

Il Nuovo ADAM: L'economia delle relazioni

Lezione 1: Introduzione e il Nuovo Adam

L'autrice, Silvana Carcano, combina una lunga esperienza in ambito economico con studi in discipline spirituali e religiose. Il focus del percorso è portare la **spiritualità in azienda** (non la religiosità) per affrontare il **malessere dei lavoratori e delle lavoratrici**. Si critica il paradigma economico dominante, nato 200 anni fa, basato su Adam Smith, che vede l'uomo economico come *homo homini lupus* (idiota sociale che massimizza il proprio interesse e utilità). Si propone invece di riscoprire il paradigma dell'**Economia Civile**, nato in Italia nel 1700, dove l'uomo economico è *homo homini natura amicus* (collaborativo e reciproco).

L'obiettivo è generare una migliore vita professionale attraverso l'introduzione di nuovi concetti, partendo dall'immaginare una **nuova figura di essere umano**. Le parole chiave che strutturano il percorso e compongono l'acronimo **ADAM** sono:

- **Accoglienza**: intesa come lo **sguardo** e l'apertura verso l'altro.
- **Desiderio**: che esplora l'inquietudine e il rischio di **idolatria** in azienda.
- **Amore**: inteso come **cura per le relazioni** e i beni relazionali.
- **Morte**: un concetto centrale e decisivo per le persone e le organizzazioni.

Lezione 2: Amore nelle Organizzazioni

L'amore è introdotto non in senso romantico, ma come **cura delle relazioni** (bene relazionale). Questa cura è un **atto organizzativo** per raggiungere il benessere organizzativo. Significa vedere chi lavora come un **essere umano integrale** (corpo, mente e spirito) con la sua storia, paure e vulnerabilità. La cura del bene relazionale deve diventare una **competenza**. Purtroppo, i capitali spirituali (come l'amore per la cura relazionale) non vengono né misurati né valorizzati nelle organizzazioni economiche, portando all'esaurimento di questa "forza invisibile".

L'amore relazionale permette alle organizzazioni di superare i conflitti senza distruggersi e trasforma il feedback in crescita. È fondamentale la **reciprocità** (dare e ricevere), poiché una relazione unidirezionale (come schiavo-padrone) spegne la spinta vitale. L'amore in azienda richiede la capacità di **prendersi cura anche del conflitto** (traversarlo, non evitarlo). La cura relazionale è una responsabilità e una competenza organizzativa essenziale, non un gesto accessorio. Essa genera **appartenenza**, che non nasce dal contratto o dagli obiettivi, ma dal sentirsi parte di un tessuto di relazioni vere e reciproche, in cui ci si sente visti e guardati.

Lezione 3: Desiderio e Idolatria

Il **desiderio** è la forza che muove il mondo, la spinta vitale che ci fa cercare un senso oltre la sopravvivenza. Il termine *desiderare* significa "mancare di stelle". Il rischio è che il desiderio degeneri in **idolatria**, una "malattia del desiderio". Questo accade quando si smette di abitare il desiderio e si inizia ad adorarlo, trasformando il desiderio in **possesso** (passaggio dall'essere all'avere). L'idolatria è un rischio altissimo in azienda (es. status symbol, performance).

L'idolo è un desiderio deformato che **consuma**, mentre il desiderio autentico è **generativo**. Il desiderio autentico lavora sul verbo essere, non avere. Nelle organizzazioni, il desiderio è la scintilla dell'**innovazione**. Per rimanere sano e non diventare idolo, il desiderio ha bisogno di **radici** (senso del limite) e **respiro** (lasciare spazio all'altro). L'idolo è sradicato, immobile e consuma; il desiderio vivo è radicato e lascia respirare. È cruciale imparare a distinguere tra ciò che nutre e ciò che brucia, e tra il desiderio (creativo, relazionale, dialogico) e il bisogno idolatrico (che chiude, pretende, isola). L'organizzazione deve riconoscere i propri idoli e riconnettersi alla capacità di dare **senso**.

