

CHI SIAMO, COSA VOGLIAMO.

L'essere umano da sempre ha avuto la straordinaria capacità di evolversi, di adattarsi ai cambiamenti per spirito di sopravvivenza, per mettere in campo il cambiamento ogni individuo ha bisogno dei suoi tempi.

Gli animali, ad esempio, sono completamente diversi rispetto a come erano in origine, le giraffe ad esempio non avevano un collo così lungo per arrivare ai germogli più alti degli alberi, i mastodontici elefanti senza la proboscide avrebbero fatto fatica a separare foglie da arbusti, e potrei citare tantissimi altri casi di animali che hanno saputo e dovuto adattarsi ai cambiamenti per necessità.

Tornando all'essere umano, è insita dentro sé la capacità di evolversi per sopravvivere, ma cosa accade quando il cambiamento non riguarda la sopravvivenza, ma alcuni aspetti della vita quotidiana come il lavoro, la famiglia, i rapporti interpersonali.

Quanto siamo bravi a intercettare la necessità di attivare un cambiamento per migliorare la qualità della nostra esistenza, per crescere meglio i nostri figli, per avere un migliore rapporto con i nostri partner.

Poco, tendenzialmente poco, siamo affossati su un divano che seppur pieno di buchi nella tappezzeria, e con le molle tutte saltate, a noi in fondo piace perché ci trasmette quel senso di sicurezza o come si dice adesso quella "Comfort Zone", che diventa parte integrante della giornata, si protrae nel tempo e forse ci accompagnerà per tutta la vita.

Attenzione, non sto dicendo di buttare via il vecchio perché inutile, sto dicendo che ci crogioliamo in qualcosa di scomodo solo perché non abbiamo la voglia di andare in un negozio, valutare una qualsiasi offerta (di cui siamo peraltro bombardati) e garantirsi un meritato riposo su una poltrona nuova e confortevole.

Se ci riesce difficile promuovere un cambiamento che riguarda una poltrona, come ci orientiamo quando si tratta di cambiare lavoro, scegliere un nuovo collaboratore, valutare un nuovo business, cambiare città, etc. Etc.

Soffermiamoci un attimo a riflettere sui nostri rapporti interpersonali, quante conoscenze ci appesantiscono piuttosto che arricchirci, Quanti dei miei conoscenti mi scaricano addosso le loro lamentele e/o problematiche come se le difficoltà da affrontare le avessero solo loro. Quante volte magari abbiamo pensato di voler cambiare lavoro, di vivere in un'altra città, ma alle prime resistenze interne, ci siamo fermati e siamo rimasti comodamente adagiati sul divano.

Non sono rari invece i casi di persone che sono stati in grado di realizzarsi, di inseguire i propri sogni, di raggiungere traguardi sempre più importanti, è lecito chiedersi...Cosa li ha mossi? Perché sono riusciti?

Quasi sicuramente avranno attivato **la leva motivazionale che tutti noi possediamo**, e che può essere di piacere (muoversi per andare verso una cosa che ci stimola, gratifica, fa guadagnare di più) o al contrario di dolore (scappare da qualcosa che ci spaventa), ma anche perché era in embrione da chissà quanto tempo la giusta dose di consapevolezza, di autostima, di disponibilità al sacrificio, e di forza di volontà, che voleva soltanto essere azionata, innescata.

C'è anche chi possiede queste attitudini, e in un dato periodo della vita magari le smarrisce, o a causa di un imprevisto, di un lutto, di una separazione, perde parte della sua consapevolezza, e vede minare le sue certezze.

Niente Paura, questo timore è la cosa più normale del mondo, anzi va accolto e non respinto, e molto probabilmente sarà stimolante venirne a capo in autonomia, ma se così non fosse, e se fosse necessaria la ricerca di una ri-centratura su qualcosa che non riesce a gestire, o su argomento che non riesce a governare, forse è il caso di rivolgersi a un Coach.

Cos'è un Coach?

A cosa serve un Coach?

Il Coach è un alleato, un compagno di viaggio, che partendo dal potenziale è in grado di favorire il processo di sviluppo e di miglioramento di un individuo attraverso l'apporto di un metodo specifico.

