L'Economia
del CORRIERE DEL MEZZOGIORNO

Settimanale
Raffaello Cortina Editore

Data 29-05-2017
Pagina 10
Foglio 1

Un libro, un caso

a cura di **Monica Mattioli**
momatt@iol.it

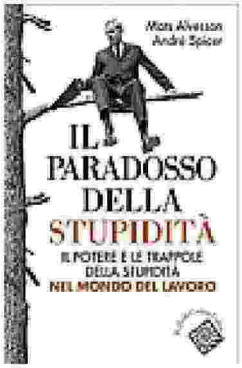
«La stupidità funzionale» nelle aziende causata (pure) dal branding e leadership

«Come mai organizzazioni che danno lavoro a tanta gente in gamba riescono a produrre tanta stupidità»? Perché alti dirigenti «si affidano ai PowerPoint dei consulenti anziché ad analisi approfondite»? Perché molte imprese, «anziché essere ad alto contenuto di conoscenza, sono diventate fucine di stupidità»? Con queste domande ha inizio il viaggio di Mats Alvesson e André Spicer all'interno delle aziende, alla ricerca delle «trappole della stupidità». La stupidità funzionale è la tendenza a ragionare e ad agire secondo schemi precostituiti. Il paradosso della stupidità è questo: «Per essere funzionalmente stupidi occorre avere anche un po' di intelligenza». Può sembrare irragionevole ma, nel mondo del lavoro, «spegnere parti del proprio cervello» - restringere il campo del pensiero e concentrarsi sugli aspetti tecnici - può avere grandi vantaggi. Sembra più conveniente indurre comportamenti conformisti che investire sullo sviluppo delle persone.

Non c'è limite alla stupidità funzionale: può essere indotta dalla leadership, dalla struttura, dall'imitazione, dal branding, perfino dalla cultura. Ma non sono pochi i mezzi per contrastarla. A patto di non sottovalutare l'ammonimento di Albert Einstein: «Due cose sono infinite: l'universo e la stupidità umana, ma sull'universo ho ancora dei dubbi».

momatt@iol.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La copertina
Il paradosso della stupidità
Mats Alvesson
e André Spicer
Raffaello Cortina
(240 pagine, 19 euro)

Codice abbonamento: 005345

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.