

Ammettere di avere sbagliato

Autore: Redazione

In:

La nostra epoca è ossessionata dalla continua ricerca della trasparenza: ipercomunicazione, informazioni accessibili a tutti in tempo reale, fenomeni virali che si diffondono nel Web a colpi di “mi piace”, supporti tecnologici che ci invogliano a guardare attraverso, sono tutti fenomeni che hanno plasmato la nostra quotidianità.

Il concetto di trasparenza bussa insistentemente anche alla porta delle imprese. La società e i consumatori la richiedono all'esterno, i dipendenti all'interno.

Al di là delle dichiarazioni di principio, però, la concreta applicazione di metodi trasparenti dipende dalla cultura aziendale prevalente.

Le strutture ancorate a modelli di tipo gerarchico (per scelta o per necessità) hanno fondato il proprio funzionamento e il potere delle catene di comando proprio sulla detenzione delle informazioni.

Certo, si può sostenere che sia un atteggiamento anacronistico.

Oggi viviamo nella società dell'informazione e la diffusione di informazioni avviene in modi semplici, rapidi ed efficaci. Tuttavia la realtà aziendale appare molto variegata.

Abbiamo modo di osservare quotidianamente sia imprese ingessate che fanno della non trasparenza la propria filosofia sia agili start-up che fondano la propria cultura aziendale su limpidi rapporti e fanno della condivisione di successi e insuccessi insegnamenti per il proprio sviluppo.

Va da sé che la zona grigia tra questi due estremi sia molto ampia.

L'azienda media è caratterizzata da approcci tra loro contrastanti, sta in bilico tra queste due logiche.

Da una parte vuole connettersi □ in accordo con lo spirito del tempo □ alla massima trasparenza, dall'altra è zavorrata da significativi scetticismi.

La realtà è che la trasparenza fa paura.

L'azienda trasparente □ come prima e necessaria condizione □ è obbligata infatti a scoprire anche i propri errori. E deve scoprirli □ come una mano di poker mal riuscita □ di fronte a tutti i dipendenti.

La conseguenza diretta è la messa in discussione, quantomeno ideale, dei ruoli.

La trasparenza è una pratica costruttiva che però, se vista da opposta prospettiva, può significare perdita di credibilità.

Sul versante opposto, l'azienda non trasparente nasconde i propri errori, tende a giustificarli e a mascherarli in qualsiasi modo.

In questi casi i capi possono apparentemente dormire sonni tranquilli.

È evidente che un errore non conosciuto non esiste né agli occhi dell'impresa né a quelli dei colleghi; tuttavia gli effetti negativi di tale visibilità sono gravi con conseguenze sulla cultura aziendale, sulla collaborazione tra colleghi e su quella tra questi ultimi e i loro capi.

Se non ci scambiamo le esperienze, positive o negative che siano, aumenta la diffidenza, diventa difficile scoprire le aree di miglioramento e i punti di caduta dei processi; infine, si riduce la possibilità di

mescolare le idee, primo passo per lo sviluppo di proposte e innovazione e, quindi, di far crescere l'azienda.

E allora domandiamoci: c'è una strada che preservi collaborazione e crescita senza obbligarci a immolare qualche volta il nostro ego sull'altare della trasparenza? Penso proprio di no.

Grazie!

Diritto all'oblio: responsabilità e risarcimento del danno

Andrea Sirotti Gaudenzi, 2017, Maggioli Editore

L'opera è un'analisi del diritto all'oblio e delle relative forme di tutela, responsabilità e risarcimento del danno, un supporto pratico che garantisce all'operatore gli strumenti necessari per l'esercizio di un diritto di non...

25,00 € 22,50 € Acquista

su www.maggiolieditore.it

<https://www.diritto.it/ammettere-di-avere-sbagliato/>