Lezione 4: Accoglienza e Sguardo

Accogliere è un verbo difficile da vivere e significa **fare spazio** dentro di sé e lasciare entrare l'altro così com'è, senza filtri o giudizi. L'accoglienza è un'azione, non una **tolleranza** passiva. Lo strumento dell'accoglienza è lo **sguardo**, che permette di riconoscere l'altro come **persona** e non come un ruolo o una categoria. Il filosofo Levinas afferma che l'altro ci chiama alla nostra **responsabilità** (abilità nel rispondere) attraverso il suo sguardo.

Gli esseri umani sono essi stessi **illuminazione**; il nostro sguardo è la luce unica con cui illuminiamo il mondo e le relazioni. La sfida è illuminare il mondo lavorativo con una **luce creativa**. In azienda, accogliere significa uscire dall'**indifferenza funzionale**. Non siamo ruoli o numeri, ma **volti e storie**. L'accoglienza è l'opposto del **controllo**, poiché l'essere umano è complesso e sfugge alle logiche perimetrali. Dove c'è accoglienza, c'è **fiducia**. Accogliere non è solo gentilezza, ma un atto di **coraggio** che espone alle diversità e accetta di non poter capire "tutto sempre subito". L'accoglienza è un'arte e una competenza, un gesto rivoluzionario in un mondo dominato dalla velocità. Accogliere significa riconoscere l'altro come **fine** e non come **mezzo**; per questo l'autrice suggerisce di usare "ufficio del personale" invece di "risorse umane". L'accoglienza è **reciproca** e fonda la vera collaborazione.

Lezione 5: Morte

Il concetto di **Morte** (simbolica) viene introdotto, nonostante sia spesso evitato. La morte simbolica avviene con cambi di vertice, perdita di ruolo, fallimenti, insuccessi, o quando una carica innovativa si esaurisce. La morte non è l'opposto della vita, ma il suo **ritmo segreto**, la pausa che permette il respiro. Ogni sistema vivente (incluso un'azienda) si rigenera solo se lascia andare ciò che non serve più. La morte insegna a vivere pienamente e con **autenticità**.

Le organizzazioni attraversano cicli di vita e morte (progetti, modelli di business). Se un'organizzazione teme il cambiamento e non sa "morire negli schemi obsoleti", non può rinascere o innovare (es. economia circolare). La consapevolezza della morte introduce il concetto di **libertà** di scegliere ciò che conta e dà **senso al tempo** e al lavoro. Poiché ogni gesto ha un limite, ha valore. Lasciar andare (morire) non è perdere, ma **creare spazio** per novità e creatività. È un atto d'amore per la verità e il futuro.

Lezione 6: Perdere

Il tema del **perdere** è connesso al morire e all'abbandonare. Sebbene evochi mancanza, la perdita è un atto profondamente **conoscitivo** che ci riporta all'essenziale e all'autenticità. La

perdita è la forma più concreta di **apprendimento**. Nel mondo del lavoro, se la perdita non viene gestita, il rischio è l'**anestesia** e la creazione di un **lutto non elaborato** che blocca la persona e, di conseguenza, l'organizzazione.

Riconoscere la perdita significa darle **senso** e trarre un insegnamento, allargando la capacità di sentire e capire. Le perdite vanno abitate e non temute. Dalla "nudità" della perdita nasce una conoscenza che non si dimentica. Le organizzazioni che sanno perdere crescono e vedono la perdita come una soglia verso una nuova forma di **intelligenza collettiva**. Accettare la perdita richiede **umiltà**. Le perdite non sono vuoti da riempire, ma passaggi che trasformano. La perdita è una **maestra** che insegna a guardare la vita con occhi più autentici. Trasformare una perdita o un errore in occasione di **crescita collettiva** è cruciale per una cultura aziendale matura e capace di gestire il cambiamento.

Lezione 7: Vulnerabilità

La **vulnerabilità** è spesso associata a debolezza, ma in realtà è una **forza**. Essere vulnerabili significa permettersi di essere veri e autentici, mostrando ciò che ci tocca e ci fa tremare. La vulnerabilità si trasforma in forza perché libera dall'**illusione del controllo totale**. Non esiste una relazione autentica (anche nei gruppi di lavoro) senza mostrare la propria vulnerabilità. Le organizzazioni più sane e creative hanno una **cultura della vulnerabilità**, riconoscendo che il bene relazionale è il bene più prezioso.

