicato per la prima volta a un'azienda farmaceutica italiana nel 2012, e successivamente presentato al congresso *International Marketing Trend Conference* di Parigi, avevo posto al centro del mio approccio proprio la misurazione della *qualità* delle relazioni tra un'organizzazione e i suoi pubblici.

Avevo poi riflettuto anche sull'impatto di questi concetti, entrati di buon grado tra i principi fondamentali del *reputation management*, sui singoli individui: l'uomo e le

organizzazioni da esso create nascono per *condividere*, ovvero *dividere con*, sinonimo di *possedere insieme*, partecipare, offrire del proprio ad altri, e viceversa, all'estenuante ricerca del giusto equilibrio che ci permetta di essere utili, come anche di trarre sopravvivenza da chi circonda, per proseguire nella nostra personale missione, quale che sia, nella quale coinvolgere sempre più altre persone, sempre più *altre parti di noi.*

In definitiva, le *relazioni* sono un vero e proprio *solvente universale*, forse il più potente che esista, in grado di permetterci di risolvere più velocemente qualunque crisi, di portare a buon fine qualunque piano di comunicazione, di gestire con successo qualunque processo di change management, nella professione e sul lavoro, come anche nella vita.