Il coach si avvale della Maieutica ovvero il metodo utilizzato da Socrate per aiutare le persone a partorire la verità ma che sono custodite gelosamente dentro di sé.

Intendiamoci la strada per il raggiungimento dei propri obiettivi ha una meta,

il benessere personale, sia sotto l'aspetto fisico che mentale.

Il Coaching (la pratica del Coach) si è affermato nel campo privato (Life Coaching) miglioramento incentrato sul benessere personale, e (Sport Coaching) miglioramento delle prestazioni sportive, ovviamente c'è anche il ramo Business che è uno dei più attivi.

Cosa migliorare, dove intervenire?

- Performance mentali
- Performance emotive
- Performance Comunicative

Lo studio della felicità del benessere personale non è legato al reddito, alla salute, alle condizioni abitative, o ai ruoli ricoperti, questi indicatori per quanto utili non sono più sufficiente a fornire una valutazione adeguata sul benessere di un individuo.

Nel nostro paese in particolare quasi tutti abbiamo una casa di proprietà, una macchina, e vestiti a sufficienza, ma questo non basta a garantirsi una vita felice.

L'OMS Organizzazione Mondiale della Sanità (

(che purtroppo abbiamo imparato a conoscere bene negli ultimi due anni) de questa definizione di salute: ***“uno stato di completo benessere fisico, psichico e sociale e non la semplice assenza di malattia”***.

Quest'ultimo aspetto è quello sul quale mi soffermerei di più.

Non basta infatti l'assenza di malattia per stare bene, il benessere è un concetto diverso, molto più ampio, ed è legato alla possibilità di mettere a frutto i propri talenti le proprie vocazioni, le proprie potenzialità, ambizione alla quale tutti gli esseri umani aspirano, non esiste infatti una persona al mondo che ha il desiderio di non esprimersi, di non volersi realizzare, e che desidera una esistenza infelice.

Il Coach assume un ruolo fondamentale in tal senso, perché rappresenta il miglior alleato possibile per velocizzare e ottimizzare il raggiungimento degli obiettivi prefissati, e di quelli ancora da scoprire.

Tim Gallwey (saggista statunitense uno dei padri fondatori del Coaching) autore **del libro The Inner Game** sostiene che “L'avversario che si nasconde nella nostra mente è assai più forte di quello che sta dall'altra parte della rete”

Ma quali sono gli ostacoli che possiamo incontrare nel nostro percorso di crescita, al netto di quello che è il nostro potenziale e della nostra performance, ci sono comunque delle interferenze interne che incidono sul raggiungimento di un determinato obiettivo,

- Paura del Fallimento
- Timore del Giudizio
- Credenze limitanti
- Mancanza di autodisciplina
- Scarsa intelligenza emotiva
- Scarsa autostima
- Scarsa Concentrazione

Possono esserci anche interferenze esterne come:

- Mancanza di risorse
- Relazioni Negative
- Clima, Contesto sfavorevole,

Queste ultime non sono sotto il nostro totale controllo, per cui abbiamo meno strumenti per poterle gestire, ma le interferenze interne, quelle sì che sono gestibili, e sono anche le più pericolose perché albergano stabilmente nel nostro cervello.

Il Coach ha il compito di stabilire una partnership operativa tra sé stesso e il suo cliente (Coache) che si fonda sul FARE, sul progredire da una situazione attuale verso un futuro desiderato.

Iniziamo col definire il concetto di Performance (Prestazione) che è la somma delle attività intraprese per il raggiungimento di un determinato scopo attraverso l'utilizzo delle nostre:

- Risorse mentali
- Risorse motive
- Risorse Comunicative

La Relazione processuale che si attiva attraverso il Coaching è proiettata al futuro, viene sancito da un patto, un impegno reciproco, sulla base della fiducia e della responsabilità che entrambi i soggetti coinvolti (Coach e Coache) si assumono.

L'intervento di Coaching è indicato a coloro che desiderano migliorare le proprie capacità attraverso delle azioni da intraprendere, allenando le risorse interne che ogni essere umano possiede.

