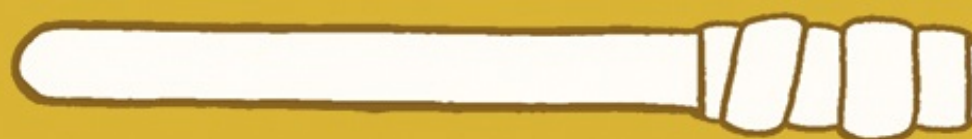


BEPPE CARRELLA

PINOCCCHIO



LEADERSHIP

SENZA BUGIE

ILLUSTRAZIONI DI
ELEONORA CAO PINNA

goWare



BEPPE CARRELLA

PINOCCHIO
LEADERSHIP
SENZA BUGIE

ILLUSTRAZIONI DI
ELEONORA CAO PINNA

Introduzione di Giulio Sapelli

goWare

© 2017 goWare, Firenze, prima edizione digitale

ISBN: 978-88-6797-806-9

Redazione: Ornella Soncini

Copertina: Eleonora Cao Pinna

Illustrazioni: Eleonora Cao Pinna

Progetto grafico: Marco Arrighi

Sviluppo ePub: Elisa Baglioni

goWare è una start-up fiorentina specializzata in digital publishing

Fateci avere i vostri commenti a: info@goware-apps.it

Blogger e giornalisti possono richiedere una copia saggio

a Maria Ranieri: mari@goware-apps.com

I proventi di *Pinocchio. Leadership senza bugie* verranno devoluti all'Associazione Comunità dell'Arca di Ciampino (Roma):

<http://www.larche-ilchicco.it>

La comunità vuole essere il segno che una società realmente umana debba essere fondata sull'accoglienza e sul rispetto dei più piccoli e deboli. È fondata su relazioni di alleanza tra individui diversi per livello intellettuale, origine sociale, religione e cultura, e sull'incontestato valore delle persone con disabilità mentale. La comunità riconosce che le persone con disabilità mentali spesso hanno qualità d'accoglienza, di meraviglia, di spontaneità e di verità fuori dal comune. Nella loro sobria fragilità, i disabili hanno il dono di toccare i cuori e di chiamare all'unità. La vita comunitaria è inoltre fondata anche sulla consapevolezza che la debolezza e la vulnerabilità della persona umana, lungi dall'essere ostacoli all'unione con Dio, possono invece favorirla.

[Copertina](#)

[Presentazione e Autore](#)

[Come si legge questo libro](#)

[Inizia a leggere](#)

[Introduzione di Giulio Sapelli](#)

[Lista dei nomi e dei luoghi citati](#)

[Indice](#)

Grazie per aver acquistato l'ebook di Beppe Carrella

[*Pinocchio. Leadership senza bugie*](#)

Per ricevere offerte speciali, informazioni sulle promozioni e le nuove uscite
iscriviti alla nostra newsletter

[ISCRIVITI](#)

Oppure vieni sul nostro sito

www.goware-apps.com

Se vuoi contattare l'autore

[scrivi qui](#)

PRESENTAZIONE

Cosa ci dovrebbe insegnare sulla leadership, Pinocchio, il re dei bugiardi? Cosa vuol dire raccontare bugie? Quale leader ammetterebbe candidamente che racconta, senza costrizioni, un sacco di frottole? La leadership è fatta, raccontata con storie sempre di grandi valori universali che si perdono, però, nella quotidianità del vivere assieme. Troppi omissis in queste storie. La vera leadership è un'altra cosa.

Quello di Carrella è un viaggio attraverso la verità delle bugie a suon di musica, di rock scatenato e di canzoni che sembrano poesie e di poesie che sembrano canzoni. Una narrazione senza respiro. Nessun ammiccamento per ingraziarsi il lettore. Duro come solo il rock può esserlo. Come solo le storie vere lo sono. Ogni passaggio una canzone, un ricordo, un puntino, un racconto di storia aziendale. Canzoni, opere, fumetti, documentari, videoclip per la declinazione originalissima dell'eroe Pinocchio che cerca di diventare libero attraverso la disobbedienza, la bugia e il confronto con la propria vulnerabilità.

Forse è proprio questo il percorso del leader: raccontare solo quello che gli altri vogliono sentirsi dire. Ed in fondo, allora, Pinocchio burattino è quello che dice meno bugie di tutti.

* * *



BEPPE CARRELLA, manager cresciuto nel mondo ICT, CEO di alcune aziende di questo settore in Italia e all'estero, fondatore di BCLAB e docente in diverse università italiane e straniere. Nel 2013 il suo libro *Provocative thoughts* è stato considerato tra i dieci libri più importanti sul tema delle risorse umane dalla prestigiosa rivista americana HR.com.

