

BOOK SUMMARY

VIETATA OGNI RIPRODUZIONE E/O DIFFUSIONE ANCHE IN FORMA PARZIALE ©



L'AUTORE



Stefano Greco opera sul mercato della Consulenza aziendale, della Selezione e della Formazione dal 1992, vivendo da Imprenditore tutti gli aspetti riferiti sia alla vendita di Servizi a Privati ed Imprese, sia alla gestione delle persone.

Autore di libri ed articoli specialistici, ha sviluppato competenze specifiche nella Consulenza organizzativa, nella Selezione, nella Valutazione e nella Formazione manageriale e commerciale.

L'autore è intervenuto in oltre 70 organizzazioni, nel settore privato e della Pubblica Amministrazione, svolgendo più di 1200 interventi formativi in aula, in outdoor e con la metodologia del coaching.

Oltre ad *Umore & Management*, con Franco Angeli ha pubblicato “La formazione come palestra della professionalità. Guida pratica all'utilizzo delle attività formative per le Persone e le Organizzazioni”, Milano, 2007.

E' iscritto all'Albo degli Psicologi della Regione Lazio ed è Responsabile Olympos Roma. Per contattare l'autore:

Cellulare: 3403881451

E-mail: stefano.greco@olympos.it

BUONA LETTURA!

1. PERCHE' UN LIBRO SU UMORISMO & MANAGEMENT

La genesi del libro affonda le sue radici nella pratica professionale di Consulente aziendale che ogni giorno mi porta a contatto diretto con persone e organizzazioni e in un'indagine che abbiamo svolto, come Olympos Group, sul rapporto tra umorismo e management su un campione di manager e professional su tutto il territorio nazionale. L'osservazione e lo studio dei contesti organizzativi e del mercato, uniti all'ascolto delle persone, mi hanno fatto giungere alla conclusione che oggi il sorriso sul lavoro è pericolosamente in via di estinzione. Da qui il desiderio di offrire un contributo di "positività", in termini di riflessioni sul rapporto tra Umorismo e Management, come antidoto a questo vischioso marasma di incertezza diffuso tra le persone nelle aziende e più in generale nelle comunità in cui viviamo. E' un testo pensato soprattutto per tutti coloro che ricoprono ruoli manageriali ed hanno quindi dirette responsabilità nella gestione delle persone.

Il carattere innovativo del libro è l'approfondimento dell'umorismo inteso sia come risorsa psicologica e comunicativa, sia come vera e propria chiave interpretativa di alcune situazioni organizzative nelle quali la leadership è chiamata ad esprimersi con un valore aggiunto che faccia realmente la differenza tra mediocrità ed eccellenza.

In questi tempi di abuso degli strumenti normativi sulla flessibilità, di mobbing, di lavoratori a progetto e di pseudostagisti, sorridere e far sorridere non è impresa facile. Proprio per questo, il libro vuole lanciare l'ultima sfida – in ordine di apparizione nella letteratura e nelle prassi manageriali – a chi oggi desidera sviluppare una leadership di successo: combattere la demotivazione, l'improduttività, l'abulia commerciale, l'immobilismo professionale, la stasi del pensiero, l'inerzia psicologica, a colpi di sorriso; ma non un sorriso manipolativo, di circostanza o sintomo di isterismo: ci riferiamo ad un inequivocabile segnale di autenticità e benessere, di energia contagiosa, di spessore umano e professionale.

2. LEADER SAPIENS, LEADER RIDENS

Qualcuno si è accorto che le organizzazioni non vogliono più circondarsi di responsabili tristemente seri o seriamente tristi e ufficializza un'ammonizione: "Manager, imparate a sorridere"¹.

Era ora finalmente. Le componenti umane nelle attività di head hunting e nella formazione manageriale rivestono un ruolo sempre più cruciale nell'identificare cosa è richiesto ad un "buon capo" per essere un leader efficace, ricordato da collaboratori, colleghi, superiori, clienti, con una benevola immagine anche a distanza di molto tempo.

¹ Roberta Galli, in "DIRIGENTE" Il giornale di Manageritalia, n° 10, ottobre 2005

A differenza invece del “pessimo capo” a cui tutti, o quasi, augurano un lontano e tempestivo trasferimento, un provvidenziale prepensionamento o addirittura sgradevoli accadimenti.

Tuttavia, un incitamento al sorriso fine a se stesso rischia di diventare la solita moda letteraria del momento se non lo si colloca in un orizzonte culturale e di analisi di più ampio respiro.

La finalità di questo libro è approfondire l’umorismo come risorsa manageriale da coltivare, sviluppare ed integrare opportunamente nel proprio stile di leadership.

Esploreremo dunque le applicazioni della capacità umoristica nell’ambito di un nuovo o rinnovato modo di vivere il ruolo di leader in scenari di mercato sempre più complessi e sfidanti.

Il rapporto tra umorismo e management si presenta come un fitto bosco ancora poco perlustrato ma, appena ci addentreremo nei suoi sentieri, rimarremo subito colpiti dalla sua ricca “flora” e “fauna”.

Fuor di metafora, ragionare di umorismo in rapporto al management significa incontrare una gamma di sfumature psicologiche ed emotive sorprendentemente ampia. La risorsa umoristica trasforma il grigiore e la pesantezza di alcune situazioni aziendali nel verde rigoglioso di stati d’animo e comportamenti “positivi”.