L'ARTE DI SAPER ASCOLTARE

Se c'è una cosa Fondamentale che un Coach deve saper fare, è concentrarsi esclusivamente sul Coache in modo totale, durante una sessione di Coaching il mondo intero resta fuori, può aspettare, il nostro Cliente è la sola cosa che conta, perché ci affida la sua volontà di rinascita, rappresentiamo il gancio che in quel momento egli non sa più essere per sé stesso.

Troppo spesso nel quotidiano, prestiamo poca attenzione quando affrontiamo una conversazione, ci perdiamo nella voglia matta di dire la nostra, di accendere il nostro ego, ma non ci accorgiamo che così facendo spegniamo la voglia di aprirsi del nostro interlocutore, che percepisce la nostra scarsa disponibilità al confronto, e tenderà a limitare se non direttamente a interrompere la comunicazione.

- Come Costruire una Comunicazione efficace

Chi vuole fare il Coach tenga bene a mente che c'è una ragione se il Buon DIO ci ha fatto due orecchie ed una sola bocca, evidentemente sapeva già che per essere uno strumento a disposizione degli esseri umani bisognava prestare molta più attenzione a quello che si riceve e selezionare accuratamente le nostre parole. Per Costruire una buona comunicazione è opportuno pertanto parlare poco e ascoltare tanto, il che non significa soltanto udire, ma comprendere ed interpretare tutti quei micro segnali che il nostro Coache sta emanando senza nemmeno accorgersi.

È opportuno “sintonizzarsi” sulle frequenze del nostro cliente, comprendere lo stato emotivo, stabilire un primo contatto empatico, e predisporre la migliore accoglienza alla sua comunicazione.

Ogni Essere Umano è autentico, unico ed irripetibile, quindi approcciarsi al Coache con la consapevolezza che i pregiudizi, le persone che abbiamo conosciuto fino a quel momento nella nostra esperienza di vita, e tutte le nostre convinzioni possono trovare spazio nel cestino.

Possiamo aiutarci con tenendo a mente **le regole dell’ascolto attivo**.

1. Non avere fretta di arrivare alle conclusioni che rappresentano la parte più effimera
2. Quello che vedi è SOLAMENTE il tuo punto di vista, per cui per vedere il tuo punto di vista, cambia punto di vista.
3. Se vuoi comprendere le ragioni di un altro, devi presupporre che abbia ragione e chiedigli di aiutarti a vedere la sua prospettiva.
4. Comprendere il linguaggio delle emozioni,
5. Esplorare tutti i mondi possibili, l’importanza del dubbio e di non dare nulla per scontato.
6. Accogliere il dissenso come occasione di crescita, e come gestione creativa dei conflitti
7. Far uso anche di un pizzico di Umore.
8. SOSPENDE IL GIUDIZIO.

La Centralità della Persona

Per un Coach la stella polare deve essere l'unicità dell'individuo a cui si relaziona, deve averne rispetto e cura, accettare la sua mappa del mondo ed i suoi file pre-configurati, comprendere la sua visione delle cose senza giudicarle.

Come si ascolta?

Esiste una differenza sostanziale tra udire ed ascoltare.

Per Udire basta solamente prestare attenzione a ciò che entra nel padiglione auricolare ed il nostro cervello meravigliosamente codifica, ma ascoltare è tutt'altra roba.

Presuppone infatti il silenzio interiore, la predisposizione all'accoglienza dell'altrui comunicazione e la voglia di mettersi totalmente a disposizione dell'altra persona.

Prestare attenzione a non rimuovere parte della comunicazione, evitare commettere l'errore di filtrarla ed eliminare così quello che per noi è di scarso interesse, ma magari riveste particolare importanza per chi ci sta parlando.

SILENZIARE IL CERVELLO

L'avversario più grande a una buona comunicazione è il Coach stesso, che con le sue visioni, il vissuto personale, o una qualche soluzione più o meno innovativa crede di avere la formula magica da somministrare al cliente.

Abbatere qualsiasi forma di pregiudizio e prestare attenzione a quello che ci viene detto ci predispone al silenzio attivo, se Vuoi fare il Coach questa è l'unica strada da percorrere non ne ve ne sono altre.

Silenziarci internamente è la conditio sine qua non per entrare in sessione, insieme a Pulizia Mentale, Contatto Interiore, Focus sulla persona.