Indice

[Copertina](#)

[Frontespizio](#)

[Colophon](#)

[Presentazione](#)

[Come si legge questo libro](#)

[Rousseau e Hillman: Per Beppe Carrella di Giulio Sapelli](#)

[Percorso illustrativo di Eleonora Cao Pinna](#)

[Introduzione: Leadership senza bugie](#)

[Premessa: Perché Pinocchio](#)

[Introduzione: Il contesto e le sfide](#)

[Pinocchio I: Storia di un burattino](#)

[Le ombre: una profonda superficialità](#)

[L'apprendista stregone](#)

[Il rodaggio: a fare le cose bene o a farle male ci vuole lo stesso tempo](#)

[Andare oltre: un'ignoranza enciclopedica](#)

[Tutti morti: un burattino che muore senza spettatori è morto per davvero?](#)

[Pinocchio II: Le avventure di Pinocchio](#)

[“Disgraziatamente, nella vita dei burattini c'è sempre un 'ma' che sciupa ogni cosa.”](#)

[Se obedece pero no se cuple](#)

[Il mondo alla rovescia: le sciabole a casa e i foderi a combattere](#)

[La biscia anomala: se non sai una cosa, insegna](#)

[Destinazione sballo: mandami un selfie vestito da asino](#)

[Epilogo: Finalmente Pinocchio...](#)

[Bonus Track n. 1 a cura di Nick Drake](#)

[Bonus Track n. 2 Una storiella sufi](#)

[Ringraziamenti](#)

[Lista dei nomi e dei luoghi citati](#)

Ai miei due beautiful *buddies*,
Leonardo Cine-terrone-americano
e Alessandro Cine-terrone-inglese

Life is what happens to you while you're busy making other plans.
John Lennon – [*Beautiful Boy*](#)

COME SI LEGGE QUESTO LIBRO

Pinocchio. Leadership senza bugie potrebbe sorprendervi: da un lato, testo di saggistica manageriale con più livelli di lettura e un continuo confronto con il classico di Collodi; dall'altro, libro di ultima generazione con link cliccabili e codici scansionabili collegati a più tipologie di media.

Ecco una breve legenda per facilitare la comprensione del testo e per sviluppare le sue possibilità multimediali.

- Oh babbo!

Il testo evidenziato in grigio è tratto da *Le avventure di Pinocchio. Storia di un burattino* di Collodi. L'edizione consultata è quella pubblicata da Feltrinelli nel 1993.



Le parti con la silhouette a margine sono digressioni dell'autore, estensioni del discorso che svolgono tematiche o approfondimenti legati a quello portante.

Napoleone

Le **parole in blu** (nella versione ebook) segnalano la presenza di un collegamento ipertestuale al web.



Questa grafica indica l'inizio di un testo tratto da una canzone che si può ascoltare integralmente su YouTube attivando il link collocato su [Ascolta](#).



Rousseau e Hillman: Per Beppe Carrella

di Giulio Sapelli

Non abbiamo più nulla da apprendere dalle convenzionali tecniche gestionali e meno che mai dal cosiddetto “pensiero manageriale”. Esiste, ma è vero e utile?

Dobbiamo dunque porci la stessa domanda di sempre, e rispondere alla maniera del più grande pensatore anticonvenzionale della storia:

Si nos sciences sont vaines dans l'objet qu'elles se proposent, elles sont encore plus dangereuses par les effets qu'elles produisent. Nées dans l'oisiveté, elles la nourrissent à leur tour; et la perte irréparable du temps est le premier préjudice qu'elles causent nécessairement à la société.

En politique, comme en morale, c'est un grand mal que de ne point faire de bien; et tout citoyen inutile peut être regardé comme un homme pernicieux. Répondez-moi donc, philosophes illustres; vous par qui nous savons en quelles raisons les corps s'attirent dans le vide; quels sont, dans les révolutions des planètes, les rapports des aires parcourues en temps égaux; quelles courbes ont des points conjugués, des points d'inflexion et de rebroussement; comment l'homme voit tout en Dieu; comment l'âme et le corps se correspondent sans communication, ainsi que feraient deux horloges; quels astres peuvent être habités; quels insectes se reproduisent d'une manière extraordinaire? Répondez-moi, dis-je, vous de qui nous avons reçu tant de sublimes connaissances; quand vous ne nous auriez jamais rien appris de ces choses, en serions-nous moins nombreux, moins bien gouvernés, moins redoutables, moins florissants ou plus pervers? Revenez donc sur l'importance de vos productions; et si les travaux des plus éclairés de nos savants et de nos meilleurs citoyens nous procurent si peu d'utilité, dites-nous ce que nous devons penser de cette foule d'écrivains obscurs et de lettrés oisifs, qui dévorent en pure perte la substance de l'État.

Sì, è tempo di ritornare ai classici, a [Jean-Jacques Rousseau](#) e a questo

suo *Discours sur les sciences et les arts*, il primo testo da lui scritto, per rispondere alla questione “mise en concours” dall’Accademia di [Digione](#) nel 1749: “Si le rétablissement des sciences et des arts a contribué à épurer les mœurs”. La risposta fu che esse, le scienze e le arti, non soltanto non avevano contribuito a “épurer les mœurs”, ma altresì “éloignent les hommes de la vertu”. Avverso al sapere infermo e inutile, Rousseau elogiava il buon senso pratico e la semplicità della virtù. Non dirà due secoli dopo la stessa cosa, più virtuosamente, [Simone Weil](#), affermando che le pratiche migliori di governo e di comando degli uomini si fondano sulle tre virtù penultime, cioè umiltà, attenzione, rispetto?

