



## Sostanza anche nel web



*Un esperto di comunicazione digitale racconta l'importanza della reputazione costruita sui contenuti e non sulle apparenze*



Daniele Chieffi

# LA REPUTAZIONE AI TEMPI DELL'INFOSFERA

Cos'è, come si costruisce, come si difende



Globalizzazione della comunicazione, e quindi della conoscenza e prima ancora dell'immagine. Umani o non umani, e quindi organizzazioni delle produzione e macchine, devono fare i conti ogni giorno, volenti o no, con l'interconnessione assoluta degli strumenti di informazione e comunicazione. E' quella che si chiama infosfera e che è l'oggetto, fin dal titolo, di un libro scritto da Daniele Chieffi sulla base della sua esperienza nell'ambito della comunicazione digitale in ambito pubblico e privato.

"La reputazione ai tempi dell'infosfera. Cos'è, come si costruisce, come si difende",

parte da una constatazione: oggi abitiamo un'infosfera dove tutti, umani e no, sono interconnessi e interdipendenti, le informazioni accessibili, la comunicazione immediata, i giudizi trasparenti. L'autore pone però l'attenzione su un particolare aspetto di questa interconnessione, il fatto che individui e istituzioni, aziende e media siano sullo stesso piano, tutti ugualmente e inevitabilmente sottoposti alla sentenza valoriale collettiva. Reputazione, quindi, è l'aspetto cruciale che, in qualche modo, coinvolge tutti. Ed è appunto il tema Chieffi sviluppa in circa 150 pagine che si leggono con piacere.

Il testo inizia quindi con la constatazione che se la reputazione segue le regole psicologiche, cognitive e sociologiche dei gruppi umani, queste sono modificate e amplificate dalle dinamiche digitali. La prima e la seconda parte del libro, raccontano quindi cosa sia la reputazione senza il megafono del digitale e cosa diventi quando la digitalizzazione e la globalizzazione dell'informazione entrano a gamba tesa nelle vite di persone e costruzioni sociali. E' la "casa di vetro" quella nella quale ci si è ritrovati e alla quale la reputazione deve essere adattata.

La terza parte del libro si occupa così della costruzione e gestione della reputazione nell'era dell'infosfera. Tenendo conto, fra l'altro, di come proprio la reputazione sia diventata il principale strumento strategico per qualsiasi soggetto e di quali siano le regole dell'infosfera che devono essere tenute in conto per non sbagliare. Tattica e strategia del *web*, dunque, e quindi indicazioni operative su cosa fare e cosa non fare. Con una sottolineatura costante: l'apparire non deve prendere il posto dell'essere. Scrive Chieffi così nelle conclusioni: "L'infosfera è uno smisurato palcoscenico, la perfetta casa di vetro, dove tutto ciò che facciamo, diciamo, non facciamo e non diciamo, il modo in cui ci presentiamo, ciò che mostriamo, volontariamente o involontariamente, quel che gli altri vedono o credono di vedere, viene giudicato, valutato e riempito di significato. Per costruire e difendere la reputazione, l'unico vero valore che l'infosfera riconosce, è necessario governare

strategicamente ciò che viene visto e il significato che induce: realizzare la perfetta messinscena, in modo che la realtà percepita sia coincidente con la realtà fattuale. Apparire ciò che siamo, valorizzare la nostra identità, essere parte attiva, positiva, costruttiva, accettata del nostro contesto sociale è l'obiettivo del *reputation management*. Costruire la perfetta messinscena non significa fabbricare falsità, né rappresentazioni illusorie o manipolatorie, ma produrre valore per gli altri: è la cifra etica del *reputation management*".

### **La reputazione al tempi dell'Infosfera. Cos'è, come si costruisce, come si difende**

Daniele Chieffi

Franco Angeli, 2020