

# **...ma il calabrone non lo sa!**

## **(PNL applicata)**

**di Valentina Desimoni**

## **INDICE**

<b>INTRODUZIONE</b>	<b>4</b>
<b>CAPITOLO 1</b>	<b>3</b>
<b>LA COMUNICAZIONE A 360 GRADI</b>	<b>3</b>
<b>1.1. COSA SIGNIFICA COMUNICARE</b>	<b>3</b>
<b>1.2. I pilastri della comunicazione efficace</b>	<b>15</b>
<b>1.3. CONVINZIONI E VALORI</b>	<b>10</b>
<b>1.4. FOGLIE E RADICI ®</b>	<b>12</b>
<b>CAPITOLO 2</b>	<b>15</b>
<b>LA PNL</b>	<b>14</b>
<b>2.1. PROGRAMMAZIONE NEURO LINGUISTICA (PNL)</b>	<b>15</b>
<b>2.2. Ricalco &amp; guida</b>	<b>157</b>
<b>CAPITOLO 3</b>	<b>159</b>
<b>IL LINGUAGGIO DEL CORPO</b>	<b>159</b>
<b>CONCLUSIONE</b>	<b>23</b>

“Secondo alcuni autorevoli testi di tecnica aeronautica, il CALABRONE non può volare a causa della forma e del peso del proprio corpo, in rapporto alla superficie alare.

Ma il calabrone non lo sa e perciò continua a volare.”

I. Sikorsky

# Introduzione

Questo elaborato sorge dal desiderio di ampliare la conoscenza sull'uso della comunicazione nella vita di tutti i giorni, finalizzata specificatamente a migliorare il rapporto con noi stessi e le persone che ci circondano (il partner, i genitori, i colleghi, gli amici, i clienti, il datore di lavoro).

Il presente lavoro si articola in 3 capitoli, ciascuno dei quali prenderà in esame vari aspetti della comunicazione a 360 gradi.

Nel **primo capitolo** si offrono numerose definizioni del verbo "comunicare", al fine poi di contestualizzarlo come strumento per ottenere risultati eccellenti nel rapporto con noi stessi e con gli altri. L'ascolto attivo che richiede il coinvolgimento di tutti i sensi ci sarà di supporto per intuire più dettagli possibili del nostro interlocutore, tenendo presenti tutti e 3 i livelli comunicativi: verbale, paraverbale e non verbale.

Il tempio della comunicazione efficace sarà veramente completato solo dopo aver approfondito i 3 pilastri che lo sorreggono.

Vedremo poi quanto possa dimostrarsi rilevante il saper costruire convinzioni potenzianti per ottenere successo; prenderemo spunto da esempi tratti dalla vita di Milton Erickson e dall'interessante effetto Placebo. La cornice "ideale" dell'intero lavoro è appunto l'importanza della convinzione che guida i nostri passi, ciò che il nostro cervello ha definito "vero": *"ma il calabrone non lo sa e continua a volare"*.

Dalla disamina dei livelli logici nei quali ci muoviamo: identità, convinzioni, capacità, comportamento e ambiente emergerà come sia possibile "invertire la rotta" rispetto a credenze limitanti, per poter correggere il tiro. Per esemplificare potremo avvalerci di due parafrasi: radici-foglie e albicocca-noce.

Il **secondo capitolo** è interamente dedicato alla PNL, all'orientamento al risultato, all'acutezza percettiva, alle strategie di cambiamento e al modellamento delle strategie vincenti.

Si approfondirà in particolare l'applicazione della **PNL** (ovvero Programmazione Neuro Linguistica) nella vita quotidiana per migliorare davvero il proprio stile di vita. Infine, come branca della psicologia moderna, la PNL studia come vengono "filtrate" le informazioni provenienti dall'ambiente interno ed esterno attraverso procedure percettive (i Sistemi Rappresentazionali) e procedure cognitive (le Credenze ed i Valori). In tal modo, la PNL consente di accrescere e sviluppare le qualità dell'uomo, offrendo strumenti efficaci che possono essere applicati in qualsiasi interazione umana per migliorarla.

Imparare a comunicare in modo efficace, avendone chiaro riscontro attraverso il feedback, ci permetterà quindi di :

- Stabilire rapidamente un'intensa sintonia (rapport<sup>1</sup>) con gli altri e con noi stessi;
- Modificare o eliminare abitudini e comportamenti indesiderati, identificando e modificando le convinzioni limitanti;
- Sviluppare obiettivi chiari e strategie utili per raggiungerli;
- Usare il linguaggio in modo elegante ed efficace;
- Gestire al meglio tutte le nostre risorse interiori.

Due studiosi statunitensi, Bandler e Grinder si sono posti la domanda: "*Cos'è che fa la differenza tra una persona che eccelle nel proprio campo ed una che ha risultati mediocri?*"

Il risultato di questa premessa ha dato vita ad una serie di approcci e di tecniche, che vengono usate al giorno d'oggi in qualunque campo. Tali tecniche permettono di migliorare molti aspetti della nostra personalità, avendo esiti brillanti sulla cura rapida delle fobie, sul superamento dell'ansia, sulla ricerca di nuove energie potenzianti, sulla ristrutturazione di convinzioni limitanti, disciogliendo le paure, e tanto altro ancora. Ecco perché la PNL può divenire il punto di riferimento su cui sintonizzare il nostro cervello!

Il **terzo capitolo** si concentra sul fulcro della comunicazione: il linguaggio del corpo e la prossemica. Il corpo fornisce numerose informazioni involontarie che possono fungere da indizi per intuire alcuni stati d'animo... é proprio un "chiacchierone", ma purtroppo parla una lingua che non sempre sappiamo riconoscere. Spesso siamo in grado di lanciare messaggi anche solo mettendo o ripristinando la giusta distanza.

Ritengo che la PNL possa fornire ottimi strumenti, che se sapientemente utilizzati, in modo combinato, possono migliorare realmente la nostra vita quotidiana, aiutandoci a capire un po' di più di noi stessi e degli altri.

---

<sup>1</sup> La PNL estende il termine **Rapport** ampliandolo rispetto alla pura traduzione dall'inglese (comunicazione, relazione, rapporto), intendendolo come empatia, rapporto privilegiato, immedesimazione.

# CAPITOLO 1

## LA COMUNICAZIONE A 360 GRADI

### 1.1. Cosa significa comunicare

Apparentemente nulla sembra più semplice del comunicare. Tutti noi comunichiamo. Basta un cenno per far capire un sì o un no. Quante volte ci è capitato di intuire lo stato d'animo di un nostro collega, solo dal come ha detto “buon giorno” appena è entrato in ufficio... Siamo nati immersi nella comunicazione. “Nella vita la capacità di comunicare è la più importante delle facoltà”<sup>2</sup>, anche se saper comunicare sembra quasi una dote scontata, congenita, come risposta ai comportamenti acquisiti nel tempo; ci rendiamo conto di saper comunicare quasi senza che nessuno ci abbia mai insegnato a farlo. Siamo abituati a comunicare, anche senza accorgercene. Il significato di una parola, espressa nella nostra lingua, ci pare spesso così chiaro ed evidente, che riteniamo possa essere recepito in modo univoco. Diamo un significato ad una frase o a un gesto e siamo sicuri che l'altro lo intenderà.

Non sempre però il nostro interlocutore può aver colto proprio ciò che a noi stava tanto a cuore. E questo meccanismo può dar vita a malintesi, ai quali non sempre sappiamo attribuire una causa.

Per comunicare infatti, non basta accontentarsi di avere trasmesso ciò che si voleva dire (quante volte lo abbiamo fatto e l'altra parte non ha capito nulla o ha travisato le nostre parole?). Se veramente vogliamo essere efficaci ed ottenere successo quando comunichiamo con gli altri, dobbiamo mettere il destinatario nella condizione di comprendere (nel senso di comprendere = prendere con sé) ciò che noi gli abbiamo trasmesso. Quindi: chi comunica è la “fonte di trasmissione” e chi riceve è il “destinatario”.