Rousseau pensava che le scienze e le arti di una società intimamente malata non potevano far altro che corrompere gli uomini.

Noi oggi possiamo dire che dalla corruzione morale e mentale degli uomini si è giunti alla corruzione (intendiamo per “corruzione”, come Rousseau, il concetto di corrosione deprivato da ogni aspetto penale) delle cose, ossia degli uomini e delle cose uniti attraverso gli anelli del potere. Tecnologia e potere e perdita dell’anima. Ecco il dramma di oggi.

E qui viene alla mente la famosa frase di [James Hillman](#), ne *Il codice dell’anima*:

Questo libro, insomma, ha per argomento la vocazione, il destino, il carattere, l’immagine innata: le cose che, insieme, sostanziano la “teoria della ghianda”, l’idea, cioè, che ciascuna persona sia portatrice di un’unicità che chiede di essere vissuta. (p.21 dell’edizione italiana per Adelphi, del 2002).

Ma se tutto il costrutto sociale e simbolico richiede per inverarsi la distruzione dell’anima, allora le organizzazioni, che, non

dimentichiamolo mai, sono associazioni di persone, non possono che corrompersi e decadere, come oggi accade in tutto il mondo del tardo capitalismo sregolato e finanziarizzato.

Per questo il libro di Carrella, con la sua semplice, intelligente, chiara e anticonvenzionale proposta di un nuovo paradigma, lo storytelling che attinge da ciò che vi è di più umanisticamente sperimentato, ossia la letteratura, è un libro da leggere per non perdere la speranza.

Anche per chi, come chi scrive queste righe, dichiara che abbiamo visto fallire le nostre utopie di umanizzare il lavoro e il potere.

Ma non arrendiamoci e ogni giorno impariamo per pensare e far pensare, non convenzionalmente.

Percorso illustrativo

di Eleonora Cao Pinna

“L’idea sarebbe di aggiungere un po’ d’arte”: così è iniziata la mia collaborazione. Le immagini, in ambito artistico ma non solo, hanno un enorme potere evocativo, essendo impregnate di emozioni, sono dirette e immediate; basti pensare che tra i cinque sensi è la vista che, di norma, percepisce per prima il mondo circostante. È per questo, insieme al fondamentale bisogno di espressione e condivisione dell’animo umano, che le arti visive continuano a esistere. Il valore aggiunto, nonché lo scopo, di un disegno in un libro va oltre l’estetica: è idea, è riflessione, è emozione e, in un certo senso, è intimità. Spero che per ognuno di voi, questi disegni avranno anche un significato personale, come se l’immagine vi stesse sussurrando un segreto. Con questa consapevolezza e con questo scopo in mente, ho preso coraggio e ho navigato in acque pressoché sconosciute, ma fortunatamente non ostili. Questo libro ha idee potenti, che mi hanno dato molti spunti di riflessione, perciò l’ispirazione non si è fatta attendere più di tanto. La parte difficile è stata rendere il tutto visivamente efficace.

La riflessione è partita dai personaggi: tre, come i percorsi presenti nel libro.

[Pinocchio](#) è diverso, non è come gli altri burattini, come le “persone morte” che ha intorno: mi sono concentrata su questo e così sono venuti fuori il Pinocchio robot con tratti in stile manga per la parte relativa alla vita aziendale, il Pinocchio donna per la parte con le canzoni e il più

classico Pinocchio per quella che riprende la storia di [Carlo Collodi](#). Una volta definiti i personaggi era ora di metterli in azione e così sono passata alle “scene” e, dopo attente analisi, selezioni e riflessioni, ho scelto i quattro episodi da inserire.

Nella prima scena si vede [Geppetto](#) portato in prigione da un poliziotto: Geppetto è un sognatore, un ribelle; lui e Pinocchio si danno vita a vicenda, ma il povero falegname viene punito per aver osato troppo. I tre Pinocchio invece scappano, corrono più veloci che possono e, già che ci sono, si sbarazzano del [Grillo-parlante](#) sempre in agguato. Il poliziotto è l'unico burattino della scena: sono i fili a comandarlo, mossi forse dalla Bestia di cui porta il marchio.

Nella seconda scena è raffigurata la famosa morte del povero Pinocchio che, in quanto eretico, viene messo al rogo; e chi meglio della [Fata](#), anche lei comandata dai fili e marchiata dalla Bestia, per eseguire la sentenza?

La terza scena è un richiamo all'episodio del pescatore: Pinocchio, nel mezzo di una riunione di lavoro corre via, verso il cambiamento, per non essere “cucinato” insieme ai “mediani” che rimangono invece statici, piatti e credono ingenuamente allo slogan aziendale sul muro.