Solo dopo aver silenziato il cervello, possiamo iniziare la nostra sessione di coaching, sapendo che sarà fondamentale alimentare e monitorare l'empatia col cliente, mantenere sempre il contatto visivo, ed evitare assolutamente di spezzare l'incantesimo anche attraverso un linguaggio del corpo inadeguato, anzi la coerenza tra quello che diciamo e come lo diciamo, come accompagniamo la nostra esposizione con i movimenti del nostro corpo è di per se FONDAMENTALE e PROPEDETICA a una buona relazione di Coaching.

È opportuno attivarsi altresì per una Ricezione dei Messaggi, L'elaborazione dei dati, e in seguito produrre una risposta efficace.

Durante l'esposizione del Coache, mantenere sempre alto il livello di attenzione ci aiuterà a mettere nelle migliori condizioni possibili il nostro cliente, e noteremo probabilmente anche un leggero rilassamento dei suoi muscoli, il che significa che la relazione sta proseguendo sui binari giusti, perché quando una persona si sente ascoltata abbassa il suo livello di tensione e tende verso uno stato d'animo più sereno.

Gli errori da evitare

Uno degli errori più comuni del Coach è quello di anticipare le conclusioni del cliente, e 99 volte su 100 si sbaglia, perché nessuno si conosce meglio di sé stesso.

Attendi, ascolta, e quando il coache si ferma concedigli il tempo di riprendere il filo del discorso, spesso parla di qualcosa che gli produce malessere, che lo spaventa, che lo fa sentir a disagio arrivare a conclusioni affrettate o addirittura anticiparle sarebbe deleterio se non inopportuno.

Se davvero vuoi supportare qualcuno, ascoltalo con pazienza, fallo come se la persona che hai davanti fosse la più importante sulla terra, e accogli tutto quello che ti dice senza tagliare, rimuovere, codificare, e giudicare assolutamente NULLA.

La nostra postura deve essere a 45 gradi rispetto al cliente, in modo tal da dimostrare fisicamente supporto e non confronto, sostegno e affiancamento, sia fisico che mentale.

Sincero Interesse

Il Coach è una persona di cui ci fidiamo, il riferimento a cui ci affidiamo, è un professionista ed è per questo che lo paghiamo, ma se non ci dimostriamo sinceramente interessati al cliente, e alle sue dinamiche, esiste solo una cosa da fare, cambiare lavoro.

I 4 Angoli della comunicazione

Possiamo tranquillamente affermare che la comunicazione si può scomporre in 4 momenti ben separati.

1. Cogliere
2. Raccogliere
3. Accogliere
4. Restituire

1. Fare tesoro alla comunicazione verbale e non verbale di chi ci parla, attraverso dei segnali che ci parlano di lui, e noteremo la sua preoccupazione, le sue ansie, ma anche i suoi desideri. Lasciati permeare da queste emozioni, se chi ti parla piange e tu ti stai controllando le mail sul cellulare, probabilmente quella è la tua prima ed ultima sessione di coaching.
2. Dopo aver colto, bisogna raccogliere, ovvero rilevare quello che abbiamo ricevuto, scomporlo, e riformularlo, riepilogando, e restituirlo attraverso domande maieutiche, controllando il respiro e il tuo linguaggio del corpo, affinché si possa aiutare il coache a trovare egli stesso le giuste risposte.
3. Accogliere significa fare spazio, ospitarla, riceverla, accanto a sé, ma è facile quando la persona che ci sta parlando ci comunica cose che sono vicine ai nostri valori, alle nostre idee, alle nostre aspettative, diverso è quando parla di cose distanti da noi, che ci sembrano irricevibili, se non inaccettabili. Quello che ci dice può anche non avere senso per noi, ma per lui una qualche ragione dovrà pur averla.
4. In ogni relazione interpersonale, la restituzione è un atto che segui a prescindere che tu ne sia consapevole o meno, in ogni relazione si prende e si dà, più o meno consapevolmente. Ridare la consapevolezza di quanto abbiamo raccolto, aiuta l'altro a prendere le sue decisioni, in modo più consapevole. Quanto più sono consapevole di cosa sto facendo, di come lo sto facendo, del senso che ha per me, più posso governare i miei comportamenti.

