

Comunico dunque sono: adeguando il motto cartesiano ai giorni nostri, questo è il messaggio che Gianluca Comin e Gianluca Giansante lanciano con *Tu puoi cambiare il mondo. La reputazione personale: promuovere il talento, condividere il valore* (Marsilio). Cosa comunico, a chi e come lo devo fare fanno parte del “pacchetto” offerto dal saggio, che si apre con le parole di Francesco d’Assisi “è nel dare che riceviamo”. Testo testimonianza e spiegazione di esperienze lavorative nel campo della comunicazione che vuole essere strumento di concreta consultazione in questa “società agorà” interconnessa, come sostiene Gianluca Comin, fondatore e presidente di **Comin & Partners**, società di consulenza per manager e grandi aziende e coautore del saggio.

ytali è una rivista indipendente. Vive del lavoro volontario e gratuito di giornalisti e collaboratori che quotidianamente s’impegnano per dare voce a un’informazione approfondita, plurale e libera da vincoli. Il sostegno dei lettori è il nostro unico strumento di autofinanziamento. Se anche tu vuoi contribuire con una donazione clicca [QUI](#)

Quasi duecento pagine ricche di esempi, schemi, consigli da parte di chi da anni ha affinato un lavoro relativamente recente come quello del manager delle comunicazioni: tecniche che scavano nella psicologia e indirizzano all’autopromozione, partendo da una conoscenza di se stessi e una valutazione onesta delle proprie capacità di offrire consulenze in maniera originale al potenziale cliente. Se già Leonardo da Vinci si presentava a Ludovico il Moro duca di Milano con un vero e proprio curriculum vitae, esempio di *personal branding* ante litteram, oggi più che mai comunicare in modo efficace per promuovere un prodotto o un’idea significa addentrarsi in un mondo particolare per linguaggio, mezzi e strategie: con il contributo di una reputazione che significa credibilità e “capacità di mostrare le proprie competenze”.



Gianluca Comin, presidente e fondatore di Comin&Partners

Per chi vuole intraprendere il mestiere di comunicatore e consulente, crearsi una reputazione è il primo mattone da cementare nella costruzione del proprio profilo professionale. Vari sono gli esempi che i due Gianluca enumerano spaziando nel mondo reale delle Università o delle esperienze di grandi manager che, senza mai sottovalutare l'intelligenza emotiva, hanno saputo sfondare in questa società incalzante, che corre via web velocemente attraverso i *social* - dai quali non si può prescindere se ci si vuole tuffare in questo vasto e vario universo lavorativo. I molti laureati in Scienza delle comunicazioni o i manager di aziende affermate devono quindi avere ben chiare tecniche e metodi spiegati ed enumerati nel saggio in questione. Individuare l'obiettivo per il quale si lavora e si lotta, sapere chi si ha di fronte come cliente, capire come presentarsi e adeguarsi alle differenti situazioni con atteggiamento e linguaggio, tenere presente sempre il "fattore umano" pur valorizzando la propria immagine: un vero e proprio biglietto da visita fatto di puntualità, gentilezza e attenzione unite alla competenza.



Gianluca Giansante, partner di Comin&Partners

Immagine: oggi tutto è immagine, anche se non tutto è apparenza, e molti sono i mezzi per “creare” un’immagine di se stesso che sia anche sostanza, non un inverosimile “alias” ma un soggetto credibile, originale e apprezzato da potenziali clienti. La rete in questo campo fa la parte del leone e ruggisce forte attraverso le varie piattaforme, siano esse LinkedIn, Facebook, Instagram o Twitter, assieme alla possibile creazione di un blog personale: tecniche specifiche accompagnano l’uso di questi mezzi di comunicazione che devono essere usate *cum grano salis* e con la solita vecchia imprescindibile prudenza nonché conoscenza.

Interessante la puntualizzazione delle differenti piattaforme: LinkedIn, usata oggi da circa quindici milioni di utenti solo in Italia, si rivolge al mondo dei professionisti e dell’impresa; Twitter con i suoi 280 caratteri “cinguetta” sinteticamente con un pubblico di addetti ai lavori e giornalisti; Facebook e i suoi due miliardi e mezzo di *aficionados* comunicano costantemente dominati da impalpabile algoritmo; Instagram impazza tra trenta milioni di utenti di *visual story telling*; TikTok è amato dai teenager con inserite pubblicità orientate al mondo giovane; Youtube si diffonde tra 35 milioni di persone in Italia; Spotify trasmette musica. Ed è sempre possibile per un nuovo comunicatore creare e diffondere un blog personale nel quale inserire la propria storia o filosofia, a scelta. Si tratta di amplificatori di immagine che è necessario saper usare, poiché quello che entra in rete non si cancella e “le azioni di oggi condizionano il tuo domani”, ammonisce Comin.



Costruirsi una reputazione in rete significa mettere in piazza una parte di se stessi, quindi la credibilità deriva dalla coerenza e dalla sincerità: quando poi è un *top manager* a presentarsi in rete, entrano in gioco caratteristiche personali, prestigio e personalità. Il potenziale cliente viene a conoscere le caratteristiche di chi curerà relazioni e immagine di una determinata azienda ai massimi livelli attraverso presentazioni virtuali che dovranno però avere un riscontro reale. Comunicazione e immagine necessarie? Non sempre: la “sottrazione della comunicazione”, ovvero il silenzio, è un’ulteriore efficacissima arma per presentarsi al pubblico: l’attuale presidente del Consiglio dei ministri attua la tecnica del silenzio che è diversa dal generico “no comment”. Coerenza e stile, esempio Elisabetta d’Inghilterra, che con pochi comunicati alla nazione da oltre sessant’anni si presenta attuale, professionale e ammirata dal suo “pubblico”. Moltissimi personaggi del mondo dello spettacolo, dello sport, della moda, fanno da contorno al lungo filo sbobinato da Comin e Giansantei: persone reali che attraverso la rete hanno assunto dimensione planetaria e influiscono su economia, politica, passioni e quant’altro; il pubblico mondiale si riconosce, imita, critica, manifesta bellicosi intenti o afflati amorosi, muove economie e affossa prodotti. Da Greta Thunberg a Bebe Vio, da Francesco Totti a Elon Musk, con papa Francesco come primo comunicatore, i personaggi che intrecciano le nostre vite con le loro comunicano attraverso questo mondo virtuale che il manuale di Comin e Giansanti rende più vicino e appetibile. Dalla rete alla carta stampata, le 192 pagine del libro schematizzano, spiegano, incoraggiano, svelano come accedere, come difendersi, profittare, crearsi una carriera partendo all’ABC e arrivando a

cambiare il mondo. Pare si possa. Mettendo a disposizione esperienza e conoscenza.