L'ultima scena è la vera morte di Pinocchio: ora è un bambino e come gli altri ha il marchio della Bestia, ha ceduto, e con lui Geppetto. Entrambi sono finiti nella marmellata melmosa. Si è tolto gli abiti dell'eretico, del cambiamento, e li ha appesi al chiodo. Il Grillo guarda compiaciuto, ha vinto.

La copertina è un po' un riassunto di tutti i concetti portati avanti nel libro: ognuno di noi è un pezzo di legno che dev'essere scolpito, ma è

costantemente esposto a condizionamenti esterni sempre pronti a mettergli dei fili. Sta a noi tagliarli.

Introduzione: Leadership senza bugie


*Non chiederti di cosa abbia bisogno il mondo.
Chiediti cosa ti rende vivo e fallo.
Perché quello di cui ha bisogno il mondo sono persone che si sentano vive.*


[Howard Thurman](#)

In un mondo sempre più sfumato, sempre più difficile da tenere a bada, affrontato con strumenti ormai vecchi e sfide ormai senza senso, stiamo giocando la partita sbagliata, una sfida contro avversari inesistenti. Impegnati in un confronto su un campo ormai polveroso, dove il manager ancora vive, solo grazie ai ricordi dei successi del passato, in una realtà diversa e che con le sue decisioni rischia la scomparsa dell'Azienda e, spesso, dell'intero mercato. Queste condizioni impongono una rivoluzione culturale nel modo di fare business. Il concetto di grande e piccolo lascia il posto al concetto di sopravvivenza. Non è più il pesce grande che mangia quello piccolo, ma quelli veloci che fanno diventare rapidamente i pesci grandi dei dinosauri, buoni solo per il museo. D'altronde, la nascita e la continua proliferazione di centinaia di piccole e medie aziende in tutto il mondo, abituate a configurarsi e riconfigurarsi continuamente grazie alla capacità di ascolto e di analisi dei segnali provenienti dalla società globalizzata, resa tale principalmente dalle tecnologie legate a internet, dimostra ancor di più che la leadership non si fonda sulle dimensioni, ma su un nuovo modello

di sviluppo. Un modello molto simile, e che noi conosciamo benissimo, a quello delle **botteghe rinascimentali**, imprese capaci di sfidare il tempo grazie all'abilità di produrre continuamente innovazione: lavorando con materiali e su contenuti di qualità e producendo valori eterni, soprattutto tramite la grande e unica capacità di trasferire il sapere lungo la catena maestro/allievo. Costruire l'eccellenza: **velocemente, ma senza fretta**. Ecco le semplici parole di [Aristotele](#) a fare da guida e a indicare il modello vincente: "Noi siamo quello che facciamo ripetutamente. Perciò l'eccellenza, non è un'azione, ma un'abitudine"^[1].

Siamo però, anche, la prima società che vive in un mondo in cui non adoriamo altro che noi stessi. Ne abbiamo una grande stima, spesso non supportata se non solo dal nostro ego smisurato. Proprio quello che accadeva poco prima dell'esplosione rinascimentale e ben rappresentata da questa poesia di un anonimo del tempo:


L'umanità è devastata da un male
contro il quale i medici sono impotenti
il contagio dilaga, uomini e donne muoiono
ogni giorno in conflitti etnici senza senso
i senzatetto sono legioni
la gente non sa leggere
i bambini vengono uccisi per strada.



Poche decine di anni dopo l'avvento del Rinascimento che aveva, per la prima volta, messo al centro di tutto l'uomo e la sua abilità a produrre

il bello attraverso un'integrazione tra teoria culturale-umanistica e tecnica pratica.

Oggi assistiamo, speriamo ancora per poco, al conflitto tra *scientific management* e *humanistic management*. È arrivato il momento di passare agilmente da uno all'altro e cominciare a pensare a un'integrazione tra i due mondi.

Storie e racconti possono cambiare il modo in cui sentiamo, pensiamo e viviamo il nostro spazio di lavoro, il nostro modo di affrontare le sfide, gli ambienti condivisi e le diversità cognitive. Sono il fondamento di ogni tradizione, hanno il potere di plasmare le opinioni, spezzare barriere e trasformare situazioni difficili, offrendo spunti per ragionamenti, esempi e soluzioni, ma non delle stupide liste da applicare senza sforzarsi di pensare.

Allo stesso modo, le narrazioni aziendali possono avere scopi molteplici, ponendosi come strumenti di diffusione e condivisione di valori e comportamenti etici, esperienze, obiettivi, conoscenze, pianificazioni strategiche, *vision* e *mission*. Gestione dei conflitti, training, marketing e pubbliche relazioni, vendite ed eventi vari sono solo alcuni degli ambiti in cui lo storytelling prende forma. Si utilizza la narrazione per coinvolgere l'interlocutore, catturarne l'attenzione e trasferire emozioni, perché la consapevolezza e i sentimenti che genera facilitano una maggiore libertà di espressione all'interno di un insieme di obiettivi e valori condivisi. Con le fiabe il bambino affronta – insieme all'eroe – peripezie, problemi e avventure, acquisisce capacità e valori che prima non possedeva e giunge al termine della storia trasformato, cambiato! Anche il *business storytelling* è subordinato al raggiungimento

di importanti obiettivi: apprendimento e crescita.

