

dibile forma di esercizio dell'attività difensiva, da condurre con adeguato grado di professionalità, deontologia, etica e sobrietà.

In definitiva, quando si affronta un caso giudiziario di rilevanza mediatica, non ci si può più sottrarre al tema della comunicazione. D'altra parte, le scienze sociali insegnano che anche il silenzio e il *no comment* sono una forma di comunicazione, dal significato spesso scarsamente governabile.

Dall'analisi dei casi di gravi crisi reputazionali proposta in questo pregevole volume, il lettore avrà modo di comprendere che la comunicazione è un fenomeno complesso, che richiede un approccio tecnico-scientifico e competenze adeguate di *crisis communication*, soprattutto quando si tratta di gestire contesti (come quello del processo mediatico) che mettono a repentaglio le fondamenta della dignità personale e della vita sociale dell'individuo, anche nella sua accezione di *homo oeconomicus*.

## COSA SIGNIFICA "REPUTAZIONE"?

Di Alberto Pirni<sup>2</sup>

Il tema dei significati legati al concetto di reputazione è decisamente ampio e complesso, intrinsecamente ricco, e certo non comprimibile in questo spazio. Per cercare di interpretarlo al meglio vorrei qui suddividere il mio contributo in tre rapide partizioni dedicate al concetto, ovvero: *complessità*, *storia* e *prospettiva*.

Il primo profilo riguarda, appunto, la *complessità*. A tal proposito, risuona in maniera piuttosto evidente un antico adagio hegeliano, il quale teneva a precisare nelle pagine finali della prefazione alla *Fenomenologia dello Spirito*: "il noto, proprio perché noto, non è conosciuto". Il concetto di reputazione risulta alla più comune opinione come qualcosa di noto, che abbiamo di fronte a noi, con cui tutti i giorni abbiamo a che fare; non siamo però certi se e in che misura tale concetto sia qualcosa di davvero conosciuto, ovvero di compreso riflessivamente e, in forma congiunta, criticamente. Provare a consoldarne la conoscenza, significa, hegelianamente, rendere la reputazione "moneta sonante", ovvero opportunità e *potenzialità di scambio*, nella quotidianità del nostro agire e del nostro pensare, nella

Alberto Pirni è Professore di Filosofia Morale alla Scuola Superiore Sant'Anna di Studi Universitari e di Perfezionamento di Pisa, dove insegna Etica pubblica, Etica ed economia, Ethics of Security e Intergenerational Justice, nonché componente del comitato etico dell'Università. Visiting Professor in prestigiose università estere, come - tra le altre - Madrid, San Pietroburgo e Buenos Aires, è anche Coordinatore della Scuola di Alta Formazione Filosofica di Arequipa, ed è nel comitato scientifico e nel comitato di redazione di riviste di settore - Alberto.Pirni@santannapisa.it. Il presente articolo costituisce una rielaborazione e integrazione della relazione di apertura del convegno dal titolo "La buona reputazione come acceleratore di business nelle relazioni bilaterali Italia/Albania" svoltosi a Tirana il 16/03/2023 presso l'Università Cattolica "Nostra Signora del Buon Consiglio".