Potremo affermare quindi che tutti possono comunicare, ma non tutti sanno farsi capire. **Saper comunicare è una vera e propria arte:** che si può imparare e/o migliorare con l'esercizio continuo.

---

<sup>2</sup> S. R. Covey, *Le sette regole per avere successo*, Franco Angeli / Trend, pag. 211.

**Ma che cosa significa comunicare?** “Comunicare” significa inviare, trasmettere, trasferire, far conoscere, notificare, far vedere, far sentire, illustrare, partecipare, condividere con gli altri ciò che è nostro intendimento. Comunicare quindi significa sapersi esprimere e sapersi esprimere significa farsi capire. In sintesi, per comunicare occorre:

1. conoscere il destinatario;
2. saper suscitare interesse e mantenere desta la sua attenzione con continui nuovi stimoli;
3. usare appropriati veicoli di trasmissione;
4. informare in modo esauriente;
5. ascoltare e valutare le reazioni dell'ascoltatore;
6. migliorare, se necessario, il contenuto dell'informazione trasmessa, usando diversi mezzi efficaci di comunicazione;
7. riascoltare e valutare di nuovo le reazioni del destinatario.

Prima regola del buon comunicatore è: **conoscere il destinatario** (sia esso una platea o una singola persona, ai quali vorremmo comunicare in modo efficace). Se l'uditorio fosse composto da persone che non vengono dallo stesso ambiente, sarebbe meglio utilizzare parole semplici, tratte dal linguaggio comune, in modo che tutti capiscano, senza il rischio di creare “orfani”. Se invece il destinatario fosse una sola persona, faremo del nostro meglio per metterla a proprio agio, dimostrando attenzione ad ogni dettaglio la riguarda. In entrambi i casi sperimenteremo quindi **l'ASCOLTO ATTIVO**, dando evidenti segnali di interessamento, con lo sguardo, la postura protesa in avanti, annuendo, formulando domande di approfondimento o specificazione, e con la prossemica<sup>3</sup>. S. R. Covey sostiene in proposito che il principio più importante nel campo delle relazioni interpersonali è: “Prima cerca di capire... poi di farti capire”<sup>4</sup>

Per comunicare a 360 gradi dovremo **coinvolgere tutti i sensi**. Ricordando sempre che comunicare è una tecnica nata da un'attitudine, dovremo cercare di trasmettere le informazioni attraverso tutti e tre i canali d'accesso: auditivo, visivo, cinestesico.

Potrebbe quindi risultare molto utile avvalersi di tutti e **3 i livelli della comunicazione**: verbale, paraverbale e non verbale sia in campo personale che professionale

Il **verbale** (ovvero il contenuto del discorso, le parole che vengono dette durante una conferenza, un seminario, una lezione scolastica, o una semplice riunione di lavoro) rappresenta solo il 7% della comunicazione nei primi minuti di conversazione con una persona appena conosciuta.

Ciò significa che le parole, calamitano l'attenzione dei presenti in misura molto minore rispetto a quanto non potessimo immaginare. Limitandoci ad usare solo il verbale correremmo il rischio di

---

<sup>3</sup> S'intende per “prossemica” quella disciplina che analizza il modo in cui le persone si dispongono nello spazio e l'uso che ciascuno fa dello spazio.

<sup>4</sup> S. R. Covey, *Le sette regole per avere successo*, Franco Angeli / Trend, pag. 211.

catturare solo l'attenzione delle persone auditive, escludendo gli altri presenti che, alla fine dell'incontro, avranno afferrato solo una percentuale minima di ciò che è stato detto.

Per quanto riguarda invece il **paraverbale** (ritmo, pause, tono, timbro, volume, inflessione della voce, ecc), è importante saper modulare il tono della propria voce in base agli argomenti trattati. In un primo impatto, la comunicazione passa attraverso il tono, il timbro, il volume e l'inflessione della voce. Se vogliamo che si afferri un certo concetto dobbiamo quindi assolutamente alternare il tono della voce in base a ciò che stiamo per esprimere. Se invece continuassimo a parlare con lo stesso ritmo di voce per lungo tempo, rischieremo, nella migliore delle ipotesi, di far addormentare il/i nostro/i ascoltatore/i.

Per coinvolgere le persone cinestesiche, sarebbe consigliabile inoltre integrare il discorso con metafore, aneddoti, case history e, soprattutto, portando esempi concreti, tratti dall'esperienza vissuta. Queste persone hanno bisogno di provare sensazioni, amano l'effetto "a pelle": apprendono di più da una breve esperienza raccontata in cinque minuti, con enfasi e piena di sensazioni (e quindi con un tono di voce appropriato), che da una relazione della durata di un'ora, letta (nel senso stretto della parola) con tono lineare e spesso stucchevole.

Infine, ben il 55% della nostra comunicazione, sempre in un primo impatto, passa attraverso l'atteggiamento **non verbale**, detto anche "**IL LINGUAGGIO DEL CORPO**": la gestualità, la mimica, lo sguardo, la postura, la prossemica. In questo caso si coinvolgono maggiormente i visivi.

Se avessimo una platea come destinatario della nostra comunicazione, sarebbe preferibile adottare il cosiddetto sguardo "democratico", guardando, a turno, tutte le persone presenti, in modo da farle sentire direttamente coinvolte. Sono sufficienti pochi secondi per ognuna.



E' certo molto importante sapersi muovere, dimostrando una certa padronanza dello spazio circostante; anche gesticolare in modo opportuno aiuta a risultare efficaci, così da enfatizzare un certo concetto: il gesto apparrà **congruente** alla parte di concetto evidenziata. Sarebbe meglio evitare le mani in tasca o le braccia conserte. Le mani infatti possono essere considerate delle vere e proprie "armi". Vanno pertanto usate con oculatezza e cautela, senza movenze esagerate, evitando movimenti goffi o eccessivamente amplificati che parrebbero inappropriati al discorso. Andrebbero usate per accompagnare parole e voce, per conferire rilevanza a passaggi particolarmente importanti, valorizzandoli<sup>5</sup>.

La credibilità delle nostre affermazioni e l'efficacia della comunicazione si ottiene quando c'è congruenza tra i 3 livelli della comunicazione, quando cioè il contenuto del messaggio trasmesso è imprecisato, rafforzato e confermato a livello paraverbale e non verbale.

---

<sup>5</sup> Muoveremo quindi le mani sempre aperte verso gli altri; senza stringere i pugni.

Seguendo i piccoli accorgimenti sopra citati, le informazioni che trasmetteremo diverranno sempre più personalizzate e quindi:

- strutturate in diversi modi per stimolare l'attenzione dell'uditorio;
- sintetizzate opportunamente per evidenziare i contenuti fondamentali;
- integrate con informazioni provenienti da diverse fonti;
- valorizzate da collegamenti logici con informazioni correlate;
- caratterizzate da un'elevata interattività che fornisce preziose informazioni di ritorno.

Comunicare significa anche pensare, avere opinioni, trasmettere idee, informazioni, emozioni. Ma non solo. Comunicare significa soprattutto interagire e confrontarsi con gli altri per condividere opinioni, significa altresì partecipare, rendere noto, far conoscere ad altri. La comunicazione è dunque uno strumento essenziale per:

- affermare le proprie finalità;
- diffondere i propri intenti;
- promuovere le proprie attività;

Per comunicare bene è necessario essere consapevoli dell'adeguatezza del **mezzo** che si sta utilizzando.

Se è vero che i contenuti dovranno essere il più possibile espliciti e di qualità, essi possono essere resi in varie forme: assumeranno toni diversi se espressi all'interessato "*direttamente a voce*",<sup>6</sup> piuttosto che "*per iscritto*" o, magari, tramite una "*conversazione telefonica*".