Lo storytelling (**storie di dati con un'anima**) diventa uno strumento fondamentale, non solo per raccontare storie (incorporando come strumenti di supporto musica rock, grandi opere, estratti dal teatro, videoclip, fumetti)^[2], ma anche per percepire l'organizzazione con occhi nuovi e lasciare che la mente costruisca differenti, inedite "visioni" per la sopravvivenza di un'azienda in un mercato sempre più globale; soprattutto, è lo strumento ideale per qualsiasi percorso di change management. Non puoi fingere per lungo tempo raccontando una storia, a meno che tu non sia un bravo attore. Bisogna essere credibili, perché la tua biografia è la tua narrazione principale: nessuna possibilità di barare.

Storie e fiabe popolari hanno quasi sempre origine nei miti. Entrambe racchiudono al loro interno l'esperienza globale di una società. Una trama comune sembra unire i racconti dei [fratelli Grimm](#), di [Gianni Rodari](#), di Collodi e di tanti altri con gli studi sulla complessità. In pratica, narrare è un mezzo con cui l'umanità ricorda la saggezza degli antichi a proprio beneficio e la trasmette alle generazioni successive. Le storie che verranno raccontate offrono profonde intuizioni, quelle che l'hanno sostenuta attraverso le lunghe vicissitudini della sua esistenza. Al loro interno hanno simboli e valori universali, adeguati a fare da guida e tracciare quel sentiero capace di portare al di là delle apparenze, della superficie, tale da permetterci di vedere la linea di frontiera non come la demarcazione di un perimetro da non superare ma, al contrario, proprio il luogo da dove far partire l'esplorazione. La narrazione è in fin dei conti un impulso naturale dell'essere umano e poi è non solo

divertente, ma anche un approccio creativo allo studio delle organizzazioni, delle dinamiche aziendali e della leadership.

La scelta di questo percorso non è di inventare o scrivere storie ad hoc create a partire dei valori che si vogliono mettere in evidenza, ma utilizzare quelle della tradizione e da queste provare a far emergere i valori universali. Le storie raccontate in questo percorso ci ricordano anche che, per durare nel tempo, un'organizzazione deve saper cambiare, sapersi adattare a contesti differenti e mutevoli, rispondere alle sfide poste dall'innovazione. Ogni personaggio è un elemento, un tema da portare in evidenza, un percorso che è un intreccio in cui riscoprire le nostre ombre. Ogni storia è una chiave in grado di aprire una porta. Non una collezione di frasi o aforismi con cui assemblare un manuale pronto all'uso per manager o leader, ma un modo per seguire l'evoluzione della storia, il cambiamento di un personaggio, di un carattere nel tempo e in un certo luogo. Dopo tutto la forza del racconto sta proprio nella sua capacità di trasformarsi. Un percorso, qui, dove il cammino è sottolineato principalmente usando musica rock, non disdegnando esempi presi a prestito da cartoni animati, fumetti, cinema. Questo anche lo spirito dei reading in giro per l'Italia, pomposamente chiamate "lezioni di letteratura e management".

■ **Perché la letteratura?** Facile: "Ho capito che i teorici del management mancano di profondità perché fanno da un secolo quello che i filosofi e i pensatori creativi sono abituati a fare da millenni. Ecco il motivo per cui i futuri capitani d'industria farebbero meglio a leggere saggi storici o filosofici o semplicemente un buon romanzo invece di laurearsi in economia aziendale e prendere un diploma MBA"^[3].

■ **Perché il rock?** Semplice: una canzone in pochi minuti deve emozionare, raccontare una storia, convincerti a riascoltarla e lasciarti poi con una gran voglia di dividerla. La musica è suono che riflette la società, scalda e rende vivo il significato delle parole, è universale ed esplose in maniere e in forme imprevedibili. Durante questo percorso, l'andamento è sorretto da questo genere musicale, come un segnalibro, come uno strumento capace di fare sintesi di quello di cui si è parlato e soprattutto di amplificare un'emozione tale da rendere quel momento facile da ricordare:

La grande cultura è quella popolare, vera e sanguigna rispetto all'anemica cultura d'élite. Non a caso [Dante](#) scrisse la *Commedia* in volgare e non in latino. Oggi i nostri intellettuali snobbano e disprezzano le canzoni. La loro sufficienza è la risposta invidiosa di gente mediocre a un genere capace più di loro, d'interpretare lo spirito dei tempi. Quanto a me, la mia vita l'ho scritta nelle canzoni^[4].



