

## **Time Out Ensemble**

quando l'organizzazione si fa agenzia culturale, creatrice di significati

### **ESIGENZA**

L'azienda è spesso un luogo freddo, in cui le persone hanno tra loro pochi scambi, amicizie, interessi comuni. E prima ancora di arrivare a costruire la "community", o in appoggio a questa, vale forse la pena di utilizzare la compresenza spaziale e le risorse aziendali per ottimizzare quei processi di aggregazione che si svolgono altrove in modo spontaneo, sulla base dell'offerta diffusa sul territorio – offerta che viene solitamente rubricata sotto l'etichetta "cultura, sport e tempo libero". Ma come può l'azienda offrire ai propri dipendenti una simile possibilità, rimanendo coerente coi propri scopi e obiettivi? E come possono le Pratiche Filosofiche venire in aiuto?

### **ATTIVITA'**

La proposta consiste nell'installare nell'organizzazione qualcosa di simile a un'agenzia culturale, che produca eventi, pubblicazioni, spettacoli, ambienti e occasioni di approfondimento su temi di interesse comune che abbiano e mantengano alto il tenore culturale o "formativo" o comunque legato all'ambito dello sviluppo e della costruzione di sé.

L'attività si può declinare in molte maniere e si può basare su uno o più di questi elementi:

1. Una "breathing room" dove leggere, rilassarsi o riflettere. Ma anche luogo di piccoli eventi e riunioni. Una stanza, ampia e silenziosa, accogliente, dove si possono trovare libri, riviste, collegamenti a siti web consigliati, video ecc. E dove si può bere un buon caffè.
2. Cicli di conferenze su temi di vasto interesse sia personale che aziendale
3. Un circolo di lettura, ovvero dei gruppi di persone che leggendo lo stesso libro si ritrovano insieme per discuterne con cadenza periodica e con l'aiuto di un facilitatore.
4. Week-end e vacanze di carattere formativo, riflessivo, culturale
5. Un sito web che abbia il taglio di una rivista di "cultura aziendale"
6. L'organizzazione mediante convenzioni e simili di viste guidate a mostre o luoghi di interesse d'arte e cultura.
7. Organizzazione di eventi d'arte e cultura in azienda (una mostra per esempio)
8. Le attività saranno di regola accompagnate da momenti di confronto e discussione gestiti con le modalità tipiche delle Pratiche filosofiche.

Oltre che nel ruolo di facilitatore il filosofo consulente, in qualità di specialista di transiti e ricontestualizzazioni, avrà parte nel progetto come "direttore culturale", affiancabile ovviamente anche da figure di altra provenienza. Importante potrebbe essere scegliere di co-progettare coi dipendenti stessi le attività (mediante sondaggi, gruppi di dialogo ecc.).

**TECNICHE UTILIZZATE** Comunità di Ricerca principalmente, comunque sono utilizzabili tutte le tecniche e le Pratiche Filosofiche unitamente e in sinergia con un ampio uso di processi di produzioni editoriale e tipici dell'industria dell'entertainment.

### **DESTINATARI**

Dipendenti aziendali e – se si vuole – stakeholders selezionati. Ovviamente si possono prevedere delle fasce di popolazione con accessi diversi, diverse agevolazioni ecc. ( non crediamo che tutto debba essere offerto dall'azienda, né necessariamente pagato in modo uguale da tutti).

### **TEMPI E DIMENSIONI**

Time Out Ensemble è un'iniziativa permanente. Le dimensioni sono molto variabili a seconda della popolazione aziendale, della partecipazione (che ovviamente è libera). L'installazione va effettuata gradualmente.

## RISULTATI

Miglioramento dell'immagine e della reputazione dell'azienda presso i destinatari (e oltre). Attivazione di un processo di conoscenza reciproca e di condivisione di idee, esperienze e problematiche tra i partecipanti. Attivazione di una community. Maggiore coinvolgimento, anche reciproco tra le persone. Attivazione di momenti "quasi formativi" vissuti in modo leggero e non invasivo (per quanto sembri una battuta, siamo davvero nel campo dell'"istruttivo e divertente al tempo stesso").

## OSSERVAZIONI AGGIUNTIVE

Pensare l'azienda come un'agenzia culturale non è un'idea strana come possa sembrare. Lo fanno molte aziende all'avanguardia (Google per esempio). Ma soprattutto è da dire che in questo modo l'azienda non solo assolve a un compito sociale che secondo molti gli è proprio, ma soprattutto può mettere in atto sinergie razionali e convenienti per tutti: un bel cineforum in azienda con dibattiti stimolanti può essere più gradevole e comodo che non organizzarsi per partecipare a eventi sul territorio. Certo la qualità deve essere alta. E a molte attività (per esempio i week-end) devono essere ammessi anche amici e famigliari.

*Le aziende, oggi devono raccogliere un compito epocale: dare senso (questa la tolgo da qui ma va messa da qualche parte)*