Consciamente o istintivamente occorre sempre tener presenti le potenzialità e i limiti del mezzo prescelto: in base a quello che riterremo più idoneo, adatteremo la forma di esposizione in modo da far comprendere meglio il messaggio al nostro interlocutore.

Anche Internet oggi è un formidabile e complesso mezzo con cui comunicare. Questo, come gli altri media (carta stampata, telefono, tv...) possiede **limiti da dover aggirare e potenzialità da poter sfruttare** nella maniera più opportuna. La conoscenza di tali potenzialità e limiti (entrambi in perenne evoluzione) permette di poter trovare forme di comunicazione sempre migliori, adatte a raggiungere gli obiettivi prefissati.

Seguendo questi accorgimenti potremo esprimerci in maniera corretta, calibrata ed accattivante al tempo stesso, risultando davvero efficaci.

---

<sup>6</sup> Leggere, scrivere, parlare e ascoltare sono infatti i 4 tipi fondamentali di comunicazione.

## 1.2. I pilastri della comunicazione efficace

Tre sono i cosiddetti pilastri che contribuiscono a rendere una comunicazione veramente efficace:

- focalizzare l'attenzione sul feedback;
- “non si può non comunicare”;
- “la mappa non è il territorio”.

Cominciamo ora ad analizzarli singolarmente:

### 1. FOCALIZZARE L'ATTENZIONE SUL FEEDBACK:

In un processo di comunicazione non va mai dimenticato che quanto realmente ci interessa è quel che viene recepito dal ricevente, non tanto le nostre intenzioni iniziali. Il significato della comunicazione sta nel responso che se ne ottiene. Occorre pertanto acquisire sempre di più la consapevolezza degli effetti di ciò che trasmettiamo: il **FEEDBACK**.

Ascoltando attentamente il linguaggio di una persona è possibile definire il modo attraverso cui ha costruito il pensiero, è la sua idea di realtà e capire meglio il suo comportamento.

Prendere parte ad un processo comunicativo significa alternarsi con il/i proprio/i interlocutore/i, fungendo talvolta da “fonte di trasmissione”, talvolta da “destinatario”. E' quindi opportuno dimostrare un feedback costruttivo, che faccia chiaramente intendere la nostra massima attenzione e interesse a ciò che il nostro interlocutore ci sta comunicando: assumendo una postura congruente, attraverso lo sguardo, facendo ampio ricorso all'ascolto attivo, ponendo domande mirate (di conferma o chiarimento) e prestando orecchio.

Traendo spunto dalla conformazione del corpo umano, d'altronde noteremo che Madre Natura ci ha dotati di una sola bocca e ben due orecchie... dovremmo provare più spesso a rispettare tale proporzione! Ascoltare almeno il doppio di quanto parliamo, implica (perché no?), anche l'abilità, in alcune circostanze, di sapersi mordere la lingua...

E' davvero una grande ABILITA' poiché come ci ricorda S. R. Covey “ci avete messo anni per imparare a leggere e a scrivere, anni per imparare a parlare. Ma che dire dell'ascoltare? Quale addestramento o

formazione avete ricevuto che vi permetta di ascoltare in modo da poter comprendere realmente, profondamente, un essere umano, dal suo punto di vista?”



Tale abilità consiste anche nel saper dimostrare una buona dose di **FLESSIBILITÀ**, calibrando il nostro comportamento in funzione del feedback che percepiamo di volta in volta; adegueremo anche il nostro stile, modulando la voce ed i nostri movimenti in base al nostro interlocutore.

Come potremo dare un feedback costruttivo nel caso in cui non dovessimo concordare qualche aspetto esposto dall'interlocutore,? Occorre tener presente che nel momento in cui riconosciamo che il nostro non è il punto di vista, ma uno dei 6 miliardi che ci sono sulla faccia della terra, potremo cominciare adottando il famosissimo Metodo AIC®, provando a metterci nei panni dell'altro per tentare di vedere quell'aspetto dal suo punto di vista.

Sarà sempre bene enfatizzare che non si tratta di una critica personale, ma del nostro punto di vista in merito. Se sentissimo proprio la necessità di esplicitare il nostro dissenso, potremmo sempre adottare il "metodo sandwich", facendo il nostro discorso volto a rafforzare l'autostima del destinatario, con un feedback costruttivo (che riguarda l'effettiva area di miglioramento).



Un feedback proficuo non generalizza ma **contestualizza**, usa termini quali "in questo caso...", e **relativizza** (non dimenticando mai di dire "a mio parere..."). Dare un feedback dissenziente è piuttosto rischioso, occorre saperlo fare, altrimenti, si rischia il meccanismo dell'"escalation" in cui ognuno crede di pareggiare.

In lingua originale il feedback viene espresso con 3 forme:

- "The meaning of a communication is the response you get".
- "If you aren't getting the response you want, try something different".
- "There is no such thing as failure. There is only feedback".

Prestare massima attenzione al feedback comporterà un altro importante risultato: ci farà assumere ancor di più la respons-abilità (intesa come l'abilità nell'essere consapevoli di aver determinato quel certo responso) del risultato che otterremo.

## 2. NON SI PUÒ NON COMUNICARE

"Communication is more than what you are saying", ogni comportamento comunica qualcosa, anche solo una prima impressione, ciò che a prima vista ci colpisce. E' provato che i primi 15/20 secondi di un incontro condizionano le sensazioni e il giudizio che ognuno di noi si fa dell'altro. E c'è di più. Tale primo giudizio tenderà a persistere poiché il nostro io non è disposto a contraddirsi volentieri e procederà quindi alla continua ricerca di conferme sul quel primo convincimento, generando il cosiddetto pregiudizio.

Quindi, se teniamo a che un incontro abbia un seguito, ... il primo incontro con una ragazza, un colloquio di lavoro, ecc. occorre prestare particolare attenzione ad ogni dettaglio, ricordando "YOU



**Max Formisano**

Training Coaching & Consulting

NEVER GET A SECOND CHANGE TO MAKE A GOOD FIRST IMPRESSION"( Non hai mai una seconda occasione per dare una prima buona impressione).

**Max Formisano Training Coaching & Consulting**

**Sede Roma** - Via del Corso, 262 - 00186 Roma - Tel: 06.6792112 – Fax: 06.69200841  
**Sede Bari** - C.so Vittorio Emanuele, 68 - 70122 Bari - Tel: 080/5289726 – Fax: 080/5245508  
[www.maxformisano.it](http://www.maxformisano.it) - E-mail: [info@maxformisano.it](mailto:info@maxformisano.it)

### 3. LA MAPPA NON È IL TERRITORIO

Ogni individuo ha una sua particolare visione di se stesso e della realtà entro cui pensa, percepisce sensorialmente, agisce e si emoziona e che costituisce la sua mappa attraverso cui si orienta nel mondo. Ma "the map is not the territory" ovvero, "la mappa non è il territorio" cioè, la propria soggettiva esperienza non costituisce l'unica lente attraverso cui osservare la realtà, ma è solo uno dei tanti modi di interpretarla.

Quell'immagine, quella rappresentazione della realtà è basata sulle proprie conoscenze (diverse da quelle di ogni altro essere umano), derivate dal proprio vissuto esperienziale percettivo-sensoriale, costruitosi tramite l'educazione genitoriale, gli apprendimenti dalle varie agenzie socializzanti (scuola, chiesa, gruppo dei pari, ecc.) e dalle interazioni con se stessi, con gli altri, le situazioni e gli eventi vissuti. Fattori che possono incidere sulla nostra mappa possono essere ad esempio:



- credenze
- valori
- sesso
- età
- cultura
- capacità
- bisogni
- paure/fobie
- ambiente / contesto
- danaro
- politica
- salute
- obiettivo

#### 1.3. Convinzioni e valori

Prendiamo ora in analisi i primi due fattori che incidono sulla nostra mappa: le CREDENZE ed i VALORI. La "credenza" è "ciò che è vero per me", dal mio punto di vista. Molte persone sono convinte che "chi fa da sé fa per tre", ma tante altre credono in "l'unione fa la forza". Il "valore" invece è "ciò che è importante per me", non è solo vero, ma è anche importante. Il valore è una credenza alla quale è stata data grande importanza.

