

Blog EllePì - La fiducia come crescita



di Laura Moscatelli



Luglio 2013: arrivo all'appuntamento con la Summer School "*Orizzonti della fiducia. Percorsi, valori, risorse*" carica di curiosità, aspettative e voglia di imparare. Del resto l'occasione è ghiotta: un progetto conviviale per ricercatori universitari impegnati in differenti aree di ricerca (economica, giuridica, filosofica, organizzativa, sociologica) coordinati e stimolati da prestigiosi docenti riuniti a "parlare di fiducia". Svoltasi presso i locali della Fondazione Lavoroperlapersona – ovvero l'abitazione/museo dell'artista Aldo Sergiacomi – ad Offida, borgo dell'entroterra ascolano in cui il tempo sembra scorrere più lentamente e la vita dei suoi abitanti valica la soglia dell'uscio della propria casa e si svolge in strada, in piazza. Il luogo in cui abbiamo svolto le attività didattiche mi ha piacevolmente colpito ed ha favorito fin da subito l'instaurarsi di un clima di fiducia e di collaborazione: nessuna aula, nessuna cattedra ad accoglierci, bensì un informale ambiente con un divano e sedie disposte in circolo di fronte ad esso come "classe".

Il confronto con gli altri ricercatori mi ha permesso di ripercorrere gli studi in ambito organizzativo. In particolar modo, le mie riflessioni si sono concentrate sulle teorie organizzative che hanno esaltato la centralità degli individui e delle interazioni che essi instaurano all'interno di un'organizzazione (Teoria Sistemica). L'impresa, infatti, può essere definita evidentemente come un'organizzazione che trasforma input in output, ma anche come luogo dove si forma il carattere degli uomini (A. Marshall, 1879) e quindi come luogo di creazione di fiducia. Dal presupposto che l'impresa condiziona le mappe cognitive dell'individuo (Bowen, 1954), si costituisce infatti il filone di studi sull'analisi del risvolto sociale dell'impresa (CSR, acronimo che sta per *Corporate Social Responsibility*) e molte aziende hanno riconosciuto l'importanza della questione, preoccupandosi di assumere iniziative in grado di attribuire loro l'etichetta di "imprese socialmente responsabili" (Magatti, 2009).

Per le aziende diventa quindi necessario confrontarsi con la tematica della responsabilità sociale per la creazione di legami e di fiducia, facendola divenire una vera strategia da incorporare nel DNA dell'impresa (Mattalucci et al., 2010), un “perno” su cui far ruotare e orientare il proprio management aziendale (Hinna, 2005). I nessi simbolici della fiducia sono rappresentati da persone e per creare questi legami è necessario mettere in relazione gli individui, lasciare spazio al confronto e costruire così una strategia frutto dell'intelletto dei singoli. Si approda così al concetto di scambio reciproco: reciprocità è dare senza perdere e prendere senza togliere. Lo scambio di equivalenti col tempo tende a togliere la fiducia ed incentivare comportamenti opportunistici (A. Genovesi, 1753). Le realtà aziendali di successo sono la riprova del fatto che costruire un clima di fiducia nell'ambiente di lavoro, favorire il confronto ed il dialogo piuttosto che la chiusura e la mera competizione, rappresentano la corretta chiave di interpretazione a cui l'organizzazione deve tendere.

Il ricordo della Summer School posso sintetizzarlo proprio nell'immagine dello scambio reciproco: giornate intense di studio, riflessioni in cui abbiamo contaminato i singoli ambiti di studio e abbiamo gettato le basi per legami durevoli. È stata un'esperienza significativa nel mio percorso di ricerca perché mi ha nuovamente stimolato a valutare la realtà secondo diverse angolazioni e punti di vista. In un apparente pigro venerdì di fine luglio, un gruppo di ricercatori ha salutato Offida con nuovi valori nel proprio bagaglio esperienziale. Una sinergia di nuovi stimoli con un denominatore comune: la fiducia reciproca come punto di forza per la crescita insieme.

Per approfondire

Marshall A. (in collaborazione con la moglie Mary Paley M.) (1879): “[The Economics of industry](#)”, Macmillan and co.

Mattalucci L., Parenti S., Sarati E. (2010): “[La responsabilità sociale d'impresa come modello di sviluppo: innovazione culturale e revisione della prassi gestionale](#)”, Dialoghi – Rivista di studi sulla formazione e sviluppo organizzativo, (1): 1-16.

Zappa G. (1957): “[Le produzioni nell'economia delle imprese](#)”, Tomi I, II, III, Giuffré, Milano.

Profilo dell'autore

-

Laura Moscatelli, laureata in Economia e Impresa, svolge un dottorato di ricerca presso la Scuola di economia aziendale della Facoltà di Economia “Giorgio Fuà”. I suoi interessi di ricerca riguardano le strategie di internazionalizzazione delle PMI e le opportunità, in termini di marketing, offerte dagli strumenti del Web 2.0. Fa parte di un laboratorio di ricerca permanente, Network Lab, luogo di osservazione, di analisi e di condivisione di conoscenza sui temi legati al mondo del web,

in un'ottica di marketing per le imprese.