Alzati che si sta alzando la canzone popolare
Se c'è qualcosa da dire ancora, se c'è qualcosa da fare
Alzati che si sta alzando la canzone popolare
Se c'è qualcosa da dire ancora, ce lo dirà
Se c'è qualcosa da imparare ancora, ce lo dirà^[5]

■ ■ [Ascolta](#) ■ ■

In una sintesi mirabile, il grande poeta del rock, [Bruce Springsteen](#), anche conosciuto come The Boss, riassume il tutto in una sola strofa, dimostrando incredibile sintesi e la combinazione fra emozione e messaggio. Da *No Surrender* (*Nessuna resa, in italiano*):



Well, we busted out of class,
Had to get away from these fools,
We learned more from a three minute record, baby
Than we have learned in school^[6]

■ ■ [Ascolta](#) ■ ■

I PERSONAGGI DI QUESTO VIAGGIO

Pinocchio, o il cambiamento, la metamorfosi, il viaggio: *come l'individuo o il gruppo valorizza il talento.*

La trasgressione come strumento di passaggio, di attraversamento, di progresso. La disobbedienza alle regole come motore di crescita, la cui mirabile azione avviene attraverso il coraggio dell'avventura, il rischio di lasciarsi andare attraverso i tortuosi sentieri del sogno, della fantasia e della libertà.



Don Chisciotte, o il diventare protagonista, insuccesso dopo insuccesso, inseguire i propri sogni fino a renderli immortali: *come l'individuo o il gruppo mantiene la motivazione quando tutto attorno crolla.*

Don Chisciotte: l'azione spinta dalla generosità, la gratuità per eccellenza. Passare da un insuccesso all'altro e continuare comunque a immaginare il futuro. Smettere di essere spettatori e diventare protagonisti. Prendere in mano il proprio talento e renderlo disponibile. Trovare le motivazioni quando tutto intorno a te cade.

Don Giovanni, o il manager della quotidianità, delle passioni: *come*

l'individuo o il gruppo evita il vampirismo.

Don Giovanni simbolo di potere, dove l'azione è spinta dalla pulsione erotica. I manager Don Giovanni hanno lampi di grande immaginazione, ma manca loro il timore nei confronti della vita e delle proprie azioni. È una discesa nel profondo buio del vampirismo aziendale, il posto dove l'importante è sfruttare il momento e massimizzarlo, per passare poi a un'altra vittima (una nuova azienda da prosciugare).

Amleto, o il dubbio: *come l'individuo o il gruppo decide in un mondo che "balla" in continuazione, senza sosta.*

Amleto, l'azione spinta dal dubbio, dalla continua ricerca di conferme prima di agire, dalla necessità di avere certezze assolute prima di portare a termine l'azione. Vivere sull'orlo del caos. Decidere se vivere la propria vita o quella di qualcun altro, vivere secondo regole di un mondo "antico". Un'etica nuova, che affiora nel tentativo di fare a pezzi la morale corrente.

Faust, o il fare per il fare: *come l'individuo o il gruppo individua e si confronta con i limiti.*

Il *Faust* di Wolfgang Goethe è un'incredibile discesa ed esplorazione nel profondo lato oscuro della leadership: il successo ad ogni costo, l'instancabile ricerca della conoscenza e del raggiungimento dei sogni. La riduzione del pragmatismo alla sola realtà quotidiana porta inevitabilmente al fallimento.

La leadership dei "secondi": come decidi chi seguire.

I secondi, quelli che non vedi mai: il batterista del gruppo, il cuoco

della nave ecc. Insomma, quelli che stanno sempre dietro le quinte. Non c'è storia che non li contempi. Storie che senza il loro apporto evaporerebbero in un solo istante. Senza la loro presenza nessuna vicenda acquista peso, nessun racconto merita di essere narrato come strumento di passaggio, di attraversamento, di progresso.

Kabbalah, o una mappa per la mente – da dove tutto ha inizio: *come orientarsi nel significato delle cose.*

Un cammino capace di far emergere in superficie ciò che si va formando capace di farci navigare nel mare della turbolenza, che ci fa comprendere l'importanza della resistenza al cambiamento: ci ricorda che senza di essa non ci sarebbe neanche cambiamento e che, più che tentare di eliminarla, forse è meglio incorporarla. Un modo di formulare idee con maggiore chiarezza e di trovare espressioni semplici per pensieri complessi.

¹ “Quanto tempo vuoi ancora perdere? Ma non è ancora troppo tardi! Se studi notte e giorno e lavori per tutto il tempo con modestia e senza arroganza. Se ascolti colleghi e maestri puoi ancora diventare uno scriba”: esortazione di un maestro babilonese al suo allievo, in P. WATZLAWICK, *La realtà nella realtà. Comunicazione, disinformazione, confusione*, Astrolabio, Roma 1976.

² Un detto chassidico recita che l'Eterno ha creato gli uomini perché ama sentire raccontare storie.