Un paio di **esempi tratti dalla vita di Milton Erickson**<sup>7</sup> potranno esserci d'aiuto nell'afferrare quanto sia importante avere delle **CONVINZIONI POTENZIANTI**.

<sup>7</sup> Milton H. Erickson (1902-80) era in grado di mettere le persone in stato di ipnosi, stabilendo un profondo rapporto con l'interlocutore. Il potere di Erickson stava proprio nella qualità del rapporto che riusciva ad instaurare.

*Quando Milton Erickson aveva 19 anni fu colpito dalla poliomielite. Non poteva più muoversi e non poteva parlare, intrappolato in un corpo che non rispondeva in nessun modo. Avrebbe certamente potuto disperarsi, soprattutto quando senti il medico dire a sua madre che non sarebbe sopravvissuto fino alla mattina seguente.*

*Erickson allora cominciò a investire ogni grammo di energia che aveva nel tentare di scoprire se potesse muovere una parte qualunque del suo corpo. Scopri che poteva battere un po' le palpebre. Gli costò un altro incredibile sforzo e un certo tempo per riuscire ad attirare l'attenzione di qualcuno, e far capire che si trattava di un segnale. Gli costò poi uno sforzo ancora più intenso, in termini di energia e di tempo, la definizione di uno schema di comunicazione. Dopo ore di intensissimi sforzi, trovò il modo di far percepire il messaggio che desiderava a sua madre: chiederle di girare il letto verso la finestra in modo da poter vedere il sole sorgere la mattina successiva.*

*Ammirevole fu il suo modo di affrontare le sfide che la vita gli poneva.*

*Erickson custodiva gelosamente un biglietto che aveva ricevuto da sua figlia. Davanti c'era un personaggio dei fumetti che stava in piedi su un minuscolo pianeta in mezzo all'universo gigantesco, con la scritta: "Quando pensi a quanto è immenso, vasto e complesso l'universo, non ti senti un po' piccolo e insignificante?".*

*Quando si apriva il biglietto, si leggeva: "Neanch'io".*

La storia di Erickson ci insegna che per raggiungere grandi obiettivi occorrono credenze potenzianti. Ma c'è un altro esempio calzante che ci fa comprendere il potere delle convinzioni: **IL PLACEBO**. E' stato dimostrato che il potere di una convinzione può inaspettatamente raggiungere benefiche sintomatologie ... Nella storia della medicina c'è una dimostrazione molto singolare sul potere delle convinzioni. L'effetto placebo implica la situazione in cui un individuo che crede di prendere una medicina assume un "farmaco finto" che lo fa stare effettivamente meglio<sup>8</sup>. È un campo davvero affascinante da analizzare: anche Bandler e Grinder erano interessati alla commercializzazione di prodotti placebo. Volevano metterli in boccette e chiamarli appunto placebo<sup>9</sup>. Naturalmente, si aspettavano un gran fragore da parte delle associazioni mediche e farmaceutiche. E nel bel mezzo della controversia avrebbero lanciato "Placebo Plus": venti per cento in più di ingredienti inerti in ogni capsula...

E, in effetti, le ricerche mostrano che una pillolina rossa e brillante, molto costosa, ha un effetto placebo molto superiore rispetto a quello di una pillolina poco costosa che sa di gesso...

In media, in un terzo circa dei casi, un placebo funziona bene tanto quanto la terapia farmacologica vera e propria, fungendo quasi da morfina.

---

<sup>8</sup> E' stato dimostrato che i placebo avrebbero addirittura un effetto benefici sulla cura del **cancro**.

<sup>9</sup> Grinder e Bandler volevano pubblicare le statistiche percentuali degli effetti dei placebo per i vari sintomi; il paziente poteva così scorrere la lista dei sintomi, verificare le sue possibilità, e tentare. L'etichetta della boccetta avrebbe avuto come scritta: „I placebo non funzionano per tutti, ma potrebbero funzionare per te!”

“Ognuno di noi usa il cervello sì e no al 5% delle sue possibilità”. Molti accettano questa affermazione con una scrollata di spalle... In realtà, come sostiene La Parra Paz, ognuno dovrebbe essere più consapevole della propria forza mentale., anche di quella inconscia.

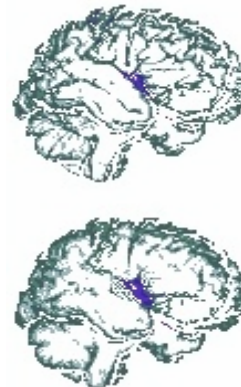
I due emisferi sono così specializzati:

#### **EMISFERO SINISTRO**

Razionale  
Pratico  
Logico  
Lineare  
Analitico  
Matematico

#### **EMISFERO DESTRO**

Emotivo  
Creativo  
Immaginativo  
Intuitivo  
Olistico  
Allargato



Le ricerche neurolinguistiche indicano chiaramente la priorità dell'elaborazione visiva, globale, simultanea, contestuale, analogica delle informazioni nell'emisfero destro del cervello, anche se le informazioni sono linguistiche e quindi verranno poi rielaborate dall'emisfero sinistro (verbale, analitico, sequenziale, logico).

L'inconscio regola tutta la fisiologia: battito cardiaco, funzionamento dei reni e delle ghiandole, comportamenti ed emozioni. L'inconscio controlla oltre tutto il nostro corpo, anche il sistema immunologico: per questo si possono curare delle malattie risalendo alle cause registrate dall'inconscio.

### **1.4. Foglie e radici ®**

Proviamo ora ad analizzare quali sono i livelli logici intorno a cui ci muoviamo: dall'interno verso l'esterno abbiamo:

- |   |   |  |
|---|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. IDENTITA'</li><li>2. CONVINZIONI</li><li>3. CAPACITA'</li><li>4. COMPORTAMENTO</li><li>5. AMBIENTE</li></ol> | } | <p>un cambiamento in un livello fa sì che a cascata cambino gli altri:<br/>ipotizzare un cambiamento significa chiedersi: "... sto diventando<br/>una persona che ..."</p> |
|---|---|--|

Parafrasando questo schema Max Formisano nel suo articolo "*Foglie e radici*" paragona l'uomo ad un albero che cresce, divenendo consapevole del proprio successo. Entrambi hanno una loro peculiare complessità che li rende unici.

Il linguaggio simbolico di Formisano rende bene l'idea per esprimere quanto possano essere profonde e nascoste le radici che hanno permesso un tale solido tronco, nonché il germoglio dei rami che si innalzano verso l'alto.

La radice è ciò che permette di dar vita al frutto affondando in qualcosa di vasto, il terreno, da cui trae nutrimento. La radice appartiene all'albero e, metaforicamente, ne spiega l'esistenza.

Il tronco è la storia dell'albero, cresce e si sviluppa con l'alternarsi delle stagioni e degli anni, è la **solidità** implacabile basata sul vissuto, sull'esperienza e sui **valori** a cui si ispira.

I rami che si estendono con creatività all'orizzonte, imponendo l'autorevolezza che gli è propria e che li caratterizza per natura, rappresentano l'**ambizione** a raggiungere i propri obiettivi.

Le foglie e i fiori impreziosiscono l'albero, traducono poeticamente l'energia della linfa vitale che lo pervade. Sono la rappresentazione tangibile della **comunicatività** e dell'entusiasmo.

