

## UMORISMO & MANAGEMENT: L'INNOVAZIONE NELLO SVILUPPO DELLA LEADERSHIP

di  
Stefano Greco\*

Qualcuno crede che il concetto di innovazione sia legato solo al settore dell' Information and Communication Technology.

In realtà, ancora prima delle tecnologie, l'innovazione vera e propria riguarda il pensiero dell'uomo e la sua visione della vita.

Aristotele, Gesù, Siddharta, Galileo, Copernico, Freud, Gandhi, rappresentano solo alcuni esempi di personaggi la cui leadership ha rivoluzionato il modo di intendere ed interpretare gli eventi umani, cambiando di fatto la storia del mondo.

Credo che oggi, nella dimensione del quotidiano, la sfida del diventare innovativi riguardi molto coloro che gestiscono le persone sul lavoro. Umorismo e Management è il nuovo paradigma di pensiero orientato a sviluppare una leadership a valore aggiunto, vale a dire un'azione manageriale finalizzata a creare benessere diffuso e duraturo nelle organizzazioni ed azionata da propulsori ad energia "positiva", "solare".

La domanda spontanea a questo punto è: "Come nasce l'idea di approfondire il rapporto tra umorismo e management?".

I motivi che portano a ricercare le affinità elettive di questa "strana coppia" sono soprattutto i seguenti:

1) Vi siete mai soffermati, con discrezione naturalmente, ad osservare i volti e le espressioni delle persone che la mattina, in macchina, in autobus, in metropolitana, a piedi si recano al lavoro? Se la risposta è sì, disponete già dei basilari elementi per capire quanto può essere importante mettere l'umorismo nel lavoro ed il lavoro nell'umorismo.

2) Un campanello d'allarme sta già suonando da tempo ed è quello della sofferenza attualmente diffusa all'interno delle organizzazioni: una condizione psicologica negativa dovuta soprattutto alla precarietà dei rapporti di lavoro, alla pressione sempre più forte sui risultati, all'incertezza degli scenari e, ultimo ma non da meno, a stili di leadership tristi, pesanti e/o molto autoritari.

3) Per molti manager, l'umorismo è una delle più sottovalutate e sottoutilizzate risorse gestionali con il conseguente risultato di produrre ambienti di lavoro noiosi, ripetitivi, senza ispirazione e in diversi casi, molto stressati.

E' dunque più che mai urgente tornare ad occuparsi concretamente di benessere organizzativo ma non come moda del momento né tanto meno con un approccio ideologico o meramente intellettuale scollegato dalla realtà.

Esistono almeno due ottime ragioni per impegnarsi a sviluppare concretamente uno stile di leadership innovativo:

- Una bella fetta della nostra autostima e del nostro senso di identità è legata a quello che facciamo per vivere e dunque il lavoro costituisce ancora un luogo psicologico e simbolico molto importante per le persone.
- Le ore che trascorriamo sul posto di lavoro, sono ore della nostra vita che nessuno ci darà indietro; non sono cumulabili nel TFR, né alcuna pensione o polizza assicurativa ci restituirà il valore del tempo speso negli uffici, nei campi, nelle scuole o sulle strade.

La chiave di lettura per interpretare correttamente il rapporto tra umorismo e management risiede proprio nel nuovo concetto di umorismo inteso come "risorsa-competenza manageriale a 360°" che include:

- ✓ La capacità di raccontare battute, aneddoti, storie in modo pertinente ed efficace
- ✓ La capacità di allentare le tensioni e di sdrammatizzare

- ✓ La capacità di ampliare le vedute e di facilitare l'elasticità mentale
- ✓ La capacità di utilizzare questo "filo intermentale" per rimuovere residui di ansia e stress che inevitabilmente si accumulano lavorando ed interagendo con gli altri
- ✓ La capacità di esprimere uno stile di leadership animato, valorizzante ed emotivamente coinvolgente.

Possiamo dunque definire il manager dotato di umorismo un "Company Energizer", un personaggio che stimola costruttivamente le persone senza stressarle, che sa bilanciare efficacemente il momento dell'operatività con quello del gioco ed è consapevole del fatto che una sana risata rappresenta una momentanea vacanza per tutti.

Se è vero che l'umorismo costituisce un efficace antidoto ai veleni della mosceria, dell'abulia, e della rassegnazione, è altrettanto vero che l'abuso lo trasforma in un pericoloso "rumorismo di fondo" che va ad inquinare l'ambiente di lavoro. Barzellette che non fanno ridere o percepite come fuori luogo, pettegolezzi irrispettosi, parlare molto per metafore e/o citazioni, proporre vignette più o meno "sataniche", sortiscono esattamente l'effetto contrario a quello sperato, generando perplessità, stress o addirittura conflittualità.

L'umorismo deve essere sempre "safe", sicuro, e riconosciuto come parte integrante – e non sostitutiva! – di uno stile di leadership brillante ed al passo con i tempi.

Le persone, infatti, accettano e vivono positivamente solo l'umorismo proveniente da capi che stimano e che hanno provveduto prima a soddisfare bisogni di riconoscimento ed efficienza sul lavoro.

