

Requisiti: competenze, visione etica e capacità di navigare in mari burrascosi

MANAGER DELLA SPERANZA

A chi mi chiede di quale figura professionale avremo bisogno nei prossimi mesi, rispondo: di manager della speranza. Persone in grado di conciliare la visione etica e la competenza con la grande capacità di governare la nave in un mare burrascoso e riportarla in acque protette. I grandi eventi della storia ci colgono quasi sempre impreparati: le Guerre mondiali, la caduta del Muro, l'11 settembre: il dilagare del Covid-19 non fa eccezione. Per quanto fosse plausibile e probabile, ha colto larga parte del mondo impreparato: in termini sanitari, sociali e psicologici. La fatica è stata soprattutto concettuale: abbiamo subito un *lockdown* del cervello, nelle aziende più che altrove. Accettare quote di incertezza cui non eravamo più abituati, gestire una fragilità personale e familiare che pensavamo aver definitivamente lasciato alle nostre spalle come doloroso ricordo delle generazioni precedenti, caricarsi di responsabilità sociali e civili che erano scomparse dal nostro orizzonte esistenziale. Si tratta allora di fare un salto di qualità, focalizzandosi sulle necessità del durante e del dopo: forme creative di smart working e partecipazione a distanza, prossimità intensificata e valorizzazione della presenza fisica, visione, leadership, empatia e coraggio nelle scelte. Quale normalità desideriamo? Quale contributo siamo disposti a mettere in campo? Quali attitudini manageriali? È l'intero mondo della cultura d'impresa che deve interrogarsi e trovare un senso nuovo. Rileggere *Comunità* di Adriano Olivetti potrebbe essere il primo passo verso la costituzione di una nuova figura: il manager della speranza.

RICOSTITUENTI PER RIPARTIRE

Non avremo bisogno solo di antidoti e vaccini per difenderci, ma di ricostituenti per ripartire. La speranza è il ricostituente in questa condizione di fragilità. La speranza implica che un risultato desiderato sia realizzabile, ma anche che funzioni come compensazione per l'incertezza del risultato. Non coincide quindi con l'ottimismo, ma con la consapevolezza: combina il forte desiderio di un esito positivo con la sensazione che questo potrebbe



Il nostro esperto

UN GRANDE SOCIOLOGO FIRMA MILLIONAIRE

*Francesco Morace, sociologo, presidente di Future Concept Lab, è docente alla Domus Academy, al Politecnico di Milano. I suoi ultimi libri si intitolano *Il bello del mondo*, *Un futuro + umano* e *La rinascita dell'Italia (Egea)*. È l'ideatore del Festival della Crescita, un tour in 10 città sulla crescita felice. INFO: www.futureconceptlab.com



IL CASO

L'App della Nasa che mappa il corallo

La Nasa sta chiedendo a cittadini e scienziati di tutte le età di utilizzare una App per aiutare a mappare il corallo in via di estinzione, unendo tecnologia e divertimento per un fine scientifico nobile. L'App si chiama NeMO-Net dove i giocatori utilizzano immagini 3D per identificare e classificare i coralli, mentre navigano in mare su una nave da ricerca chiamata Nautilus: a ogni immersione virtuale i giocatori interagiranno con i dati reali della Nasa. Le loro azioni contribuiranno ad addestrare il Pleiades, supercomputer della Nasa, a identificare diversi coralli sul fondo dell'oceano. I giocatori impareranno a conoscere diversi tipi di corallo. Contestualmente sarà possibile seguire video educativi sulle creature che abitano il fondo del mare. L'obiettivo finale è raccogliere tutti gli input dei giocatori, producendo una mappa globale ad altissima risoluzione delle barriere coralline. Secondo i ricercatori, anche un bambino sotto i 10 anni può partecipare a questo gioco e tramite l'App della Nasa, contribuire con i loro dati a mappare il corallo.

non realizzarsi. La speranza appare un piacere anticipatorio, che si gioca nel futuro e nel desiderio. La speranza condivide lo statuto di ogni realtà fragile e bisognosa di cura: che si nutre, si accarezza, si coltiva. Come l'amore, la speranza si impara e può accadere laddove, pur alimentandosi della propria incertezza, resista al naufragio e diventi realtà generativa. La cultura d'impresa non ha mai sviluppato un pensiero di speranza, e se lo ha fatto lo ha considerato un lusso, la ciliegina di una torta solo economica: oggi la ciliegina deve essere impastata con il lievito, da far crescere e poi mettere in forno, pronta per essere assaggiata da tutte le generazioni.

