

Informazione, conoscenza e saggezza

Michael Yates

Nella mia visione di etica esiste una perfetta osmosi tra valori personali e familiari e contesto dell'attività professionale e aziendale, anche se la metafora pirandelliana della vita come condizione fondata sull'indossare molteplici maschere può essere ancora più agevolmente estesa alla complicata dimensione contemporanea del lavoro, dove non solo si può dire che si sia costretti a interpretare ruoli differenti, ma che talvolta si debba indossare più maschere contemporaneamente, vale a dire maggiore complessità e potenza a un tempo e maggiore alienazione della propria identità profonda, in una sorta di esercizio dell'ambiguità come arma di sopravvivenza nella giungla della comunicazione e del lavoro contemporaneo.

Malgrado questo contesto di continue variazioni, questo processo necessario di adattamento continuo all'interlocutore che di volta in volta ci si presenta, e forse proprio a ragione di tutto questo, si avverte una esigenza, una autentica necessità di appropriarsi di punti saldi, vere e proprie oasi del senso nel deserto dell'alienazione: l'etica è situata proprio al centro di questi luoghi della saggezza esistenziale.

Valori irrinunciabili come quelli di trasparenza e sincerità devono improntare la vita di una organizzazione come quella dell'impresa, anche se molte volte comportano un costo non indifferente nella loro applicazione concreta. Pensiamo alla franchezza, alla lealtà della comunicazione declinata nella dimensione della vita aziendale: al dovere di riportare non solo le notizie piacevoli e positive, ma anche quelle spiacevoli e negative.

Noi facciamo parte di una società di dimensioni ridotte anche se inserita in una ben più vasta holding come la Finmeccanica. Una struttura piccola come la nostra favorisce, nel bene e nel male, una veloce circolazione delle informazioni e questo impone una elevata dose di automonitoraggio al fine di evitare di essere male interpretati, di essere percepiti in modo molto diverso dalle proprie intenzioni. Etica vuole anche dire ammettere i propri errori in un continuo confronto con i propri collaboratori e superiori. Paradossalmente si può dire che "solo chi non lavora non commette errori".

Come tutte le società di telecomunicazioni anche noi abbiamo recentemente attraversato un periodo di pesante ristrutturazione ed è difficile parlare di etica in un periodo di crisi; quello che abbiamo cercato di fare è trovare il giusto equilibrio tra esigenze economico-finanziarie dell'azienda e salvaguardia dei posti di lavoro. Non so se questo si possa o meno considerare come etico, ma certamente ha a che fare con la deontologia del management.

Sono molto cauto quando sento proclami diffusi relativi all'etica aziendale; sembrano essere connessi il più delle volte a questioni relative al processo di legittimazione dell'impresa presso il contesto sociale, al fine di modificare in senso positivo la percezione del consumatore. L'etica si applica, non si usa come strumento di marketing.

La nostra missione aziendale ha a che fare con la telefonia satellitare e dunque viene a essere particolarmente enfatizzata e strategica nelle condizioni di emergenza e crisi. Il black-out elettrico che ha recentemente investito l'intero paese è un caso esemplare a questo proposito.

Proprio per l'uso che se ne fa, è per noi fondamentale essere chiari e onesti verso i nostri clienti relativamente alla comunicazione di ciò che un telefono satellitare può o non può consentire di fare. È molto importante, addirittura decisivo, essere trasparenti e sinceri riguardo ai servizi che

offriamo, si tratta di una forma di onestà intellettuale che coincide con l'etica di impresa e in questo caso è anche fondamentale per mantenere la fiducia del mercato.

Il mondo contemporaneo in prospettiva ha sempre più bisogno dell'informatica, ha necessità di poter comunicare in tempo reale in ogni luogo e in ogni momento senza soluzioni di continuità: si tratta di un processo evolutivo inarrestabile che prescinde dalla crisi del settore vissuta negli ultimi anni.

Il sistema delle comunicazioni è insaziabile, necessita di maggiore capacità in virtù della crescente quantità di informazioni disponibili. Il mercato delle comunicazioni è di fatto inarrestabile, non tollera limitazioni: non può fermarsi e non si fermerà. Quello che si rende però necessario è migliorare la qualità e l'eticità dei manager. Si è purtroppo assistito negli ultimi anni a una involuzione qualitativa di una parte del management dovuto al diffondersi dell'improvvisazione in un settore che, all'opposto, dovrebbe essere improntato a una cultura del primato della competenza, in una mistura di *know-how* tecnologico e affidabilità.