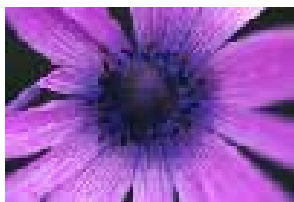
Il frutto è quanto di più perfetto l'albero possa realizzare, per l'uomo è il **cambiamento interiore**, il premio alle proprie fatiche, la realizzazione che permette di gettare il seme nel terreno sconfinato ed essere l'artefice di un nuovo ciclo di rinascita.

Quindi per riassumere in modo schematico diremo che:



- IDENTITÀ, CONVINZIONI costituiscono le nostre RADICI ®, dotate di tutta la loro rigidità e solidità, irrobustite.

- CAPACITA' E COMPORTAMENTO rappresentano le nostre FOGLIE ® in tutta la loro flessibilità;



- L'AMBIENTE sono i nostri FIORI ☺ che sbocciano grazie a quelle radici e a quelle foglie.

Conoscere tali livelli logici può essere utile nel caso in cui volessimo apportare modifiche rilevanti al nostro modo di essere: diverrebbero così dei veri e propri livelli di cambiamento. Non



potremo lavorare solo sulle foglie del nostro comportamento e delle nostre azioni, se prima non avremo lavorato sulle radici, cioè sui principi che forgianno la nostra identità e le credenze da noi ritenute fondamentali. Non sempre un cambiamento sull'esterno comporta un cambiamento sull'interno... tutto dipende da dove decidiamo di fare il cambiamento... Se coinvolgiamo la nostra IDENTITA', il nostro io sarà portato a porsi il quesito: "cosa voglio realizzare?"



Un'ulteriore parafrasi ce la fornisce la frutta: ci capiterà quindi di conoscere delle persone-nocce® e delle persone-albicocca®. Nel primo tipo la durezza del guscio esterno manifesta l'eccessiva chiusura, protezione, per attaccare o per difendersi.

La superficie così irregolare, rugosa scoraggia anche un minimo avvicinamento. Ma a chi riuscisse di penetrarvi è dato scoprire, con incredulità, l'estrema fragilità del gheriglio interno, che ne costituisce l'anima.

L'albicocca invece, all'esterno appare morbida, vellutata e invitante, ma serba all'interno un bel nocciolo duro.



Ebbene, continuando con la parafrasi precedente, cambiando le radici, cambiano anche le foglie: non è sempre vero il contrario.

Da un'attenta e seria auto-riflessione sui propri livelli di cambiamento, potremo chiederci "come voglio diventare?", "voglio ottenere un risultato ben determinato oppure un porto vale l'altro?" Solo ponendoci delle domande costruttive e potenzianti potremo portare avanti una efficace crescita personale, avendo sempre chiara la visione della propria missione e dei valori che vogliamo pervadano le nostre foglie. Sta a noi stessi continuare a garantire sintonia tra foglie e radici lungo tutto il percorso di miglioramento che parte da ciò che siamo, per giungere a "dove vogliamo arrivare".<sup>10</sup>

<sup>10</sup> In tale percorso gioca un ruolo fondamentale l'AUTOSTIMA, ovvero "credo in me stesso a prescindere da tutto, dai risultati ottenuti, dalle reazioni altrui", "quanto credo di valere?"

## CAPITOLO 2

### LA PNL

#### 2.1. Programm-azione Neuro Linguistica (PNL)

La **PNL** o **Programmazione Neuro Linguistica**<sup>11</sup> è una disciplina nata negli anni '70 dal genio creativo dello psicologo ed esperto in informatica, Dott. Richard Bandler e dal linguista John Grinder. Essi ebbero l'intuizione di studiare l'effettivo atteggiamento di personalità eccellenti nel loro campo, più che ascoltare i loro insegnamenti. Indagando sui diversi comportamenti comunicativi, hanno individuato alcuni "presupposti": utilizzandoli nell'esperienza quotidiana è possibile ottimizzare il rapporto con se stessi e con gli altri in termini di soddisfazione, efficacia e valorizzazione.

Per tale sua peculiarità, nel corso degli anni la PNL è stata definita in molti modi:

- La Psicologia della comunicazione
- La scienza del saper fare
- L'arte marziale della comunicazione
- La psicologia dell'eccellenza
- L'arte e la tecnologia del cambiamento

ma nessuna di queste definizioni fa trasparire la complessità di questa neuroscienza.

Forse il miglior modo di definirla consiste proprio nell'esaminare le tre parole che la compongono:

**Programm-azione**<sup>12</sup>: proprio come un computer, ognuno di noi è dotato di un "hardware" (il nostro cervello) ed un "software" (i programmi che installiamo via via, attraverso le esperienze e l'apprendimento). E' come se la PNL avesse la facoltà di aiutarci ad "installare" nuovi programmi, più evoluti per ottenere rapidamente risultati sempre più evoluti. Ri-programmando o aggiornando alcuni dei nostri modelli, saremo in grado di decidere come e quando migliorare la qualità della nostra vita.

**Neuro**: alla base di ogni comportamento umano ci sono un'infinità di processi neurologici con cui viene elaborata la realtà che si vive. La PNL permette di ridisegnare e/o ampliare processi mentali (ossia come pensiamo e percepiamo la realtà che ci circonda).

---

<sup>11</sup> La Neuro Linguistic Programming (NLP) nasce all'Università di Santa Cruz, in California, ed oggi è ampiamente diffusa a livello mondiale. Questa università gode di un grande prestigio internazionale perché ha prodotto i maggiori neurologi, psicologi e neurochirurghi. In quell'anno due giovani americani, Jonh Grinder, laureato in linguistica, e Richard Bandler, laureato in programmazione e informatica, scoprirono alcuni schemi. Il loro obiettivo era scoprire i modelli messi in atto da persone di successo, e a questo scopo esaminarono tre figure molto note in quel periodo, che hanno dato contributi fondamentali applicati ancora oggi.

<sup>12</sup> La parola stessa in italiano sembra costituita da due parti, che prevedono un'azione che è stata precedentemente programmata.

**Linguistica:** Tali processi neurologici vengono tradotti e rappresentati tramite un codice linguistico. Il linguaggio infatti (cosa diciamo, come lo diciamo), non è altro che una proiezione / produzione del nostro pensiero. Per un'interfaccia più efficace col mondo la PNL mostra come sia possibile utilizzare un linguaggio verbale e non verbale più appropriato, a supporto della neurologia.

L'efficacia della PNL sta proprio nella possibilità di riorganizzare le idee e pianificare le proprie azioni per il perseguimento degli obiettivi, coinvolgendo processi neurologici e codificazione linguistica.

Ogni esperienza viene filtrata dall'interpretazione personale attribuita ad ogni evento ed è compito della PNL studiarne le parti fondamentali che rendono significativa l'esperienza<sup>13</sup>.

### COME E' NATA LA PNL?

Bandler e Grinder estesero i loro studi a famosi personaggi di successo<sup>14</sup>, domandandosi quali doti virtuose avessero le persone di successo? I loro studi li portarono a evidenziare una griglia di passi e di strutture che, applicata a una persona normale, produce risultati simili, elevandone i livelli di efficienza.

Continuando a studiare e a interrogarsi, scoprirono che i vincenti fanno cose di cui non sono coscienti: non sanno ciò che stanno facendo, né che cosa li faccia vincere.

Così nacque la PNL. La prima presentazione alla Associazione degli Psicologi ebbe un tale impatto che tutti volevano impararla. Agli inizi, sino al 1984, era conosciuta solo nell'America del Nord. In seguito si diffuse in Messico, America latina e Europa, avendo via via un boom impressionante a livello mondiale.

Uno dei principali postulati della PNL è il seguente:

“La PNL, insieme di tecniche efficaci volte a produrre nelle persone cambiamenti permanenti e a brevi termine, afferma che l'essere umano è quello che è a causa di ciò che crede, non di ciò che sa. Di ciò che crede inconsciamente, non coscientemente. Perciò non basta dire di voler cambiare il modo di agire, perchè se non si cambiano i convincimenti il modo di agire rimarrà sempre lo stesso. Tutto si basa su ciò che si crede.”

