

La vita e il suo giusto ritmo

di **Patrizio Paoletti**



Il vivere moderno è veloce, incredibilmente veloce. Spesso, gli impegni del nostro quotidiano ci assorbono al punto da farci dimenticare di noi stessi e dell'importanza che il continuo miglioramento riveste lungo il cammino della vita. Ci troviamo a vivere in un mondo contraddistinto da aspetti per certi versi paradossali: da un lato disponiamo di strumenti e tecnologie sempre più sofisticati ed efficienti, che dovrebbero migliorare sensibilmente la qualità del nostro vivere; dall'altro molti di noi percepiscono che ciò non accade. Al contrario, molte persone hanno la netta sensazione di trovarsi continuamente a rincorrere qualcuno o qualcosa, di non essere mai all'altezza, di non riuscire a rilassarsi e a gustare gli accadimenti. Nel frattempo, il mondo che ci circonda avanza a grandi passi. Le cose, semplicemente, accadono; e accade anche che l'individuo si senta spettatore passivo di questo divenire.

Patrizio Paoletti, esperto internazionale di formazione motivazionale e manageriale, ideatore di *Pedagogia per il Terzo Millennio*, sistema sviluppato sui concetti di mediazione e traslazione. È presidente della Fondazione Patrizio Paoletti per lo Sviluppo e la Comunicazione e della Fondazione L'Albero della Vita onlus - Progetti d'amore per i bambini. Il suo ultimo libro, *"Quando imparare è facile"*, è in libreria per la Infinito Editore.

Fortunatamente, il genere umano ha la possibilità di invertire questa dinamica, ritrovando la giusta posizione all'interno del processo comunicativo. Il segreto? Riuscire a porsi le giuste domande; quelle domande, cioè, che sono capaci di orientarci verso la soluzione dei reali interrogativi che la vita ci pone. Una buona domanda, infatti, contiene sempre, se la vagliamo attentamente, la direzione nella quale trovare la risposta.

Attraverso il processo di porsi buone domande orientate, è possibile creare dentro di sé uno spazio in cui ognuno ha la possibilità di definirsi e di reinventarsi costantemente. Questo territorio rappresenta la vera possibilità di autoderminazione di cui possiamo disporre.

L'importanza della comunicazione

Facciamo un passo indietro: cos'è esattamente la comunicazione? Come ben sappiamo, il concetto di comunicazione ha molteplici declinazioni possibili. Nell'ambito della *Pedagogia per il Terzo Millennio*, parliamo di 'comunicazione relazionale' perché, come ricordava Paul Watzlawick nel famoso primo assioma della comunicazione da lui coniato: *"Non possiamo non comunicare"*. Dobbiamo semplicemente divenire consapevoli del fatto che la nostra natura è essenzialmente relazionale: se non altro, già per il fatto di avere un corpo che in ogni istante non può fare a meno di comunicare, attraverso gesti e posture (volontarie e involontarie) il nostro stato d'animo, i nostri pensieri, il nostro grado di disponibilità.

Dobbiamo insomma renderci conto che la vera alternativa che abbiamo di fronte non è tra il comunicare e il non comunicare, tra il fare e il non fare. La scelta è unicamente tra una comunicazione distratta e una comunicazione contraddistinta da un'intenzione precisa, dove ciò che distingue la prima modalità dalla seconda è unicamente il risultato finale. L'intelligenza si misura dalla capacità di comunicare: e comunicare è raggiungere il risultato. Possiamo dunque circoscrivere la questione essenziale del processo comunicativo a un unico punto: raggiungere un obiettivo che sia concreto, misurabile e tangibile.



La comunicazione, in realtà, non è altro che il ponte, il collegamento, lo strumento che ci consente di raggiungere ciò che ci siamo prefissi. Il semiologo russo Roman Jakobson ha definito uno schema della comunicazione (ripreso e riadattato dalla teoria elementare della comunicazione proposta negli anni '40 dagli ingegneri statunitensi Shannon e Weaver) molto interessante, perché defi-

In essa, una serie di 'pre' impediscono la corretta circolazione del dato. I 'pre' sono i preconcetti, le esperienze già vissute, le memorie attive, i pregiudizi e le paure, ma anche le abitudini e la pigrizia o, ancora, la semplice disattenzione o mancanza di tempo. La dinamica che contraddistingue questa modalità relazionale risulta essere la seguente: uno stimolo raggiunge l'individuo che,



Luca De Meo, Valentina Vezzali, Giovanni Allevi

nisce l'atto comunicativo attraverso sei elementi di base: il mittente, il destinatario, il messaggio, il codice, il canale e il contesto. Ciò che ci importa evidenziare è che questo processo – che poi è stato ulteriormente sviluppato da altri autori – non avviene unicamente all'esterno dell'individuo, ma anche al suo interno.

L'essere umano si trova dunque davvero al centro del processo comunicativo solo quando riesce a porsi domande significative. Per chiarire meglio questo concetto, possiamo servirci di un'immagine. Proviamo a rappresentarci la comunicazione come un processo lineare, contraddistinto da tre fasi specifiche. In una prima fase, che chiameremo 'comunicazione esterna-interna', lo stimolo (qualunque esso sia) raggiunge la mia attenzione e la mia coscienza (nota: questo stimolo può provenire sia dall'ambiente esterno sia da quello interno, come, per esempio, potrebbe avvenire nel caso di un pensiero che si manifesti all'improvviso alla nostra attenzione); segue una fase di 'comunicazione interna-interna', nella quale elaboriamo lo stimolo utilizzando un linguaggio interno e, infine, ha luogo la terza fase, quella di 'comunicazione interna-esterna', che conclude il processo con l'output risolutivo.