³ Dal dissacrante e imperdibile testo di M. STEWART, *Twilight Manager. Il crepuscolo del management. Perché gli esperti di business continuano a guadagnare milioni e a sbagliare tutto?*, Fazi, Roma 2011.

⁴ G. RAPETTI (in arte Mogol) sul *Corriere della Sera*, 20 marzo 1998.

⁵ I. FOSSATI, *La canzone popolare*, dall'album *Lindbergh. Lettere da sopra la pioggia*, 1992.

⁶ Provate a leggere il tutto con la musica: il risultato sarà magia; sì, magia, ecco la parola giusta.
Traduzione: “Ce ne siamo andati dalla classe / Dovevamo fuggire lontano da quegli stupidi /
Abbiamo imparato più da un disco di tre minuti, piccolo / Che da quello che abbiamo imparato
a scuola”.

Premessa: Perché Pinocchio

Caro mio, non si sa mai quel che ci può capitare in questo mondo. I casi son tanti!...

Geppetto

Pinocchio non è un eroe nel senso della fiaba classica né in quello delle moderne saghe. Non vi sono principesse da conquistare con cui vivere felici e contenti, e neppure mirabolanti vittorie militari contro imperi del male da conseguire, né, tantomeno, alla fine il nostro Pinocchio acquisirà superpoteri. Troviamo, invece, una declinazione originalissima dell'eroe moderno, come colui che cerca se stesso e sa che nascere biologicamente non basta, che per diventare compiutamente umani occorre un processo di individuazione doloroso e faticoso; un eroe che rovescia il famoso aforisma roussoniano – cioè che l'uomo nasce libero, ma in ogni luogo egli è in catene – nel più realistico e saggio: «L'uomo nasce in catene (burattino) e può diventare libero».

Cosa ci fa un libro simile, così semplice e sapiente, alle porte di un secolo che avrebbe fatto del disincanto, dell'intellettualismo, della complicazione, del virtuosismo, dell'originalità a tutti i costi, della secolarizzazione i propri leitmotiv?



E la storia di un burattino che fa esperienza di crescita, passando attraverso le “avventure” in cui viene trascinato dalla testardaggine, forse ci vuole trasmettere il valore della disobbedienza e della necessità di viverle, quelle avventure, fino in fondo, per raggiungere l'autonomia vera, la stessa che porterà Pinocchio ad assumersi pienamente le proprie responsabilità. Non un percorso fatto di ascolto passivo e di accettazione incondizionata di consigli e massime consegnate da altri. Noi non chiediamo ai potenti, qualunque sia il loro potere, ma uniti facciamo quello che serve.

La straordinarietà del libro di *Pinocchio* sta quindi nel fatto che si tratta di una vera e propria ricerca: un viaggio iniziatico. La mirabile azione della crescita avviene attraverso il coraggio dell'avventura, il rischio di lasciarsi andare attraverso i tortuosi e traballanti sentieri del sogno, della fantasia e della libertà. Il filo conduttore è la disobbedienza, come valore etico assoluto. Proprio il coraggio della disobbedienza può essere la spinta in grado di accelerare una fase di ristagno culturale e sociale. I suoi frutti non sono necessariamente negativi, infatti la trasgressione delle regole dei limiti culturalmente imposti può spalancare la speranza della nascita del nuovo. **Trasgredire** è un concetto che implica andare oltre i limiti. In *Pinocchio* è un'immagine

non di violazione, ma di superamento. Una reinterpretazione della norma in termini più ampi e nuovi. La trasgressione come strumento di passaggio, di attraversamento, di progresso. Nel mondo, in Azienda, nella vita, sono i trasgressori, la presenza dei Pinocchio inarrestabili che danno una speranza di sopravvivenza, proprio per la loro capacità di guardare oltre, di vedere al di là di confini e regole. Per dirla con le parole di [George Bernard Shaw](#): “Alcuni vedono le cose come sono e dicono: ‘Perché?’, io sogno cose non ancora esistite e chiedo: ‘Perché no?’”. L’uomo, molto spesso, invece ha un desiderio fortissimo di rimanere burattino, di rinunciare cioè a essere individuo e scomparire nella massa per non venire angosciato. Non fa scelte sue, ma opta per quelle più comode, quelle che lo mettono al riparo dal dover essere indicato come diverso. Non esce dalla **zona di comfort**, quella che rappresenta i confini entro cui tutti noi ci troviamo sufficientemente bene in particolari contesti della vita, come quello della famiglia, delle relazioni personali o del lavoro. In poche parole, è quel luogo comodissimo e sicuro che ci siamo creati basandoci sulle nostre **esperienze e convinzioni**, in cui abbiamo raccolto tutte le nostre sicurezze e abitudini. In questa zona non siamo esposti a rischi, siamo protetti da situazioni che possono causarci dolore o disagio e in particolar modo siamo sicuri di avere il pieno controllo di tutto, perché in questo spazio accade esattamente solo ciò che ci aspettiamo.

