

Miti e riti

E' stupefacente quanto poco si utilizzino i riti in azienda – se non per fare cose abbastanza patetiche, tipo squadra di rugby. Il rito è una delle forme più potenti per inscrivere immagini, idee e comportamenti nei cervelli umani.

E fa il paio col mito – ovvero col racconto importante, fondativo, strutturante. Costruire miti in un'azienda è essenziale – e si rifà a gran parte del lavoro di narrazione e story telling – ma è il rito che fonda e affonda il senso del mito nei comportamenti delle persone.

Il problema è che il rito non deve essere esornativo, esteriore e incongruo. In altri termini deve essere coerente coi miti aziendali, condiviso e nella migliore delle ipotesi co-costruito con le persone coinvolte. Infine deve essere ripetuto: tutti i giorni, tutti gli anni, tutti i mesi ecc.

Non do qui le metodiche per la costruzione dei riti, che sono in gran parte desunte dall'osservazione antropologica. Mi limito a osservare che devono avere anche una qualche sia pur minima funzione di utilità: in fondo anche l'eucaristia, all'origine era una bella mangiata in compagnia.