



Bomba di emozioni

Il mondo non è governato dalla ragione. Ma dalle passioni. L'arma più potente che abbiamo. Capace di vincere anche il terrorismo. Parola di un guru della comunicazione

di **Kevin Roberts**

In una lettera a Harry S. Truman del novembre 1948 Eleanor Roosevelt scrisse: «Nessuno ha vinto l'ultima guerra. Nessuno vincerà la prossima». Si tratta di una verità senza tempo. L'unica differenza, a sessant'anni da allora, è che le vittime oggi si vedono ovunque, sugli schermi della tv, nelle nostre case, in ufficio e sui nostri laptop. Assistiamo alla perdita di vite umane quotidianamente, a colori digitali. Le immagini e il linguaggio della guerra so-

no il freno a mano del progresso umano, che opera in un ambito terribilmente negativo. Ciò mi rammenta alcuni versi della bellissima poesia di Leonard Cohen, intitolata "C'è una guerra": «C'è una guerra tra ricco e povero, / una guerra tra uomo e donna. / C'è una guerra tra sinistra e destra, / una guerra tra bianco e nero, / una guerra tra pari e dispari. / Perché non te ne ritorni in guerra, raccogli il tuo piccolo fardello, / perché non te ne ritorni in guerra, saldiamo tutti i conti».

Eleanor ha ragione: la "guerra contro il terrorismo" non può essere vinta. Non potrà mai essere vinta. Non fino a quando essa si pone come guerra, come conflitto di opposti. Nonostante tutte le sue differenze e i suoi estremismi, l'umanità è da uno stesso lato, un lato che collaborerà per la giusta causa, per il giusto messaggio, per tutto ciò che è giusto.

Dire "guerra al terrorismo" è come dire "Noi" e "Loro". Non suona bene. Oppone brava gente a brava gente, lasciando ai



Mostra del designer francese Julien Septanil a Tokyo. A sinistra: partita di basket in un carcere minorile di Manila. Sotto: Kevin Roberts, direttore generale di Ideas Company Saatchi & Saatchi

farabutti gli interstizi. Me lo confermano 35 anni trascorsi lavorando in cinque continenti: ho passato 11 anni in Medio Oriente come senior executive della Procter & Gamble e direttore generale della Pepsi Cola. Ho realizzato sette nuovi impianti Pepsi in Iraq. Nel mio lavoro, vivendo in Medio Oriente, ho scoperto che gli arabi sono fortemente orientati alla famiglia, fortemente influenzati dalle emozioni. Sono commercianti e mercanti abili e svegli. Sono le persone adatte a programmare l'idea di futuro, l'economia del mercato globale. Alcuni dei primi marchi di fabbrica, distinguibili

nel vasellame recuperato in Mesopotamia, risalgono addirittura al 3000 avanti Cristo. La risposta al terrorismo, così come il problema del terrorismo, attingono acqua da un medesimo pozzo: le emozioni. Le emozioni sono fonte inesauribile di potenza esplosiva. In un mondo che si suppone sia governato dalla fredda razionalità, dalla metrica e dalle teorie di gioco, gli esseri umani di fatto sono trascinati dalle emozioni, non dalla ragione. Come ho già detto in un mio precedente articolo, la ragione porta a conclusioni, l'emozione conduce all'azione. A nessun attentatore suicida può bastare una semplice motivazione razionale per partire per la propria missione. La vera sfida consiste nell'incanalare le emozioni in un linguaggio che fornisca una spinta verso l'alto e non verso il basso. Martin Luther King non disse: «Ho una dichiarazione da farvi sulla nostra missione». Disse: «Io ho un sogno». Se siete un Paese, una società o un prodotto che cercano di

essere persuasivi, che cosa fate? Al vostro pubblico date una serie di ragioni per convincersi o un sogno per cui vivere? L'azione è guidata dall'emozione. Un sogno che ispira è la forza più possente che esista al mondo per indurre un cambiamento.

Quando Eleanor Roosevelt scrisse la lettera, l'idealismo globale era ancora in fasce: da allora è cresciuto, tra alti e bassi, inferno e paradiso. Siamo usciti dal secolo più distruttivo e progressivo della Storia, quello che Eric Hobsbawm sintetizzò nella definizione "L'epoca degli estremi". La marea del benessere, tuttavia, è cresciuta davvero e la tecnologia, nonostante sia stata dirottata dai terroristi, ci ha messo tutti uno di fronte all'altro. Il potere adesso è nelle mani dei Consumatori e dei Cittadini Ispirati. Automobilisti di tutti i giorni che progettano auto per le società automobilistiche; risolutori di problemi di tutti i giorni che su Internet soddisfano e cambiano la politica pubblica. Questo è quanto è accaduto in occasione dell'anniversario di marzo degli attentati di Madrid.