COSA NON FARE

Tra gli Errori più comuni che si tende a commettere durante le sessioni, vi sono:

- Etichettare,
- Moralizzare,
- Giudicare,
- Interpretare,
- Identificarsi,
- Assolutizzare,

In nessuno dei sopracitati casi stiamo facendo un buon servizio al nostro cliente, anzi stiamo solamente scavando un solco tra noi e lui che diventerà sempre più grande.

Noi non siamo (per fortuna) né sacerdoti, né Giudici, né traduttori simultanei, siamo solo allenatori che hanno l'obiettivo di aiutare il nostro cliente a ritrovarsi ed attivare quelle potenzialità che ha dentro di sé e che al momento crede di aver smarrito.

Il nostro compito è questo, non sta a noi dire se una cosa è meglio di un'altra a meno che il cliente non voglia lanciarsi giù dal balcone, ma in questo caso gli serve un tipo di aiuto che non è il nostro.

Possiamo essere un supporto al Coache solamente se riusciamo a mantenere la relazione su questi binari, senza farsi indurre in tentazione dai pericoli sopra citati.

Mi rendo perfettamente conto che lo sviluppo della sessione potrebbe apparire eccessivamente schematico, se non complicato e probabilmente nelle prime sessioni sarà così, ma con l'andare del tempo tutto avverrà in modo armonico e il processo tenderà a normalizzarsi.

E' bene ricordarsi che la nostra relazione è improntata sulla reciproca collaborazione, e sul sincero interesse, fuori da qui non è coaching ma mera conversazione.

Il "rischio" del CONSIGLIO

Quante Volte nella vita ci è capitato di sentirci dare il consiglio giusto, la scelta saggia del Papà o della Mamma, o del mio migliore amico.

Per carità nessuno nega che questa possa talvolta rappresentare la soluzione a un determinato problema, ma il rischio che si corre è che il cervello tende a replicare i comportamenti e quindi si può innescare un meccanismo che annulla la nostra facoltà di decidere e attiva sempre l'opzione B, delegando di fatto qualcosa che dovrebbe essere di nostra esclusiva pertinenza.

Mettere la nostra vita nelle mani di un'altra persona è rischioso e sbagliato, al contrario esercitare il sacrosanto diritto di decidere cosa voler fare della nostra esistenza è un punto cruciale che spesso porta alla felicità / infelicità di un individuo, e che può compromettere l'intera esistenza di una persona.

Sappiamo bene che tutti noi facciamo molto più agevolmente quello che scegliamo di fare, piuttosto che quello che altri vorrebbero farci fare, gli esseri umani di rado fanno ciò che gli altri gli consigliano, spesso andiamo avanti sulla base della nostra mappa del mondo, talvolta ripetendo gli stessi errori che abbiamo commesso la volta precedente.

Che ci piaccia o meno, siamo fatti così, in tal senso l'allenamento all'ascolto è un processo che si sviluppa molto lentamente, per cui è bene non voler arrivare troppo facilmente alle conclusioni che spesso possono risultare affrettate.

Un esercizio utile potrebbe essere quello di chiedere all'interlocutore di aiutarmi a capire il suo punto di vista, vedere insomma le cose dalla sua prospettiva, ne deriva che un buon ascoltatore è un esploratore di mondi possibili, sempre attento ai segnali e in grado di codificarli.

Un buon ascoltatore sa gestire i dissensi, come occasioni per esercitarsi in un campo a lui ancora sconosciuto, ma nuovo e quindi da scoprire, al contrario utilizza il dissenso per aprire e considerare nuove possibilità inesplorate.

VERBA VOLANT SCRIPTA MANENT

Si dice che i proverbi antichi non sbagliano mai, ed allora come si fa a non perdersi davvero nulla di quello che il nostro cliente sta esponendo, è impossibile senza l'ausilio di un taccuino, un diario di navigazione, un Moleskine, qualcosa che possa accompagnare il coach durante la sessione, come una mappa per ricondurre il cliente dove desidera arrivare.

Appuntare qualche indicazione durante la sessione non solo è utile al coach per ricostruire/ restituire sotto una nuova veste ciò che ci ha appena consegnato il cliente, ma soprattutto genera nel coache una sensazione di totale ascolto, addirittura attraverso il segnarsi alcuni spunti che evidentemente il coach reputa particolarmente interessanti.