Occorre privilegiare eccellenza e rifiutare banalità e superficialità. Occorre superare gli effetti collaterali negativi connessi alla crescita tecnologica ed economica: la frontiera della tecnologia non deve tramutarsi in un "far-west" popolato di fuorilegge. Facile da dire, difficile da attuare, e il ruolo del legislatore è fondamentale.

Abbiamo a disposizione innumerevoli strumenti di crescita individuale e sociale in più rispetto al passato, ma purtroppo il desiderio di approfondire e di non arrendersi al banale rimane anche oggi caratteristica di pochi: il problema è la scarsa ricettività nei confronti della cultura intesa come saggezza, come fonte sapienziale e non riduttivamente informazionale.

La mia sensazione è che assistiamo oggi a un peggioramento della domanda di cultura, a un impoverimento della curiosità: un ottundimento della capacità creativa determinato dal diffondersi di un apparente benessere consumistico che narcotizza alcune funzioni vitali dell'intelligenza umana.

Di frequente si attribuisce al concetto di cordata aziendale una accezione del tutto negativa e spesso è così, tuttavia vi è un altro aspetto delle cordate, vale a dire un forte legame fiduciario tra persone che travalica lo stretto ambito del lavoro e che sconfinava nell'area delle relazioni amicali, rendendo la collaborazione di lavoro molto più salda e intensa. Si assiste perciò a una situazione paradossale dell'etica di impresa: le cordate che rappresentano il consolidarsi di relazioni più profonde e trasversali all'interno dell'impresa sono scoraggiate e temute come possibili elementi distorsivi nelle dinamiche comunicative e relazionali dell'azienda: ci si trova perciò alla contraddizione, da una parte, di favorire la pratica del *team building* e, dall'altra, allo stesso tempo si stigmatizza il creare cordate all'interno dell'organizzazione aziendale.

Per quanto la tecnologia evolva a grandi velocità siamo ancora molto lontani dal raggiungimento dello sviluppo di computer che possano emulare la sofisticata complessità della mente umana, pensiamo alla capacità di riconoscere oggetti, che la mente umana possiede in grado immensamente più evoluto e che consente per esempio di praticare il riconoscimento dei tratti somatici di una persona al passare del tempo: il cervello umano sa riconoscere un volto a decenni di distanza. Ricordo la prima lezione di informatica che feci all'università, mi fu detto: «La tecnologia di un computer non è molto più sofisticata di quella di una lavatrice, è solo più veloce». Si può istruire un computer a riconoscere i tratti di un gatto, esso infatti elaborerà una grande quantità di dati a una velocità elevatissima, ma di fronte a un gatto che durante un combattimento

ha perso la coda l'intelligenza del computer si blocca, viene a mancare la capacità discriminativa del cervello umano.

Dal punto di vista economico è innegabile che le tecnologie informatiche orientano verso una griglia di standardizzazione dei processi comunicativi, produttivi ed economici nella direzione di una maggiore semplificazione e resa di scala.

Il buon senso fa parte di un background individuale che non può certamente essere imposto a nessuno. La tecnologia è impersonale, è neutra. L'etica è personale. Solamente una volontà politica è in grado di indirizzare verso impieghi eticamente corretti le tecnologie e la distribuzione più equa delle risorse e della ricchezza.

Non esiste ancora un concetto di profitto etico, ci si limita a un concetto di profitto *tout court*. In questo quadro diventa importante recuperare il concetto di comunità attorno alla quale ricucire il significato del profitto: si tratta di raggiungere un equilibrio di senso rispetto al valore della ricchezza.

Il problema del recupero del senso della propria vita è indissolubilmente associato alla responsabilità verso se stessi.

Come manager cerco di trasmettere un insieme di valori su come comportarsi, come essere trasparenti, come reagire alle insidie. Purtroppo devo constatare che realizzare l'efficienza e l'eccellenza è un traguardo difficile e non impossibile, ma contagiare con l'esempio trasmettendo saggezza ed esperienza è compito ancora più arduo: la vera sfida.

Copyright Centro Studi Banca Europa ©