

“Specchio specchio delle mie brame...”

... chi è la più bella del reame?”, chiese la strega cattiva... e lo specchio rispose: “Sei tu o mia Regina!”.

Fin qui tutto normale, ma la fiaba prende un tono diverso quando lo specchio risponde altro! E nonostante la favola di *“Biancaneve”* finisca a lieto fine, come ogni buona favola che si rispetti, dal momento in cui lo specchio non dice ciò che la strega vuole sentirsi dire, la storia si complica.

Sarà capitato a tutti di guardarsi allo specchio e non vedere esattamente ciò che ci aspettavamo, ma lo specchio non mente ahimè! Avete mai pensato che nessuno sa esattamente quali siano i lineamenti del proprio viso!? O che non potrà mai vedersi per intero le proprie spalle? Se non, ovviamente, con l'aiuto di uno specchio o di una foto o di altro tipo di riprese.

Dunque, l'unica cosa che possiamo fare è avere fiducia in chi ci osserva e del feedback che ci rimanda o dell'immagine che uno specchio ci offre ogni qualvolta che ci è di fronte.

È così che lo specchio diventa amico fedele, l'oggetto che rimanda la verità, la realtà dei fatti, non a caso di fronte la richiesta di una forte presa di coscienza si dice “guardarsi allo specchio” e allora perché tanta paura ad utilizzarlo? Forse proprio per la paura di dover conoscere, scoprire, sapere e ammettere la realtà?! Probabilmente sì! Si ha paura di acquisire maggiore consapevolezza di se stessi e, ancor di più, dei propri aspetti critici.

Come dice M. Kessel, poeta e scrittore tedesco vissuto nei primi del novecento, *“ogni uomo nasce gemello: colui che è e colui che crede di essere”*; bisognerebbe, dunque vivere almeno due vite per soddisfare entrambi!! Ma, per ora, il nostro “Avatar” è solo sugli schermi cinematografici!

E in attesa che la clonazione umana porti dei frutti non ci rimane che fidarci dello specchio e utilizzarlo in azienda al fine di favorire la riflessione e la consapevolezza, assicurare e sviluppare la presa di coscienza e motivare, quindi al cambiamento tutti coloro che lavorano all'interno della stessa.

Il Teatro entra in Azienda con lo scopo di unire l'arte e il business applicando le metodologie tipiche dell'arte in ambito formativo, comunicativo e promozionale all'interno delle aziende.

Riesce a unire due contesti apparentemente lontani fra loro come il mondo del lavoro, fondato sull'organizzazione produttiva con obiettivi concreti e razionali di profitto, e l'arte del teatro, basata sulla finzione ludica e creativa finalizzata all'espressività e all'estetica. L'unione fra teatro e azienda è possibile con un approccio metaforico, interpretando il contesto organizzativo con la metafora teatrale e il teatro come metafora della vita sociale.

Se l'azienda vuole coniugare un Evento con la necessità di mettere in luce il clima aziendale o eventuali criticità fra dipartimenti, fra area manager ed account, fra il call-center e i clienti, o addirittura realizzare un evento capace di motivare tutti con un forte coinvolgimento emotivo allora la risposta è nel Teatro, dove ecco che, prepotente, torna la storia dello specchio e della sua forza.

Lo spettacolo dentro il quale specchiarsi deve essere personalizzato per ogni azienda in modo che attraverso la storia rappresentata il pubblico presente si possa identificare nei personaggi e fissare così, i messaggi chiave della comunicazione nella memoria emotiva. In più, lo specchio dentro il quale il pubblico ha modo di rivedersi è uno specchio “leggero” e mai offensivo, dato che gli attori ripropongono in maniera reale la realtà, ma mitigata e studiata, per rendere al meglio l'effetto.

Prima di “riflettere” l'azienda sullo specchio si dovrà riflettere IN azienda con un'analisi etnografica per conoscere e studiare la realtà, la cultura e l'organizzazione (analisi di clima, procedure, regole, mansioni, regolamenti, intranet, modulistica, divise, lay-out degli spazi, oggetti o manufatti in produzione) e per realizzare interviste singole e di gruppo con le figure professionali a cui è rivolto il progetto. Questo è necessario per conoscere anche il linguaggio tipico di ogni comunità aziendale (espressioni, slogan, soprannomi, modi di dire, vocabolario tecnico e gergo), e

per conoscere gli episodi salienti della storia aziendale, i principali personaggi, le routine, gli aneddoti.

Dall'analisi nasce la scrittura di un copione teatrale, che dovrà essere di taglio ironico e divertente. Verrà letto ed approvato dai responsabili dell'azienda e successivamente messo in scena da attori professionisti, con la realizzazione di scenografie, costumi e musiche di scena. Arriva il momento della rappresentazione teatrale in cui gli spettatori si rivedono nei panni degli attori e rivivono in prima persona se stessi!

Grazie a questo processo di immedesimazione, lo spettacolo permette ai partecipanti di comprendere empaticamente e di rielaborare i modelli di comportamento organizzativo: il famoso *effetto specchio*!

Il cambiamento, dunque, viene introdotto facendolo vivere sul palcoscenico, mostrando le situazioni critiche o problematiche e suggerendo le alternative comportamentali a disposizione. L'evento non sarà mai fine a se stesso e dopo la rappresentazione teatrale si raccoglieranno feedback in plenaria oppure si organizzeranno interventi di de-briefing in piccoli gruppi.

Il dubbio che sorge a questo punto della Vostra lettura è quanto sia difficilmente valutabile il ROI quando si investe sui comportamenti e sulle emozioni delle persone. Fortuna però che vengono in aiuto le testimonianze, come per esempio quella del Direttore Risorse Umane di GoodYear Dunlop, Renato Tenneriello, che a distanza di due anni conferma la forza emozionale e l'efficacia di uno spettacolo teatrale realizzato ad hoc per la sua azienda in occasione della General Conference 2008.

Più precisamente dice che in poco più di 60 minuti, durata dello spettacolo, appunto, si è rimotivata, ristimolata e ridata fiducia all'intera organizzazione. Si ascolta dalle sue stesse parole: *“I risultati dei questionari che abbiamo distribuito parlano da soli. Un'efficacia molto forte, un'incisività dell'azione che ci ha permesso poi di lavorare all'interno della struttura, perché tutto questo ha creato anche molta aspettativa e le aspettative devono essere soddisfatte. E quindi l'esperienza ci ha permesso di lavorare nel corso dell'anno successivo proprio su queste tematiche, con un coinvolgimento, con una motivazione e con una energia da parte di tutti assolutamente positiva che ci ha aiutato a risolvere le problematiche stesse”*.

Uno spettacolo di teatro scritto ad hoc per un evento aziendale rispetta, dunque, ciò che suggerisce Jean Cocteau, poeta, romanziere, e drammaturgo francese della fine dell'800 in merito al fatto che *“Gli specchi farebbero bene a riflettere prima di rimandarci la nostra immagine!”* Ed è esattamente quello che fa il Teatro in azienda!

E allora: **“Specchio specchio teatrale... cosa accade nel mio reame aziendale?”**

Mara di Bartolomeo e Roberta Pinzauti
Te.D.-Teatro d'Impresa®