Questa attività naturalmente va effettuata mantenendo il contatto visivo con il nostro interlocutore, e non deve essere troppo prolungata, altrimenti si rischia di interrompere il fluido empatico che si è riusciti a instaurare.

Va altresì ricordato che un Buon Coach è assolutamente in grado al termine della sessione di fare un riepilogo, di riassumere i punti salienti che possono essere utili al coache perché sarà esattamente da lì che si ripartirà al meglio nella prossima sessione.

Va da sé che durante tutta la durata dell'incontro, qualsiasi dispositivo, tablet, telefono, Laptop, devono essere tenuti spenti a meno di casi particolarmente significativi (sta per nascere tuo figlio, intervista alla CNN) ed in quel caso il cliente deve essere informato preventivamente, specificando che è stato fatto il possibile per evitare questa opzione ma che malgrado il nostro impegno non è stato possibile farne a meno.

Un Buon coach deve essere capace di pianificare la sua agenda, pertanto considero questa opzione davvero molto remota, e possibilmente evitabile.

COMUNICAZIONE EMPATICA

Partiamo col definire l'etimologia della parola EMPATIA, che deriva dal greco e si compone di EM (dentro) PATHOS (sofferenza - sentimento), ne deriva che se vogliamo instaurare una buona relazione e di conseguenza una buona comunicazione non possiamo fare a meno di entrare in empatia con il nostro interlocutore, sia esso un collaboratore, un coach, o un nostro Responsabile.

Possedere empatia significa saper vedere il mondo attraverso gli occhi di un'altra persona, la qualità della comunicazione è legata all'assenza di giudizio, valutazioni, ma si deve fondare esclusivamente sull'ascolto e sui bisogni fondamentali dell'altro.

La Persona empatica è quella con cui ti senti a tuo agio, quella che fa gruppo, quella che tutti vorrebbero come amico, quella con cui andresti a fare un week end, o a bere un caffè, semplicemente perché stai bene in sua compagnia.

Perché?

Perché dà valore alla persona, la accoglie, la ascolta senza giudicarla, anzi ha sete di conoscere il suo punto di osservazione e prima di tutto si pone in maniera neutrale, né con finto interesse, atteggiamento sbagliato, ma nemmeno con pregiudizio o distacco, la persona empatica ha voglia di conoscere ed esplorare il mondo anche attraverso le esperienze di vita delle persone che incontra.

Tre elementi fondamentali della comunicazione empatica sono:

- **Trasparenza**, evitare di nascondere le proprie reazioni emotive, si può anche non essere d'accordo con qualcuno e glielo si può dire, mentire pone un blocco comunicativo
- **Autocontrollo**, evitare di far prevalere i propri bisogni, non dare consigli se non richiesti,
- **Accettazione**, il giudizio rallenta il processo comunicativo, meglio focalizzarsi su cosa sente il nostro interlocutore.

DA COME PARLARE A **COME ASCOLTARE**

Abbiamo capito come si predispone, come si costruisce una buona comunicazione, quali sono le basi da cui partire, adesso è importante capire possiamo imparare ad ascoltare meglio, e cosa dobbiamo assolutamente evitare.

A nessuno piace essere giudicato, specialmente in chiave negativa, pertanto è opportuno evitare categoricamente di fornire giudizi soggettivi e personali, si tende spesso a consolare, a condividere, magari attraverso frasi consolatorie buone in tutte le occasioni, ma che non tengono conto della specificità della circostanza.

Meglio invece prestare attenzione ai dettagli, perché restituisce a chi ci sta parlando la netta sensazione di profonda attenzione, il coache sarà portato a pensare se ha notato questa cosa piccola (che poi piccola non è), automaticamente sarà stato attento alle più importanti.

Proporre soluzioni inoltre non è d'aiuto, il nostro intento deve essere quello di aiutare il cliente a trovarla, anzi **OGNI VOLTA CHE PROPONIAMO NOI LA SOLUZIONE, IMPOVERIAMO CHI ABBIAMO DAVANTI A NOI.**

Ascoltare empaticamente significa saper mettere a proprio agio gli altri mediante una comunicazione efficace, significa costruire un ambiente sicuro nel quale ognuno può esprimersi al meglio.