Quale che sia la vostra politica, vi è un'opportunità per andare avanti di concerto con gli altri. Prima di tutto dobbiamo usare le parole giuste: trovare le parole giuste può portare in territori inesplorati, far nascere un più alto livello di relazioni, attività, prodotti, servizi, design e performance. Come mi ricorda Alan Webber, fondatore della rivista economica "Fast Company", il linguaggio giusto può creare paradigmi e categorie del tutto inedite. Noi lo abbiamo scoperto con i "Lovemarks", marchi che creano un rapporto di fedeltà che oltrepassa la ragione. Abbiamo scoperto che le pa-

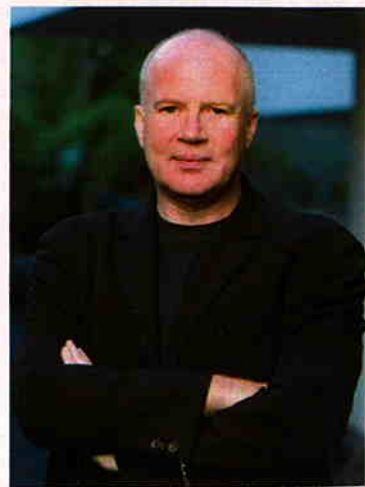
role giuste possono cambiare il mondo.

Due mesi fa ho passato due ore con alcune agenzie d'intelligence statunitensi. Ho detto loro che la Guerra al Terrorismo è uno spazio morto, letteralmente e metaforicamente. Nessuna arma di distruzione di massa disotterrata. Fotografie di torture. Autobombe e omicidi. La Guerra al Terrorismo non ha valenze positive. E ogni riferimento al terrorismo è un investimento nella presenza e persino nella legittimità dei

terroristi. Piuttosto, ho detto, cambiate le carte in tavola, in un modo che promuova scopi ispirati e che al tempo stesso riposizioni i nemici del progresso. Il mio messaggio centrale è stato: ridefinite la missione, passate dalla "guerra al terrorismo" alla "lotta per un mondo migliore". Questa seconda definizione ci porta istantaneamente in uno spazio emotivamente positivo e inclusivo, dove la gente vede subito di poter dare un proprio contributo, di potersi battere per il progresso, non per un conflitto. «Se sono pronto alla guerra? No», ho risposto. Ma se si tratta di lottare, certo! Contatemi subito tra quelli in partenza per "Lottare per un Mondo Migliore"! Si cambiano le parole, si cambia dialogo. Libertà, giustizia e autonomia sono termini astratti per la maggior parte delle persone.

Rendere il mondo un posto migliore in senso lato allarga sostanzialmente il campo di ingaggio, la gamma delle interpretazioni e i punti di interesse. E soprattutto serve a dare addosso alla più temibile arma di distruzione di massa che esista, la povertà. È stato detto: «La guerra contro il terrorismo è collegata alla guerra contro la povertà». Questo modo di parlare in termini militari, tuttavia, non invita alla partecipazione. «Rendere il mondo un posto migliore», invece, è un sogno che ►

**Va ridefinita la missione.
Passare dalla lotta
al Male a quella per
un Mondo Migliore**



Quanto pesano le parole

Le parole sono pietre. Anzi bombe, così la pensa Antonio Gambino, che nel libro "Esiste davvero il terrorismo?" (a giugno da Fazi Editore) arriva, fin dal titolo, a mettere in dubbio l'essenza, se non l'esistenza di quello che è diventato il Male per antonomasia. Ciò che rende il terrorismo il nemico pubblico numero uno non sono in realtà le azioni ma le parole che lo raccontano. «Terrorismo è fra le parole più usate degli ultimi anni», dice Gambino. «Eppure è sempre esistito; la novità sta nell'uso mediatico di questa parola. Ogni tipo di violenza pubblica diventa terrorismo, e con la scusa di combatterlo vengono calpestati i più elementari diritti dell'essere umano». Torture, annullamento di diritti civili, sono piccoli crimini, legittimi, di fronte al Grande Male. «Chi controlla le parole controlla il pensiero», continua. «Un esempio: gli Stati canaglia. Fino a qualche anno fa non avrebbe avuto senso, ogni Stato può essere canaglia in un determinato momento storico. Basterebbe smettere di usare questo modo di dire per cambiare la natura dei rapporti internazionali». Ma il terrorismo scomparirebbe smettendo di parlarne in modo ossessivo? «No, ma noi occidentali verremo messi finalmente di fronte al peso storico delle parole che usiamo». **Vanessa Roghi**



