

CORRENTI *evolutive*

Come le aziende possono
riscrivere le regole del gioco nell'era
delle co-intelligenze

Intelligenze / *Relazioni* / *Impatto* / *Prospettiva*

Costruire mappe di senso con
Cosimo Accoto

Il nuovo leader è un
nealchimista con **Luca Solari**

Riprogettare l'ecologia dei contenuti
con **Paolo Iabichino**

Da all-to-all a person-with-person
con **Toni Muzi Falconi**



INTELLIGENZE

6-31

Reinventare l'intelligenza anche quella artificiale
di Santina Giannone p.8

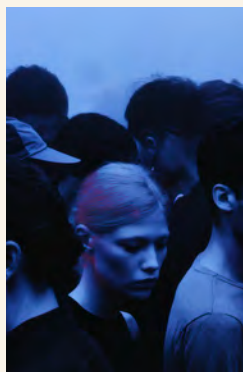
Da studente modello ad Einstein
di Santina Giannone p.10

L'Europa degli algoritmi
di Santina Giannone p.14

Interfacciarsi con l'intelligenza (artificiale, ma non solo)
di Luca Pianigiani p.20

Mappe di senso per non naufragare. Come orientarsi nell'oceano dell'innovazione di Santina Giannone p.24

CONTRIBUTOR - Davide Pisasale
Il dipendente AI: quando l'intelligenza artificiale diventa parte dell'organizzazione p.30



RELAZIONI

32-49

Relazioni nell'era del caos
di Santina Giannone p.34

L'informazione come base delle relazioni pubbliche di Santina Giannone p.40

Sulle mappe del non detto, il vero tesoro è il dato di Grazia Maria Donvito p.46

CONTRIBUTOR - Alessia Pedrazzoli
Capitale relazionale e imprenditorialità: un asset intangibile nella gestione delle imprese p.38

CONTRIBUTOR - Stefano Gatti
Dai dati alle decisioni: (cor)relazioni ingannevoli e relazioni di valore p.44



IMPATTO

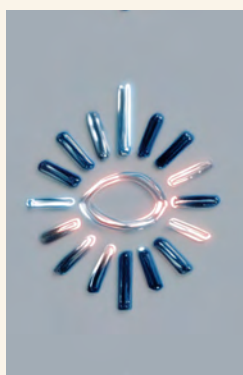
50-71

Ecologia dei contenuti
di Mariapina Potenza p.52

Tra soffitto di cristallo e pavimento appiccicoso di Grazia Maria Donvito p.56

Cronache di impatti annunciati
di Grazia Maria Donvito e Santina Giannone p.64

CONTRIBUTOR - Anna Forciniti
L'impatto è un meraviglioso disco unplugged p.62



PROSPETTIVA

72-89

Il nuovo leader è un neoalchimista che non ha paura di sperimentare
di Santina Giannone p.74

Da una prospettiva di "sapere" a una di "saperi" di Valentina Ragaglia p.80

La cura come vantaggio competitivo
di Mariapina Potenza p.84

Visione Verticale
di Mariapina Potenza p.87

CONTRIBUTOR - Giada Susca
Guardare oltre per costruire insieme: dalla visione condivisa al cambiamento reale p.78

DATASET
Le maggiori preoccupazioni degli italiani p.90

RELAZIONI NELL'ERA DEL CAOS

person-to-person in un mondo all-to-all

Dalla folla digitale alla relazione
intenzionale: il nuovo valore dell'unicità
sta nel costruire contesto e direzione

di Santina Giannone

La chiacchierata con Toni Muzi Falconi, decano dei professionisti delle Relazioni Pubbliche in Italia, comincia sgomberando il campo da smancerie e possibilità di mezze perifrasi. La sua visione, lucida e disincantata, non lascia spazio a ottimismo a basso costo, ma propone nuove regole di ingaggio da cui ripartire.



«Tutto è saltato».

Questa frase, che Muzi Falconi ripete e rilancia come una chiave di violino posta a inizio di ogni riga di pentagramma per ricordarci dove guardare per dare senso al continuo flusso di informazioni che chi si occupa di Relazioni Pubbliche deve governare, è un'indicazione chiara da cui ripartire per ridisegnare il panorama delle relazioni professionali.

Il cuore della trasformazione descritta da Muzi Falconi sta nel passaggio da un modello di comunicazione strutturato a uno fluido e dispersivo.