Il Coach ha la possibilità di comunicare con il coache, attraverso dei cenni del capo, annuendo, senza mai prevaricare il cliente, ma restituendo la sensazione di piena presenza sulla circostanza, e se la situazione lo permette può anche fare un accenno di sorriso, a tal proposito si dice che il sorriso è la distanza minima tra due persone.

In ogni caso è opportuno ricordare che il protagonista assoluto della scena è il cliente, e non possiamo e non dobbiamo cadere nell'errore di sostituirci a lui.

IL DONO DI “ELIAS PORTER”

Lo psicologo americano Elias Porter, afferma che per essere capaci di ascoltare bisogna acquisire una attitudine non basata sul problema, ma sulla persona.

Ascoltare efficacemente, significa lasciare che l'altro possa esprimersi in tutti i modi, ma anche accompagnarlo in quel mondo dove ha paura di addentrarsi, fino a fargli dire finalmente quello che vorrebbe dire ma non osa perché altrove si sentirebbe giudicato, interpretato, interrogato o magari sostenuto.

Al giorno d'oggi infatti sempre più raramente possiamo esprimerci liberamente, perché siamo troppo impegnati a far conoscere la nostra opinione, e poco disposti ad accogliere quella degli altri, e spesso non mettiamo in condizione chi ci sta parlando di poterlo fare liberamente, senza condizionamenti.

Quando questo si verifica, ci sentiamo liberi, e al riparo, ed è in quel momento che siamo veramente noi stessi, liberi da legacci, timori e condizionamenti di sorta.

Bisogna creare i presupposti affinché questo avvenga, e stare attenti ad ogni singolo passaggio, una buona Comunicazione armonizza i processi in azienda, alleggerisce le tensioni in famiglia, e migliora sensibilmente i rapporti interpersonali, così facendo contribuisce sensibilmente a migliorare la qualità della nostra Vita.

Per Comunicare bene, è necessario conoscere quali sono le regole sulla quale si basa la comunicazione stessa, che sono poche ma essenziali.

GLI ASSIOMI DELLA COMUNICAZIONE

Di Paul Watzlawick

1°ASSIOMA: non si può non comunicare. La non-comunicazione è impossibile, perché qualsiasi comportamento comunica qualcosa di noi ed è impossibile avere un non-comportamento. Per quanto una persona con la sua passività e i suoi silenzi trasmetta la volontà di non comunicare con un altro individuo, sta comunque inviando un messaggio, e quindi, comunica di non voler comunicare. Qualunque cosa fai o dici, qualunque scelta o qualunque atteggiamento assumi, comunica alcuni aspetti di te stesso agli altri. **La comunicazione può essere involontaria, non intenzionale, non conscia e addirittura inefficace.** Anche l'indifferenza e l'inattività sono forme di comunicazione come le altre, poiché portano con sé comunque un significato. La domanda non è "se" una persona stia comunicando, ma "cosa" stia comunicando, anche tramite la sua apparente assenza. Due estranei che si trovano per caso nello stesso ascensore molto probabilmente si ignoreranno ed eviteranno il dialogo, ma tale silenzio rappresenta un'interazione, alla pari di una discussione accesa.

2°ASSIOMA: all'interno di ogni comunicazione si possono individuare due livelli. Il primo livello è quello del **contenuto**, e dice "cosa" stai comunicando; il secondo è quello della **relazione**, e indica il "tipo di relazione" che vuoi instaurare con la persona a cui ti rivolgi. I messaggi che gli esseri umani si scambiano tra loro non possono essere considerati mere trasmissioni di informazioni. Oltre al contenuto oggettivo del linguaggio, ossia i dati che esso trasmette in superficie, c'è anche un aspetto che definisce la relazione stessa dei soggetti interessati. Per fare un esempio molto semplice, ma allo stesso tempo pratico, la frase "apri la finestra" esprime un contenuto (la richiesta di aprire la finestra) e potrebbe essere pronunciato con tono tranquillo o aggressivo, stabilendo due tipi di relazioni diverse con l'interlocutore. In sostanza, conta "che cosa diciamo" e anche "come lo diciamo". Ogni comunicazione comporta di fatto un **aspetto di metacomunicazione** che determina la relazione tra i comunicanti. Ad esempio, un individuo che proferisce un ordine, oltre al contenuto (cioè la volontà che il destinatario del messaggio compia una determinata azione), esprime anche la relazione che intercorre tra chi comunica e chi è oggetto della comunicazione, nel caso particolare quella di superiore/subordinato.