Al centro ed all'origine della PNL c'è quindi il **RISULTATO**, ovvero ciò che si vuole ottenere.

Partendo da tale presupposto, la PNL si occupa di sviluppare l'**ACUTEZZA PERCETTIVA** per capire se il nostro comportamento e le nostre strategie si stanno dirigendo verso la direzione giusta.

Un valido esempio è costituito del tipico caso in cui un venditore poco sicuro, capisce di aver venduto solo dopo aver ottenuto la firma sul contratto. Il buon venditore è in grado invece di capire che il suo lavoro sta procedendo bene già sin dalle prime battute.

---

<sup>13</sup> La PNL si definisce infatti come lo “Studio dell'esperienza soggettiva”.

<sup>14</sup> In particolare, i due co-creatori della PNL presero in analisi tre terapeuti: Milton Erickson (ipnoterapeuta di respiro mondiale), Virginia Satir (1916-1988), terapeuta familiare, e Fritz Perls (1893-1970) creatore della Gestalt.

Se ciò che si sta facendo non permette il raggiungimento dei risultati voluti, la PNL si occupa delle possibili **strategie di CAMBIAMENTO** affinché l'azione si dimostri efficace. E' un po' come disinserire i parametri di un pilota automatico che porta su una rotta sbagliata per inserirne degli altri che riassettano la nave o l'aereo sulla direzione giusta e conveniente. La PNL offre tecniche attraverso le quali si può utilmente organizzare e riorganizzare la propria esperienza o l'esperienza altrui, per definire e raggiungere i risultati comportamentali desiderati, dove per comportamento si intende sia quello interno (pensieri, decisioni, emozioni, scelte, convinzioni), sia l'agire sociale e produttivo.

Per cambiare in positivo sono necessari obiettivi precisi e risorse. L'utilizzazione delle risorse in direzione degli obiettivi è uno dei cardini della PNL.

Le strategie efficaci vengono selezionate in modo empirico sulla base dei successi conseguiti da persone eccellenti.

Elemento centrale della PNL è infatti il **MODELLAMENTO**, cioè l'identificazione delle strategie utilizzate da persone, che hanno già conseguito risultati eccellenti. La conseguente appropriazione di tali strategie "vincenti" permette di conseguire i medesimi risultati.

La nascita stessa della PNL è avvenuta sulla base di un modellamento: Bandler e Grinder infatti riuscirono a comprendere la struttura dei comportamenti inconsci di alcuni grandi professionisti della psicoterapia, per poi "modellarli"...

Ciò che destò scalpore negli anni '70 e '80 fu l'originale approccio squisitamente pratico della PNL che portò una ventata di novità in un ambiente scientifico un po' limitato. Il merito che viene più volte riconosciuto alla PNL è quello di aver costituito, per quell'epoca, il primo approccio multidisciplinare alla psicoterapia, come psicologia della comunicazione<sup>15</sup> su basi sperimentali facendo perno sul concetto di "osservabilità". In questo senso, la PNL presenta un carattere estremamente pragmatico, propone cioè un insieme di modelli che traggono validità dalla loro efficacia, piuttosto che da un substrato teorico.

Da allora la PNL ha esteso la sua applicabilità ad un numero sempre più vasto di attività e risorse umane: dalla psicoterapia all'insegnamento, dal business alla gestione delle risorse umane, dalla vendita e la negoziazione alle strategie di leadership, in ambito sportivo, in campo aziendale.

---

<sup>15</sup> Ne deriva la possibilità di individuare gli elementi veramente efficaci dei processi comunicativi per poterli formalizzare in modelli e tecniche di intervento riproducibili. Si può definire la PNL come una disciplina che studia la "struttura dell'esperienza soggettiva", vale a dire l'individuazione delle operazioni mentali fondamentali che, mettendosi in sequenza, delineando la struttura dei processi comunicativi, delle strategie di pensiero delle persone.

## 2.2 Ricalco & Guida

Applicando ora i concetti della PNL a quanto esposto nel primo capitolo, potremo affermare che è possibile **ricalcare le convinzioni** e le opinioni del nostro interlocutore a livello:

- VERBALE: dopo aver dedotto il sistema rappresentazionale, potremo “sintonizzarci” sul suo stesso canale, usando un certo termine che abbiamo recepito essere particolarmente preferito dal nostro interlocutore.



- PARAVERBALE: modulando ritmo, velocità, tono della voce dell'interlocutore. (Ciò che non ricalchiamo sono sicuramente i difetti di pronuncia). In tal modo ci accorgeremo gradualmente che il linguaggio sta rallentando anche la struttura del nostro pensiero, ci sembrerà un ricalco più lento, ma risulterà senz'altro efficace.

- NON VERBALE: tale tipo di ricalco prende il nome **MIRRORING**, o **RISPECCHIAMENTO**, assumiamo con il corpo lo stesso atteggiamento dell'interlocutore come se “entrassimo nella sua stessa danza”, attuando una calibrazione, frutto di un'attenta osservazione del linguaggio del corpo.

Un valido esempio in cui il mirroring avviene in modo inconscio può essere quello dei due innamorati che, al ristorante tendono in modo spontaneo ad assumere la stessa postura, sguardo e tono di voce simili.

Allo stesso modo, ognuno di noi potrà avvalersi del mirroring in modo sempre più spontaneo ogni volta che ne ravvede la necessità (esso è particolarmente efficace in caso di forti obiezioni ad esempio).

L'obiettivo del ricalco è: **sembrare più possibile somigliante all'altra persona**, alla continua ricerca dei punti di raccordo, per essere percepiti come un suo simile: innescando il pensiero: “mi piacciono una persona simile a me, la sento vicina, mi posso fidare”

Elementi da rispecchiare possono essere:

- postura
- tipo di gestualità

Potremo anche dar vita ad un rispecchiamento incrociato: ad esempio se il nostro interlocutore tamburella con la mano, noi potremo farlo con la gamba. Assolutamente da non rispecchiare: i tic... per ovvie ragioni...!

Un ricalco efficace ha bisogno dei suoi tempi, occorre cercare il momento, l'occasione giusta per farlo, non è detto che sia opportuno farlo immediatamente; ad esempio evitiamo di accavallare le gambe quasi in contemporanea al nostro interlocutore e di divaricarle nuovamente dopo pochi secondi, rischiamo di renderci ridicoli. Se il destinatario assume una posizione che sappiamo essere per noi particolarmente scomoda, evitiamo di mostrarci goffi.

Uno degli obiettivi del ricalco è di “agganciare il nostro interlocutore e di essere in grado di **guidare l'altra persona nella direzione verso cui vogliamo che vada**. Raccontando un incidente accaduto a suo figlio, Milton Erickson realizza a suo modo questo obiettivo:

*Il figlio di tre anni, Robert, si era rotto il labbro e un dente, cadendo dalle scale. Sanguinava copiosamente e urlava per lo spavento ed il dolore. I genitori corsero immediatamente in suo aiuto. Quando si fermò per prendere fiato, Milton Erickson gli disse velocemente, semplicemente, con solidarietà: “Fa un male terribile, Robert. Fa un male terribile.” In quello stesso istante suo figlio si rese conto che Erickson sapeva ciò che stava provando. I due erano completamente d'accordo su questo, di conseguenza il figlio lo ascoltava con rispetto, poiché aveva dimostrato di comprendere pienamente la situazione. Aggiunse poi: “E continuerà a farti un gran male.” Con questa semplice affermazione, esplicitò la sua paura peggiore, confermando la stessa idea che lui si era fatto di quella situazione, in totale accordo. Erickson qui agì all'unisono con suo figlio e dimostrando anche con lo sguardo un forte senso di credibilità. Poi Erickson guidò Robert verso una consapevolezza diversa e più produttiva della sua condizione. Lo fece focalizzando l'attenzione di suo figlio sulla quantità e sulla qualità del sangue sul pavimento: “C'è proprio un sacco di sangue sul pavimento. È un buon sangue, rosso e forte? Guarda bene, mamma, guarda. Io penso di sì, ma voglio che tu ne sia sicura.”*

Qui Erickson guida Robert, mentre l'obiettivo è di porre la sua attenzione su qualcos'altro che non sia il dolore.