Esibizione sui trampoli a Trinidad. Sotto: visitatori alla mostra sull'11 settembre a Washington. A sinistra: due poliziotti antiterrorismo a Sydney

campagna, reclutare personale e fare pubblicità in tutto il mondo. Il Sogno Americano sopravvivrà alle avversità. Non la-

possibile: l'Aids, la malnutrizione, il protezionismo commerciale e la malaria. Settanta miliardi di dollari risolverebbero la calamità che ogni anno uccidono milioni di persone. Il potere del singolo è travolgente e irrefrenabile. Come l'acqua corrode una montagna una goccia alla volta, così esistono pochi problemi che non possono essere risolti se un numero adeguato di persone vi si impegna con dedizione.

Come si fa a lottare per un mondo migliore? Trasferite quel sogno dalla vostra testa alle vostre mani. Prima di tutto fatevi coinvolgere personalmente, suddividete i grossi incarichi in mansioni più piccole. Scegliete tre cose che potete fare e fatele. Poi sceglietene altre tre. Con soli cinque dollari potete finanziare una zanzariera antimalaria che salverà una vita umana. C'è un'opportunità in agguato, quella di trasformare il mondo per mezzo di connessioni emotive globali. Possiamo fare del mondo un Lovemark, un luogo di mistero, sensualità e intimità. Lasciamoci la guerra alle spalle, dunque, e uniamoci alla lotta.

traduzione di Anna Bissanti

ingloba, col quale ognuno può identificarsi e al quale ciascuno può dare un suo contributo.

Il mio secondo messaggio è stato quello di essere davvero coscienti su tutto ciò. Quando si sta facendo qualcosa che è considerato impopolare e controverso, non resta che correre altrettanto forte nella direzione opposta. Questo significa combattere la povertà globale, la fame, le malattie e tutto ciò nell'agenda americana dovrebbe essere tanto importante quanto la guerra al terrorismo. Dare un nuovo nome alla politica estera americana non porterà tuttavia alcun mutamento di percezione, almeno finché 15 mila africani muoiono ogni giorno di Aids, tubercolosi e malaria. Quest'ultima, una malattia che è possibile prevenire e che è perfettamente curabile, uccide ogni mese tanti bambini quanti ne sono morti per lo tsunami nell'Oceano Indiano. L'America ha bisogno di una forza di combattimento in grado di avere accesso a qualsiasi campo di battaglia nel mondo, ma necessita altresì di un'organizzazione adatta al 21esimo secolo, in grado di combattere globalmente l'Aids, la malnutrizione e le malattie. Ci sono alcuni fantastici programmi e alcune fantastiche organizzazioni impegnate in tutto ciò, ma hanno bisogno di ulteriore sostegno per conseguire risultati più veloci e più efficaci. Questo sforzo è il "prodotto" per il quale si deve fare

sciare che alcun esperto vi convinca del contrario. I giovani sono attratti dall'ardente ottimismo che lo caratterizza, come le falene sono attratte da una fiamma.

La lotta per un mondo migliore sarà ispirata, non semplicemente portata avanti, da spiriti irresistibili, da protagonisti ispirati, dalla forza del singolo. Ecco come l'America ha cambiato il mondo nel secolo scorso. Ecco come il mondo sarà cambiato in questo nuovo secolo. I Protagonisti Ispirati dicono: «Noi non molleremo». L'economista Jeffrey Sachs con la sua passionale mania di porre fine alla miseria estrema. La rockstar Bono, allievo di Sachs, e il team della campagna www.one.org fatto di americani che chiamano a raccolta gli americani, uno per uno, per lottare contro l'Aids e la miseria, Mary Robinson a capo dell'Ethical Globalization Initiative di New York, Bjorn Lomborg e gli economisti che in modo alquanto controverso hanno mostrato come spendere il meno possibile per risolvere il più