La zona di comfort, per molti, ha a che fare con la paura di fallire: si preferisce fare un lavoro che non dà soddisfazioni piuttosto che rischiare di cambiarlo^[7]. Una zona molto affollata dove potersi nascondere e non decidere. Nessuna violazione, nessun tentativo di andare oltre,

trasgredire, cercare di cambiare lo status quo. E allora [Vasco](#) si chiede:^[8]



Ma dove sono gli uomini,
Ma dove sono quelli che
Credevano che vivere
Non è sempre solo rispondere che...
... Va bene com'è
per evitare guai!
Tu non sei, non sei più in grado
Neanche di dire se
Quello che hai in testa l'hai pensato te!

■ ■ [Ascolta](#) ■ ■

L'inarrestabile movimento è parte integrante della crescita. Il burattino arricchisce il patrimonio delle sue esperienze nel mondo e ogni metafora^[9] che l'autore utilizza conferisce a queste esperienze il senso ora del lento progredire, ora dell'abbassamento e dell'umiliazione, ora del riemergere verso nuove mete. È proprio il mondo il luogo, la palestra, l'orizzonte prospettico dove Pinocchio, burattino senza fili, realizza in pienezza la sua doppia natura concreta e fantastica. Intorno a lui si apre l'immenso e favoloso spazio che diventa il continente inesplorato della sua educazione, della sua crescita.

Le avventure di Pinocchio si possono davvero riassumere in un ciclo di nascita, morte, rinascita e metamorfosi. In fin dei conti è un viaggio nel cambiamento, tra la vita, la morte, la resurrezione. Un viaggio nel non fermarsi alla prima caduta e nel non seguire la marmellata del pensiero, quella che rende tutti uguali, quella preconstituita, quella della maggioranza, quella che permette di vivere

senza farsi troppe domande.



La maggioranza sta, la maggioranza sta
Recitando un rosario
Di ambizioni meschine, di millenarie paure,
Di inesauribili astuzie^[10]

■ ■ [Ascolta](#) ■ ■

È una ricerca che ognuno di noi intraprende. Pinocchio è tutto d'un pezzo, come il legno di cui è fatto; passa di situazione in situazione e, un piccolo pezzo dopo l'altro, muta la sua legnosità in un valore per il cambiamento. Sembra un'utopia. Le grandi utopie collettive sono destinate a fallire perché interpretate da burattini coatti e tiglosi piuttosto che da burattini plasmabili, capaci di abbandonare la zona di comfort e, passo dopo passo, di andare oltre le apparenze perché in grado di vedere altro e di immaginarsi altro, non solo per se stessi. Il percorso di Pinocchio è proprio il tentativo di liberarsi della sua legnosità non per omologarsi, ma di usare quella apparente diversità come valore per plasmare e far crescere il mondo. L'uomo, il manager, può vivere da protagonista o da burattino, da vivo o da morto, senza mai uscire dalla sua zona di comfort e andare oltre, verso una vita che ha senso. Vivere da burattino significa non scegliere, non voler decidere, non sapere, non espandersi. In sintesi, non dare senso al sé e alle cose o, come scrive [Vittorio Andreoli](#), vivere in superficie:

L'uomo di superficie, invece, non ha nulla dentro. [...] L'uomo di profondità è colui che medita, che pensa, mentre quello di superficie, anche quando pensa, produce pensieri di superficie. [...] L'uomo di superficie non ha una dimensione



interiore, è il rivestimento del vuoto, come quei palloncini da luna park che si gonfiano fino ad assumere forme diverse, vuoi un pagliaccio, vuoi un cane, vuoi un fiore, vuoi un razzo, pur sempre immagini d'aria destinate a svuotarsi nel nulla. Un sacco vuoto, una sottile pellicola. [...] L'uomo di superficie si è svuotato di tutto, è una mera silhouette. Non ha più l'anima, non la sente, non la percepisce. [...]. L'uomo di superficie è angosciato dalla morte e dalle malattie, che per lui non sono altro che gradi diversi di infelicità della cute. [...]

L'uomo di superficie è un uomo semplificato che, privo della dimensione interiore, piena di mistero, procede più leggero perché non è gravato dal peso dei demoni che la abitano. [...] È un uomo fragile e in pericolo. Può sgonfiarsi come un palloncino e perdere la sua forma, restare attaccato a un filo morto. [...] L'ossessione della bellezza, che informa totalmente la vita dell'uomo di superficie, lo spoglia della visione di un futuro, e di un futuro possibile^[11].

⁷ Il consiglio del grande [Homer Simpson](#): “Se non ti piace il tuo lavoro, non scioperare, basta che tu lo faccia a metà”.

⁸ *Non apparì mai*, dall'album *Gli spari sopra*, 1993.

⁹ In tutto il libro si contano centosei metafore e/o analogie.

¹⁰ F. DE ANDRÉ, *Smisurata preghiera*, dall'album *Anime salve*, 1996.

¹¹ V. ANDREOLI, *L'uomo di superficie*, Rizzoli, Milano 2012.