*Affermarono che sarebbe stato meglio esaminare il sangue guardandolo sullo sfondo del lavandino del bagno. A questo punto Robert aveva smesso di piangere, e il suo dolore e la sua paura non erano più fattori dominanti. Era invece interessato e assorto nell'importante questione della qualità del suo sangue.*

Erickson, poi, continua a guidare Robert sempre più lontano dal trauma e dal dolore, chiedendosi se sarà così fortunato da avere bisogno di un numero di punti di sutura che riesca a contare:

*Esprese il suo rimpianto sul fatto che lui non potesse avere diciassette punti, come sua sorella, o dodici, come suo fratello; ma sicuramente più punti del suo amichetto. Così, l'intera situazione si trasformò in un'esperienza comune, in modo tale da essere condivisa con i suoi fratelli maggiori, con un confortante senso di eguaglianza o, addirittura, di superiorità.*

Ricalcando con destrezza la convinzione di Robert che facesse male e che avrebbe continuato a far male, Erickson ha dapprima **ricalcato il dolore di suo figlio e poi ha guidato la mente del bambino lontano dal dolore**. Questa è l'arte della persuasione: **confermare qualcosa che le altre persone sanno già essere vera, e poi guidarle verso il prendere in considerazione, e alla fine accettare, altre possibilità.**<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Tale episodio è raccontato da Jerry Richardson in *Introduzione alla PNL Magia del Rapport*

## **CAPITOLO 3**

### **IL LINGUAGGIO DEL CORPO**

Se per linguaggio intendiamo un sistema di segni condivisi, è necessario chiarire bene di quali segni ci si avvale e quale valore viene loro attribuito, poiché ogni cultura attribuisce arbitrariamente a ciascun segno un certo significato.

Il corpo è in grado di fornire numerose "informazioni" involontarie quali il sudore, il tremito, l'arrossire, che possono essere degli indizi per intuire alcuni stato d'animo.

Anche giocare con l'anello, pizzicarsi il naso, annodare i capelli su un dito (tipico del sesso femminile), grattarsi la nuca o aggiustarsi un polsino, e numerosi altri comportamenti simili sono tutti segnali che produciamo, in modo quasi automatico, senza intenzione di trasmettere alcunché.



Nelle nostre interazioni quotidiane tutti questi movimenti vengono di solito quasi ignorati o giudicati privi di senso.

Questo però non significa che i segnali del corpo non vengano colti e non producano effetti. Il processo avviene, per lo più, in modo inconsapevole. Insomma, il corpo è proprio un "chiacchierone", ma purtroppo parla una lingua che non sempre sappiamo riconoscere o invia messaggi che spesso travisiamo.

Infatti, quando "leggiamo il corpo", in definitiva, non dovremmo soffermarci su un singolo gesto. Uno stesso messaggio spesso riverbera in più parti del corpo (ad esempio, l'ansia può essere manifestata in una mano contratta, in un'alterazione del respiro e in abbassamento del tono di voce).

Ma non è detto che tali segnali agiscano tutti in accordo (come nel caso descritto dell'ansia), ma contribuiscono a creare in "coro" il messaggio globale.

A volte, un segnale non dice granché se preso singolarmente, ma assume valore se accompagnato da un'espressione facciale o da altri comportamenti: così, grattarsi lo zigomo, ad esempio, non ci dice molto; ma se contemporaneamente il volto viene piegato di lato, può significare fastidio, perplessità o disappunto. Tal altre, uno stesso segnale può avere addirittura significati diversi a seconda del contesto in cui è inserito: muovere la lingua sulle labbra indica in genere piacere, ma se le sopracciglia sono sollevate e unite è indice d'ansia.

Esiste una leggenda sui messaggi del corpo: sembra che essi siano da ritenersi sempre genuini perché, non controllabili. In realtà, in una certa misura, e in rapporto al sesso, al carattere e alle condizioni emotive, siamo in grado di esercitare una certa vigilanza su quello che esprimiamo. Alcuni di noi infatti sono più consapevoli di quello che comunicano con il corpo, altri di meno; così, è stato

dimostrato che le donne hanno una discreta familiarità con i segnali che esprimono; lo stesso vale per gli attori o per chi, per motivi di lavoro (come i caricaturisti, i pittori in genere, i venditori, ecc.) è focalizzato su questi aspetti.

Ma A COSA SERVE CONOSCERE IL LINGUAGGIO DEL CORPO? Le applicazioni della comunicazione non verbale sono molteplici.

Leggere piccoli gesti involontari ci dà modo di intuire la personalità<sup>17</sup> e i lati nascosti degli altri.

Molti sono i vantaggi: capire meglio il linguaggio del corpo ci può aiutare a svelare una menzogna<sup>18</sup> o a comprendere un'opinione in modo più chiaro. Inoltre, osservando le risposte del corpo del nostro interlocutore possiamo pilotare il nostro discorso, così da selezionare gli argomenti che egli trova interessanti e scartare quelli che giudica irritanti: ai suoi occhi appariremo dei brillanti conversatori, sebbene sarà stato lui stesso, senza volerlo, a «indicarci la via»; cioè a guidare la scelta degli argomenti e delle parole più stimolanti.

Ecco perché avere una certa dimestichezza con i messaggi del corpo **può risultare utile a chiunque**, dal momento che si tratta di una forma di comunicazione che ci consente di migliorare di gran lunga il nostro rapporto con gli altri e la conoscenza di noi stessi.

A tutti i dipendenti, dirigenti o impiegati che essi siano, comprendere i messaggi non verbali consente di acquisire un modo per entrare in sintonia e mantenere buoni rapporti nell'ambiente di lavoro. Chiunque debba sostenere un colloquio di lavoro<sup>19</sup>, può orientare la propria performance in funzione del feedback non verbale che riceve. Anche insegnanti, educatori, assistenti sociali possono trovare giovamento nel conoscere questi aspetti utile per migliorare il rapporto umano.

Ma il linguaggio del corpo si rivela importantissimo nel rapporto di coppia e può risultare di grande utilità anche ai genitori, per capire meglio i propri figli.

Alcuni semplici esercizi possono affinare l'abilità a cogliere i segnali non verbali: per esempio potremo seguire un talk-show togliendo l'audio; ci renderemo presto conto di quanti movimenti, variazioni di postura e gesti si facciano, e di come di solito questi vengano "oscurati dalla parola".

---

<sup>17</sup> Il tono e il volume della voce, ad esempio, sono piuttosto rivelatori della personalità: i timidi parlano spesso con voce sorda, strozzata e sottile. Le persone dominanti e intraprendenti hanno una voce più tonante del comune e parlano abbastanza accelerato.

<sup>18</sup> **Le espressioni del volto** sono spesso complesse e ambigue; questo accade soprattutto perché provengono da un sistema duplice, volontario e involontario, capace di mentire e di dire la verità; a volte, contemporaneamente. Le espressioni vere, sentite, attivano il movimento spontaneo di alcune regioni muscolari del volto; è possibile simularle, ma in modo, in genere, non convincente. Quelle false invece sono intenzionali e comportano l'innescare volontario di una "maschera": servono, in questo caso, a nascondere ciò che si prova veramente o a mostrare qualcosa che non si sente.