PERSONE, SCENARI, DIREZIONE: le relazioni person to person

Le relazioni esistono, oggi più che mai. Spesso sono confuse, sovrapposte, fraintese: perché una connessione non è una relazione, eppure è facile cadere nell'errore di sovrapporre le persone con cui interagiamo con le nostre relazioni.

Esiste un punto di svolta ed è la relazione person-with-person. In un mercato delle relazioni a basso costo, quelle necessarie per costruire il valore aziendale passano ancora, anzi, ancora di più, dall'intenzionalità.

Che ci rende persone nel confronto, capaci di ricostruire uno scenario e di dare una direzione. Tre elementi in grado di riscrivere la partitura; un ritorno all'essenza della relazione interpersonale come fondamento di qualsiasi strategia di comunicazione efficace.

«Una cosa che suggerirei a chi si occupa di relazioni è di porsi sempre il problema del che cosa sto facendo- spiega Muzi Falconi-. What am I doing? Resta questa la domanda chiave. L'essere umano si è evoluto attraverso gli automatismi. Azioni che inizialmente sono test consapevoli e che, man mano, diventano processi invisibili a cui ricorriamo nella maggior parte delle cose che facciamo. Certo, c'è l'aggiornamento più o meno frequente dei "protocolli" soprattutto attraverso gli errori, ma pochi sono i momenti di rottura o di crisi nel senso più profondo del termine, che includono un ripensamento globale. Adesso è il momento di farlo e la svolta passa dalla domanda: "Cosa sto facendo?". Dobbiamo porci il problema di che cosa vogliamo essere, di chi vogliamo essere».

STAKEHOLDER, chi sono costoro?

Una domanda non delegabile alla tecnologia, verso cui Toni Muzi Falconi scaglia qualche dardo: «Più che dell'intelligenza artificiale, ho paura della mancanza di intelligenza, sempre più diffusa. Della mancanza di consapevolezza. Del linguaggio stereotipato che sconfina nel vuoto del senso: noi, che tanto parliamo di stakeholder, dovremmo cominciare a domandarci chi sono, uno per uno, gli stakeholder e chiamarli per nome. Da lì si costruisce davvero relazione, quella che diventerà sempre più preziosa, come un oggetto di design di cui avere cura. Nell'era dell'intelligenza artificiale e della relazione disintermediata,



**Dobbiamo porci il problema
di che cosa vogliamo essere,
di chi vogliamo essere.**

io continuo a ricevere tantissime richieste di aiuto per gestire processi relazionali complessi. Le richieste sono in aumento e, anzi, sono sempre più consapevoli e direzionate. Un segnale importante, che lascio a chi ci leggerà come spunto di riflessione».

La relazione one-with-one è ancora al di là dall'essere anche solo vagamente eguagliata nelle sue forme più radicate nella nostra natura di esseri cognitivamente sociali. Alla fine della chiacchierata chiedo allo studioso di lasciarmi con il racconto di un'esperienza che ricorderà nella sua carriera pluriennale. «La nostra chiacchierata di oggi - mi dice-. Perché il tempo passa e il sapere non ti aiuta sempre a farlo passare dotandolo di senso. E oggi è stato bello potersi confrontare su questi temi che sono stati al centro della mia ricerca e del mio lavoro per tutta la vita».

Ci sono correnti invisibili che stanno ridisegnando tutto.

Il modo di lavorare, di relazionarsi, di creare valore. Puoi decidere di combatterle o di navigarle: in questo caso dovrai ri-conoscerle.

In questo numero esploriamo le **intelligenze**, quelle artificiali che stanno riprogettando il lavoro e quelle umane che si stratificheranno in una ibridazione sempre più necessaria. Scaviamo nelle **relazioni** che passano dall'interazione alla connessione. Misuriamo l'**impatto** di chi sceglie di non accontentarsi dell'avanzare per inerzia. E immaginiamo nuove **prospettive** per abitare il cambiamento invece di subirlo.

Sweet Spot Magazine è un progetto di Reputation Lab.

Un magazine progettato come una mappa per chi viaggia tra presente e futuro, per chi crede che le risposte migliori nascano dalle domande giuste. Per chi sa che l'innovazione vera non è mai solo tecnologica, ma sempre e soprattutto umana.

www.sweetspotstrategy.it/magazine