



LEGO Serious Play, una metodologia di sviluppo organizzativo nata nei dipartimenti di ricerca della IMD di Losanna e approdata nelle aule di formazione manageriale di tutto il mondo: nelle mani dei manager i mattoncini diventano uno strumento per accelerare la comunicazione interna e i processi decisionali. E i risultati si vedono.

La rivoluzione digitale ha eliminato gerarchie, filtri e ruoli, così che tutti sono potenzialmente emittenti, destinatari e media e tutto è potenzialmente «notizia». Con i rischi connessi: gli errori sono subito in piazza, le fake news si diffondono più in fretta delle smentite, virtuale e reale si confondono e tutti si sentono in diritto di parlare. In questa liquidità, la reputazione diviene un valore cruciale per aziende, enti, persone e tuttavia più fragile. Come tutelarla? La risposta degli autori non è una regola, ma un metodo. La Corporate Advocacy è un'arte, innervata dalla scienza dei dati, che si fonda sul potere irraggiante di un messaggio forte e insieme sulla parola «liberata» di tutti gli stakeholder.

Antonio Giangrande, orgoglioso di essere diverso.? Si nasce senza volerlo. Si muore senza volerlo. Si vive una vita di prese per il culo. Noi siamo quello che altri hanno voluto che diventassimo. Facciamo in modo che diventiamo quello che noi avremmo (rafforzativo di saremmo) voluto diventare. Oggi le persone si stimano e si rispettano in base al loro grado di utilità materiale da rendere agli altri e non, invece, al loro valore intrinseco ed estrinseco intellettuale. Per questo gli inutili sono emarginati o ignorati. Se si è omologati (uguali) o conformati (simili) e si sta sempre dietro alla massa, non si sarà mai primi nella vita, perché ci sarà sempre il più furbo o il più fortunato a precederti.

[Copyright: 4f628dd1c5dc07de9678d54830566b26](#)