<sup>19</sup> Il selezionatore sa che il timbro e il volume della voce possono essere un parametro importante: chi è un leader "naturale", o chi è ambizioso, ha un tono più pieno, sonoro e nel parlare esibisce qualche decibel sopra la media. Anche il modo di guardare mentre si parla delle proprie esperienze o della propria preparazione conta parecchio: le persone più competenti e sicure di sé guardano spesso l'altro negli occhi mentre parlano. Una qualità che viene generalmente apprezzata, soprattutto se si tratta di lavorare a stretto contatto con il pubblico, è l'estroversione. Questa disposizione del carattere si traduce in tratti rilassati del volto e della postura; da una facilità al sorriso e da gesticolazioni frequenti ed espressive.

Comunicare con il corpo, infatti permette di veicolare significati volontari, o sottolineare significati espressi già dal contenuto. Nella comunicazione la gestualità ha un ruolo fondamentale, perché può rappresentare:

- un **rinforzo**
- un' **involontaria smentita**
- una **fonte di feedback** (insieme all'espressione del volto).

Si suppone che il linguaggio abbia avuto origine dai gesti e le osservazioni sull'acquisizione della parola sembra avallare tale ipotesi; solo in tempi recenti ci si è accorti che l'espressione verbale non ha soppiantato i gesti e che questi sono parte integrante della facoltà di parlare con proprietà e scorrevolezza.

Conoscere il linguaggio non verbale ci aiuta a saper riconoscere le nostre reazioni indesiderate, e a controllarle. Può essere estremamente utile ad esempio per gestire l'ansia<sup>20</sup>. Certo tutti quando affrontiamo una prova siamo un po' in apprensione, ma chi è ansioso di indole o teme il giudizio degli altri, in quei momenti suda (nei palmi delle mani soprattutto), si muove nervosamente sulla sedia, ha difficoltà a sostenere lo sguardo dell'interlocutore...

## LA PROSSEMICA

Tutti noi, intorno al nostro corpo abbiamo uno spazio, una distanza che ci avvolge, ci separa e ci protegge dal resto del mondo. Lo spazio che sussiste tra noi e gli altri non è neutro: infatti se una persona si avvicina "troppo", cominciamo a sperimentare particolari stati psico-fisici o variazioni emotive, provando "fastidio" o "imbarazzo" e siamo portati a reagire di conseguenza, ripristinando le "giuste" distanze.

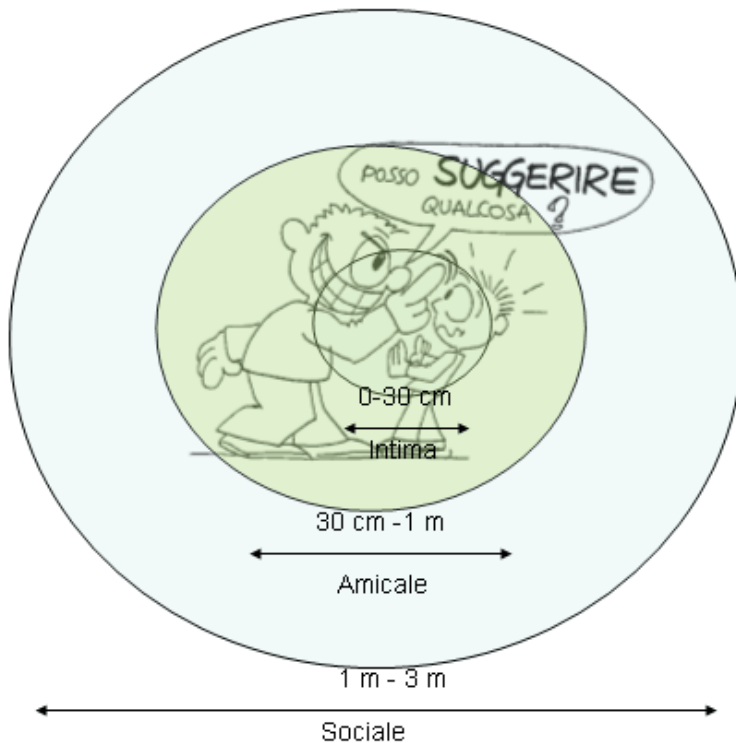
La maggior parte delle volte comunichiamo, agiamo e reagiamo, mettendo o ripristinando distanze, senza esserne consapevoli.

Lo spazio che ci separa dagli altri è uno spazio mentale che esiste nella nostra mappa del mondo ed è chiamato *spazio prossemico* o *bolla prossemica* perché si sviluppa tutta intorno a noi.

Con i nostri amici le distanze sono molto ridotte, con il nostro partner si riducono fino al contatto fisico, con gli estranei, sono molto grandi. Possiamo facilmente verificare quindi che le distanze e le reazioni che possono essere generate, cambiano in base all'interlocutore che abbiamo: sia esso un conoscente o un estraneo, un amico o il partner.

---

<sup>20</sup> Chi è ansioso dimostra un'agitazione eccessiva, tende a stropicciarsi la pelle in modo insistente, specie del volto. La voce diviene più stridula e soffocata.



Secondo alcuni studi, iniziati sugli animali, e poi condotti sull'uomo, le distanze relazionali possono essere di quattro tipi:

- **intime** da 0 a circa 30 cm;
- **amicali** fino a circa 1 metro;
- **sociali** fino ai 3 metri, oltre questo limite c'è la zona pubblica.

Possiamo quindi imparare, non solo a rispettare, ma ad invadere consapevolmente le "bolle" degli altri, l'obiettivo in questo caso potrebbe essere ad esempio quello di produrre un cambiamento di stato psico-fisico.

Repentine variazioni nella prossemica, l'improvviso avvicinamento o allontanamento dell'interlocutore, infatti possono generare stati di tensione che si manifestano tramite:

- pruriti alle arcate sopraccigliari, nella zona maxillo-facciale (vicino al naso), frontale
- variazioni di postura o dondolio, l'accavallamento di gambe e braccia
- contrazioni muscolari del volto
- frequente deglutizione salivare
- sorrisi nervosi
- raschiamento della gola
- riduzione del tono della voce
- rossore / pallore
- tachicardia
- iper-sudorazione
- tremore

E questi sono solo i più frequenti, ma lo scarico della tensione si manifesta nelle più svariate forme da persona a persona.

## CONCLUSIONE

**La PNL è un atteggiamento...** caratterizzato dal senso di curiosità, avventura e desiderio di imparare abilità necessarie a comprendere quali tipi di comunicazione possono rivelarsi efficaci con gli altri.

**La PNL è una metodologia...** basata sul principio che ogni comportamento ha una struttura... e che questa struttura può essere estrapolata, imparata, insegnata e anche cambiata. Il criterio guida di questo metodo è sapere che cosa potrà risultare utile ed efficace.

**La PNL è una tecnologia...** che permette ad una persona di organizzare le informazioni e le percezioni in modo da raggiungere risultati, ritenuti impossibili in passato.

La Programmazione Neuro-Linguistica si occupa infatti dello studio della struttura dell'esperienza soggettiva e di quello che può essere calcolato da esso.

La sua convinzione di base e la sua promessa è che le **strategie efficaci di pensiero possono essere identificate, desunte, apprese e utilizzate da chiunque lo desideri.**

I risultati degli studi dei due co-fondatori hanno portato all'individuazione di una serie di strategie comportamentali e di modelli linguistici specifici e riproducibili. La PNL è stata infatti creata proprio per permetterci di **individuare** modi nuovi di comprendere **come la comunicazione, verbale e non verbale, influisce sul cervello umano.** Di conseguenza essa rappresenta l'opportunità non solo di comunicare meglio con gli altri ma anche di imparare ad avere maggior controllo su alcuni processi della nostra neurologia.

Credo che una recente frase, formulata da colui che ha dato inizio e che ancora oggi sta ampliando la PNL, possa concludere egregiamente questo elaborato:

"Una delle cose che le persone devono realmente comprendere sul lavoro della mia vita è che esso non riguarda la terapia o il business - riguarda la libertà"

Richard Bandler