

Offerte della settimana

Master Telecom Italia
in
Business Innovation & ICT
Management

**Online product &
project manager**
Primaria Azienda
Editoriale è alla ricerca
di...

SODICAM ITALIA
Gruppo RENAULT
Ricerca Consulieri
Commerciali in Toscana,
E...

**RICERCA DI TECNICO
MECCANICO**
Siamo alla ricerca di n° 1
persona da adibire...

MADAGASCAR Hotel
Andilana Beac
ricerca direttore di
villaggio, responsabile ...

SBB Cargo Italia,
Impresa ferr
nel trasporto di merci
continua l'espansione ...

Tutte le offerte ▶

Notizie

Un cantastorie per i manager "Più efficienti con le favole"



di MANFREDI LIPAROTI

C'era una volta un imprenditore ambizioso. La sua piccola azienda si preparava a sbarcare sul mercato internazionale. Un posto oscuro e pieno di pericoli, con concorrenti agguerriti e insidie dietro ogni angolo... Potrebbe iniziare così una fiaba ambientata nel mondo del lavoro di oggi. Ma si perderebbe tutta la magia delle storie di Esopo, Perrault e dei fratelli Grimm, di Pollicino, della volpe e l'uva, del gatto con gli stivali: favole della tradizione come quelle che Piera Giacconi racconta nei suoi workshop aziendali, in cui allegoria e morale sono utilizzate per consolidare la leadership, migliorare la collaborazione, trovare nuove soluzioni, "abbandonando il sentiero abituale, come fa Cappuccetto Rosso inoltrandosi nel bosco".

Arteterapeuta e consulente, Piera Giacconi è infatti una "cantastorie in azienda". È una formatrice "giullaresca e buffa", chiamata da dirigenti e manager di imprese di alto livello. A loro offre uno sguardo diverso sulla vita imprenditoriale, che racconta attraverso storie di fate e di streghe, di sconfitte e di riscatti, di odio e d'amore. Le stesse capaci di toccare - ne era convinto Carl Gustav Jung - immagini ed emozioni profonde, così da far scattare la molla giusta per combattere l'ansia o per ritrovare entusiasmo sul lavoro.

"Gli esseri umani costituiscono la risorsa più innovativa attualmente disponibile", afferma Piera Giacconi in "C'era una volta... Un cantastorie in azienda", il libro (edito da Franco Angeli, pagine 176, euro 20) in cui spiega come le fiabe possano essere utili nel contesto professionale. "La loro energia - continua - è inestinguibile, una vera fonte rinnovabile, e le fiabe raccontano da sempre come liberarla una volta per tutte. Non sono storie per addormentare i bambini, ma per svegliare la coscienza degli uomini e delle donne".

Le favole, quindi, come strumento di introspezione, simboli-grimaldello per sbloccare energie nascoste. D'altronde è proprio una fiaba a insegnare come fare: quella del principe azzurro senza macchia e senza paura, che seguendo l'istinto libera la sua bella rinchiusa sulla torre. Solo che in azienda non ci sono principesse da salvare. Più facile che si verifichino colli di bottiglia nella comunicazione tra i reparti, che ci sia un clima di aggressività, che si faccia fatica a prendere una decisione, soprattutto quando calano motivazione e vendite. "Le fiabe sono chiamate a fare miracoli dove prima non si trovavano - continua Piera Giacconi -. Parlano di etica, sono una trasmissione laica di insegnamento sull'uomo e sul suo funzionamento nel piano materiale ed evolutivo".

Grazie al linguaggio diretto e fortemente evocativo, le favole sono esercizi di fantasia e creatività, che anche negli adulti sollecitano la capacità di astrazione. Calate nel mondo dell'impresa, drammatizzano un problema e aiutano a trovarne la via d'uscita. "Le fiabe hanno grande successo perché sono semplici nella loro complessità" aggiunge il professor Alberto De Toni, presidente dell'Associazione italiana di ingegneria gestionale, nell'introduzione al volume. "Sono semplici in quanto storie che creano un contesto di valori, immaginano un percorso, attribuiscono dei significati, aprono delle riflessioni, ricavano una morale. Ma sono anche complesse perché lasciano aperte delle prospettive di interpretazione, esercitano la capacità di leggere tra le righe, attivano la fervida immaginazione".

Ma come funziona una sessione di favole in azienda? Dirigenti e impiegati si dispongono in cerchio. Al centro il narratore, che inizia a raccontare la sua storia, scelta su misura dell'impresa. Segue una fase di commento, in cui ogni ascoltatore dà sfogo alle emozioni suscitate dalla storia e ne propone nuove interpretazioni o finali alternativi. "Dopo la narrazione riflettiamo sui comportamenti osservati e vissuti in immaginazione - continua Piera Giacconi -. I commenti saranno diversi quante le persone in aula, perché ogni fiaba si può leggere a strati, a vari livelli di profondità". Ma niente commenti psicoanalitici o troppo intellettualoidi: per funzionare "la fiaba va vissuta in semplicità, come fanno i bambini".

Ultime Notizie



Stage, da Pechino a New York
laureati al lavoro nel mondo



Tra ricerca e apprendistato
le selezioni di Telecom Italia



Trovare lavoro con la crisi
"Ci riesce solo uno su tre"

Tutte le notizie ▶

Canale Formazione

Logo Gallery