La vulnerabilità è il **coraggio di apparire anche senza garanzie** di infallibilità o successo. I manager e i leader che mostrano i loro limiti e ammettono gli errori sono quelli che ispirano **fiducia**. La fiducia è la moneta relazionale vitale di un'organizzazione. La vulnerabilità è un **atto politico**: scegliere la verità di sé, togliere la maschera e smettere di essere solo un ruolo. Quando ci mostriamo vulnerabili, apriamo la porta alla **creatività**, poiché il nuovo nasce dove non c'è paura di sbagliare. La vulnerabilità è il **terreno fertile** della trasformazione. Riconoscere la vulnerabilità è il primo passo per trasformarla in forza autentica e migliorare i rapporti di lavoro.

Lezione 8: Vita e Morte

Questa lezione offre una sintesi, unendo i concetti visti (morte, vulnerabilità, perdere, desiderio, accoglienza). **Vita e Morte** non sono opposti, ma una danza inseparabile di trasformazione. Escludere il pensiero sulla morte significa escludere la vita. La morte è il limite e la forma della vita. Insieme, vita e morte insegnano che **niente ci appartiene davvero** e che dobbiamo lasciare andare ciò che è mortifero.

Si sottolinea l'importanza di reintrodurre una singola **postura dell'anima** (postura del sé) nel mondo del lavoro e fuori, evitando la schizofrenia organizzativa. Vivere in questa onda continua di cambiamento (vita e morte) richiede **fluidità** e non rigidità difensiva. Una vita autentica si accende con una **presenza consapevole**. Vivere pienamente significa farlo senza possedere, senza controllare, senza idolatrare e accogliendo la vulnerabilità. Dobbiamo concentrarci sullo **sviluppo** (togliere i legacci), che è diverso dalla crescita infinita. Morire simbolicamente significa completare un ciclo, apprendo spazio a nuova vita.

Lezione 9: Sintesi Finale e Metanoia Collettiva

L'autore cita Hemingway: "Ai più importanti bivi della vita non c'è segnaletica", evidenziando la responsabilità personale nelle scelte. Il ripensamento della figura umana (il nuovo Adam) è urgente a fronte delle trasformazioni contemporanee (intelligenza artificiale, tensioni geopolitiche). Il nuovo Adam è la metafora di una **nuova umanità ritrovata** che toglie le maschere.

È necessaria una **metanoia collettiva** (cambiamento di pensiero): abbandonare i modelli che riducono la persona a una dimensione funzionale/produttiva per riscoprire la sua profondità (relazionale, desiderante, fragile, mortale). Ignorare questa complessità svuota il lavoro di **senso** e porta alla disumanizzazione. L'uomo integrale è *vivente spirituale, vulnerabile, desiderante, mortale* (corpo, psiche, spirito).

Il percorso ha trattato:

- L'Accoglienza, che insegna uno sguardo non distratto che genera **fiducia**.
- Il Desiderio, che è potenza, ma rischia di scivolare nell'idolo.
- L'Amore, per i beni relazionali, che ci ricorda che "tutto si tiene" (siamo relazione).
- La Morte, come **soglia e maestra**, che restituisce importanza alla vita.

Un'organizzazione che accoglie questa visione smette di essere una macchina e diventa una **comunità vivente** che produce **senso**. I conflitti diventano opportunità, le vulnerabilità punti di forza e la morte simbolica l'inizio del rinnovamento. Il profitto è un **ottimo mezzo** per il benessere delle persone, non il fine ultimo. L'innovazione e la vera azienda non possono esistere senza l'umanità integrata. Imparare a morire simbolicamente significa imparare a vivere con autenticità.

Il nuovo Adam è un modo antico e al contempo futurista di abitare il lavoro, l'essere integri e completi in tutte le sfere ontologiche.