Un'altra importante considerazione è che la presenza di un sano umorismo nei team è l'indicatore del fatto che le persone padroneggiano la situazione, sono in relazione tra di loro non come dei meccanismi assemblati ma come esseri umani ed hanno quindi più probabilità di successo nel raggiungere gli obiettivi assegnati. Tali squadre di lavoro sono affiatate, si fondano sulla reciproca fiducia ed hanno in circolo preziose endorfine che stimolano energie positive.

La naturale conseguenza di tali condizioni è che la motivazione delle persone a conseguire i risultati risulta ancora più incisiva.

Un principio manageriale ci ricorda infatti che: "Diamo il meglio di noi stessi quando ci divertiamo nel fare quella cosa, vale a dire troviamo stimoli importanti ed in un certo senso unici".

In questa prospettiva, l'umorismo agisce da "catalizzatore di creatività", favorendo nelle persone la capacità di "giocare" con le idee ed i pensieri per sviluppare nuove connessioni ed associazioni mentali. Tuttavia, l'umorismo è una risorsa necessaria ma non sufficiente. Bisogna ricordarsi, infatti, che il terreno dove nascono e crescono le soluzioni va prima arato con un atteggiamento fortemente orientato ai risultati, poi fertilizzato con umorismo e creatività, infine innaffiato di competenze tecniche e manageriali.

Se la "Board Room" si trasforma in "Bored Room", allora è giunto il momento di fare irruzione con i "Reparti Speciali della Risata" e liberare le persone tenute in ostaggio da azionisti, CEO e manager rabbuiati e molto seriosi.

Ogni manager intelligente sa, o quanto meno dovrebbe sapere, che il contrario di umorismo non è la serietà ma è lo stress, così come il contrario della parola mobbing è dire con un sorriso sincero alle persone: "Grazie per il vostro impegno!".

Il manager che sviluppa il senso dell'umorismo ha il vantaggio di superare l'arcaica dicotomia che vede l'arte contrapposta alla tecnica, ossia l'idea secondo la quale l'"artista" è qualcuno di "diverso" dal "tecnico/professionista": il primo può ridere e far ridere, il secondo deve essere necessariamente "serio".

Oggi, invece, ogni responsabile può diventare l'artista del suo modo di essere e di fare il leader in azienda, manifestando l'umorismo sia come una vera e propria forma d'arte comunicativa-relazionale, sia come visione costruttiva degli eventi e della vita.

E quando l'umorismo manca?

Allora ci troviamo al triste cospetto di “ininspiring leader” e “ininspiring organizations”, leader e organizzazioni senza ispirazione, con tutto quello che tale situazione comporta in termini di costi emotivi e psicologici.

Due casi osservati di recente sul campo:

- 1) Due titolari di un'impresa di prodotti semidurevoli decidono di convocare tutti i diciotto dipendenti per “scegliere democraticamente attraverso una votazione”, la musica più adatta per l'attesa telefonica del centralino. Primo risultato della votazione: i dipendenti optano, praticamente all'unanimità, per la canzone di un cantante moderno mentre i due titolari propongono una canzone degli anni Cinquanta. Risultato finale: l'attuale musica di attesa telefonica è la canzone scelta dai due titolari, derisa sistematicamente da fornitori e clienti che telefonano in azienda...
- 2) Un'azienda di servizi, in occasione di una fiera del proprio settore, ha investito somme enormi nello stand e nella pubblicità. Fin qui, nulla di strano. Il “bello” viene dopo, ascoltando i commenti di un responsabile commerciale:  
“Per risparmiare sull'albergo, ci hanno fatto dormire in una stanza doppia insieme ad un altro collega. Ho un buon rapporto con il collega ma francamente, dopo una giornata massacrante allo stand, uno vuole un po' di tranquillità... In più, come se non bastasse, il nostro direttore ha voluto che ogni sera cenassimo con lui, in un ristorante vicino il suo albergo che si trovava esattamente dalla parte opposta della città!”.

Storie di ordinaria follia aziendale in cui non solo rileviamo l' assenza di umorismo ma anche la totale mancanza di rispetto delle persone!

Cosa fare, dunque, per sviluppare una leadership innovativa attraverso l'umorismo?

Prima di tutto, somministrarsi una buona dose di autoironia perché, come sostiene Roberto Gervaso, “Nessun uomo è più serio di chi sa ridere di se stesso”.

In secondo luogo, bisogna lavorare concretamente su se stessi ponendosi alcune domande “scomode” del tipo:

- Come vivono la mia presenza o la mia assenza (!) in ufficio i miei collaboratori?
- Quando tengo una riunione, qual è il bilancio, tra sbadigli, sorrisi e sguardi in cagnesco?
- In che modo sarò ricordato in futuro dai miei collaboratori?
- Da 1 (poco) a 10 (molto), quanto umorismo metto nel mio lavoro?

Le risposte, che naturalmente devono essere sincere, indirizzano il manager verso una nuova consapevolezza del suo modo di esprimere la leadership nei contesti organizzativi.

E chi non crede nell'importanza o nella necessità di rinnovarsi?

Rischia che dietro le sue spalle i collaboratori sussurrino:

“E' portatore sano di umorismo, ce l'ha ma non gli fa niente!”.

\* Psicologo, Autore del libro “Umorismo & Management. Una leadership a colpi di sorriso. Come sviluppare un approccio innovativo nella gestione delle persone in azienda”, Franco Angeli, Milano, 2006