Esterno-interno, interno-interno e interno-esterno dunque. Il processo appena descritto rappresenta di fatto un circuito ideale (o eccellente) che in realtà si verifica raramente. Infatti, spesso, il processo di comunicazione si limita a sole due fasi (quella esterna-interna e quella interna-esterna), mentre non ha luogo quella intermedia (interna-interna), l'unica a cui il soggetto potrebbe partecipare attivamente, donando il suo contributo e allo stesso tempo ricavandone vantaggio.

Potremmo definire questa comunicazione a due fasi una *comunicazione automatica*.

senza porre particolare ascolto o attenzione, risponde a esso, appunto, 'automaticamente'.

Tutto dunque si riduce a un pavloviano 'Stimolo-Risposta'. Questa dinamica è povera, perché non contiene novità, ma semplice consuetudine e ripetizione. Non è dunque interconnessa con l'attimo presente, non ha contatto con il 'qui e ora'.

Fortunatamente c'è un'altra possibilità, ed è la sola che può consentirci di trasformare l'ordinarietà delle risposte in straordinarietà: relazionarci con un *a priori* a questo stesso contesto comunicativo. Il nuovo dato a cui facciamo riferimento è l'obiettivo che deve precedere l'accadimento. Questo nuovo dato cambia sostanzialmente la dinamica del processo in quanto permette, a chi lo utilizza, di porsi da un punto di osservazione diverso che toglie letteralmente l'individuo dal processo di 'identificazione situazionale' tipico della comunicazione automatica. L'individuo, grazie all'inserimento del nuovo dato, scorge una realtà completamente diversa. La sollecitazione – lo stimolo – che raggiunge il destinatario, viene questa volta mediato da un'attenzione particolare che genera una sorta di pausa, un tempo di 'riflessione' lungo, che permette di elaborare una risposta diversa, più attinente all'attimo e quindi inevitabilmente più efficace ed efficiente. Questo processo si chiama linguaggio interno. Le persone necessitano di un *nuovo modo di raccontarsi* le cose. Può essere osservato, studiato e – se lo si desidera fortemente – migliorato notevolmente.

Rendi la tua vita straordinaria

In "*Rendi la tua vita straordinaria*" studiamo il possibile sviluppo di tre elementi fondamentali, che caratterizzano le persone di successo: la sensibilità, l'entusiasmo e l'energia.



La *sensibilità*, che non deve essere confusa con il reagire, è la facoltà che ci permette di incontrare tutto ciò che ci raggiunge, di ricevere impressioni mediante i cinque sensi che rappresentano l'interezza del nostro corpo: tatto, olfatto, gusto, vista, udito.

Un nutrimento davvero alto della nostra vita, di cui spesso non siamo consapevoli. È l'utilizzo consapevole e orientato delle impressioni, attraverso la connessione tra loro dei dati che la vita ci offre, che ci porta a una sensibilità capace di farci accorgere degli accadimenti, orientandoli alla nostra meta.

La storia artistica di *Giovanni Allevi* –compositore e pianista di fama mondiale, testimonial al seminar-spettacolo organizzato a Milano: *“Rendi la tua vita straordinaria”*– dimostra come, a partire da un'esperienza di relazione umana inizialmente caratterizzata da difficoltà, sia possibile inseguire i propri sogni grazie a gentilezza e a sensibilità. Elementi, questi, capaci di permettere un rapporto delicato, efficace con le cose, con la gente e con la musica. Tale capacità ha permesso ad Allevi di raggiungere il successo a livello internazionale.

L'*entusiasmo*, invece, è l'emozione capace di trasformare ogni istante in opportunità e di rinnovarci costantemente. Nessuno, infatti, scommetterà su di noi se siamo tiepidi. Quando siamo davvero coinvolti, siamo carichi di entusiasmo e l'unico linguaggio possibile è quello che dimostra il nostro coinvolgimento e il nostro impegno.

A *“Rendi la tua vita straordinaria”* ho voluto anche la testimonianza di *Valentina Vezzali*, campionessa mon-

diale di scherma, 'regina' del fioretto –ha recentemente vinto il suo quinto mondiale– perché le sue sono vittorie di spirito e di fatto.

“La mente va allenata quanto il talento, perché nelle situazioni difficili sono la concentrazione e la serenità interiore ad aiutarti” afferma la protagonista della scherma italiana. *“Lo sport è metafora della vita: ha le sue regole e ne impone il rispetto. Bisogna porsi obiettivi, avere motivazione e ambizione, credere in se stessi, sempre”*.

L'*energia*, poi, è la facoltà che permette di immergerci appieno nell'avventura che scegliamo per la nostra vita. E dell'energia fa parte la forza della comunicazione: un grande segreto della nostra intelligenza, perché l'intelligenza si misura dalla capacità di comunicare. E per comunicare intendo una cosa precisa: ottenere i risultati che desideriamo. Se non otteniamo il risultato che abbiamo desiderato, infatti, è semplice dedurre che qualcosa nella nostra comunicazione ha fallito. È una testimonianza forte, in questo senso, quella del terzo ospite a *“Rendi la tua vita straordinaria”*: *Luca De Meo*, Chief marketing officer del Gruppo Fiat. È infatti grazie all'energia espressa dalla sua capacità di comunicare che passione ed efficacia si trasformano in risultati concreti.

Per rendere straordinaria la propria vita è infatti necessario allenarsi a dirigere il processo interno, senza sprecare energia positiva, ma governandola con arte attraverso il pensiero creativo. Scoprire la propria origine, sapere qual è la propria missione, tracciare la rotta della vita è ciò che rende un Uomo Straordinario.

LE PERSONE
NECESSITANO DI UN NUOVO
MODO DI RACCONTARSI
LE COSE.