La necessità di tale metamorfosi nasce principalmente dall’osservazione quotidiana del panorama politico- manageriale italiano: dai governanti della Repubblica ai top manager aziendali, dai piccoli-medi-grandi imprenditori ai dirigenti e quadri di ogni giorno, la visione è poco confortante.

Anche le scrivanie più capienti non riescono a contenere l’ego espanso di alcuni di questi personaggi. Quando entri nei loro uffici e li approcci, è come trovarsi all’interno di una stanza di Escher e vivere un’illusione ottica che ti confonde il corretto angolo di osservazione: essi sono o appaiono? Il viso che osservo è un volto umano od una maschera da teatro greco?

La percezione complessiva è comunque quella di individui pieni di sé, la cui presunzione li porta a sentirsi l’ombelico del mondo e a comportarsi di conseguenza: “Aggiornamento? Qualità? Valorizzare le persone? Ma mi faccia il piacere...!”.

Altri invece li vedi sonnecchiare paciosamente nel loro piccolo mondo antico dello status quo: si lamentano anche se qualcuno li disturba per un incontro o per una documentazione da produrre. Magari conoscono bene l’inglese, ma di Commitment, Change Management, Leadership, proprio non ne vogliono sentir parlare: non per supponenza, semplicemente per quieto vivere.

Poi esistono i supermen e le wonderwomen aziendali che, a loro confronto, sembri uno sfaticato. Affetti da riunionite cronica ed in perenne movimento, nessuno riesce a stargli dietro.

Peccato, perché oggi l’essenza della leadership è: “Se vuoi un leader, cerca i follower!”.

Infine esistono alcuni manager pubblici e privati che hanno saltato il fosso della decenza e custodiscono tesori illeciti nei caveau delle banche, rubano e corrompono, lasciano fallire le aziende per tornaconto personale oppure sono campioni insuperati di mobbing: ma questa è un’altra storia di cui, appunto per decenza, non tratterò.

Insomma, ragionare di umorismo nelle organizzazioni non è impresa da poco, soprattutto perché l'humus privilegiato in cui può essere coltivato e sviluppato è costituito da una cultura d'impresa caratterizzata da un' elevata intelligenza emotiva, ossia da quel prezioso crogiuolo di elementi essenziali come l' etica, l' attenzione concreta e costante verso il benessere delle persone, un sistema di sviluppo delle competenze al passo con i tempi, la responsabilità sociale e ambientale.

In questo senso, molte organizzazioni e quindi i responsabili che le gestiscono, dimostrano un'impressionante arretratezza di cui non sempre è facile comprenderne le cause e soprattutto le ragioni del loro persistere in questo sconcertante limite.

Secondo Cesare Vaciago, autore di "Le regole del buon capo. La leadership in dieci mosse" edito da Sperling & Kupfer, "Nel nostro Paese abbondano gli imprenditori ma scarseggiano i buoni capi.

Il risultato è un Paese sempre vitale, ma raramente efficiente con continuità.

Il fatto è che qui da noi non esiste una cultura radicata dell'impresa.

L'Italia è il crogiuolo di due grandi culture, quella cattolica e quella marxista. Entrambe sono caratterizzate dal sospetto nei confronti del profitto e da una concezione fortemente gerarchica dei rapporti.

In questa situazione non c'è mai stato spazio per una riflessione sull'etica dell'impresa e mai si è affrontata una questione che è banale e al tempo stesso essenziale: com'è che si fa a meritarsi la leadership? Nessuno si è dedicato a formare questa cultura in modo serio.

Per la maggior parte i nostri capi provengono dalle facoltà di Ingegneria e di Economia e Commercio; facoltà costruite intorno alle figure del progettista e dell'economista che sono nate per altri obiettivi. Andiamo verso una società che richiede capi sempre più bravi. In Italia ne siamo carenti e questa lacuna è il nostro principale rischio strategico"².

Di fatto, l'osservazione professionale conferma che diversi imprenditori e responsabili ricoprono formalmente un ruolo manageriale ma sono in difficoltà nell'interpretarlo in modo corretto e la cosa preoccupante è che non sanno riconoscerlo o, peggio, non vogliono ammetterlo.

La chiave di lettura socioculturale ci aiuta ad interpretare il fenomeno e tuttavia credo che il nocciolo della questione sia la presenza o l' assenza delle qualità personali. L'intelligenza dei sistemi sociali e quindi anche organizzativi, è il risultato diretto della qualità delle persone, la cui origine è nello sviluppo e nell' applicazione dell' intelligenza emotiva.

L'intelligenza viene spesso confusa con la cultura: è un notevole errore perché ad un titolo di studio e/o ad un master non necessariamente corrisponde nella persona il saper vivere e far vivere bene gli altri, anzi! Lo studio e la formazione finì a se stessi diventano erudizione mentre l'apprendimento "ragionato", nel senso di interiorizzato, costituisce il prerequisito per lo sviluppo di una "intelligenza di vita" caratterizzata da curiosità, apertura mentale, disponibilità al confronto con le diversità, ricerca del benessere personale e sociale, umorismo.

² Intervista sul Messaggero del 1 marzo 2002