3°ASSIOMA: il flusso comunicativo è espresso secondo la punteggiatura degli eventi. A seconda della "punteggiatura" usata, cambia il significato dato alla comunicazione e alla relazione. La comunicazione comprende diverse versioni della realtà, che si creano e modificano durante l'interazione tra più individui. Queste diverse interpretazioni dipendono dalla punteggiatura della sequenza degli eventi, ossia dal modo in cui ognuno tende a credere che l'unica versione possibile dei fatti sia la propria. Nella vita di coppia, per esempio, il rischio è quello di osservare la situazione esclusivamente dal proprio punto di vista, usando cioè la propria punteggiatura e non riuscendo a cogliere quella dell'altro. In particolare, nelle relazioni conflittuali può accadere che si ritenga in torto sempre e solo l'altra parte, come conseguenza di una distorta visione della punteggiatura nella relazione.

4°ASSIOMA: la comunicazione avviene attraverso i canali verbali e non verbali. Il primo utilizza modalità digitali, il secondo criteri definiti analogici.

La comunicazione è composta da tre elementi ben distinti tra loro.

Il **Body language** o comunicazione non verbale rappresenta il 55 % della componente comunicativa di una persona, quello che trasmette il suo corpo in termini di postura, di enfasi, di respirazione, produce un effetto decisivo su ogni forma di comunicazione tra gli individui.

Il Para Verbale, ovvero il tono di voce, le pause, sono un altro aspetto decisamente importante, che incide per il 38% sulla nostra comunicazione.

Il verbale, ovvero le parole che utilizziamo, le lettere che le compongo, incidono poco o nulla solamente per il 7%.

5°ASSIOMA: la Scuola di Palo Alto individua due tipologie di relazioni che si possono instaurare tra individui che interagiscono tra loro, riguardanti la posizione di leadership assunta durante la conversazione. Gli scambi comunicativi possono essere **simmetrici** o **complementari**. Si ha un'interazione simmetrica quando gli interlocutori si considerano sullo stesso piano, e quindi di pari livello: nessuno dei due sembra voler essere sottomesso dall'altro, arrivando spesso ad accesi scontri e toni aggressivi. L'interazione complementare, al contrario, si verifica quando gli interlocutori non si considerano sullo stesso piano; ciò emerge chiaramente dai loro scambi, che pongono uno dei due in una posizione di superiorità (*one-up*) e l'altro in una posizione subordinata (*one-down*): ne sono un classico esempio le interazioni tra dipendenti e datori di lavoro, o tra genitori e figli. È fondamentale avere chiaro in mente che le relazioni simmetriche e quelle complementari non devono essere equiparate a "buona" e "cattiva": si tratta solo di una suddivisione che ci permette di classificare ogni interazione comunicativa in uno dei due gruppi indentificati.

CONCLUSIONI

- Per comunicare in modo efficace occorre innanzitutto ricordare che esistono regole comunicative universalmente prefissate. È inoltre importante saper ascoltare in modo attivo i propri interlocutori, prestando attenzione alle loro modalità espressive verbo-gestuali.
- Un Coach deve necessariamente saper Guidare la sessione con autorevolezza e umanità, attraverso le tecniche dell'ascolto attivo, con i Rimandi, e con le opportune domande formulate nelle finestre che il cliente ci apre, in alcuni momenti della sessione,
- Il Coach è un Missionario dello star bene, la sua vocazione è mettersi a servizio di chi ha il sano desiderio di raggiungere il benessere psico-fisico, o un obiettivo di natura sportiva

Questa tesi (come tutta la mia Vita), è interamente dedicata a mia Moglie Giusi, inconsapevole musa ispiratrice di tutti i miei traguardi, e a Mia Figlia Greta che mi ha spalancato le porte dell'Amore Immortale, entrambi rappresentano le stelle polari di questo mio percorso terreno.

