

IL CORAGGIO DI PERDERTI

11/08/2022

VULPO SARA

INDICE

INTRODUZIONE

CAPITOLO 1: LA COMUNICAZIONE NON VERBALE

CAPITOLO 2: LE EMOZIONI DEL COACHEE

CAPITOLO CONCLUSIVO: IL DIRITTO ALLA FELICITA'

BIBLIOGRAFIA

APPENDICE

RINGRAZIAMENTI

I miracoli esistono e sono miracoli perché capitano una volta ogni tanto, perché sono qualcosa di insolito, qualcosa che non capiamo, perché sono un'eccezione alla regola del non-miracolo.(Tiziano Terziani)

INTRODUZIONE

Oggi giorno si sente molto parlare di “performance”. La performance è da considerarsi tutto il potenziale di un individuo, tutte le risorse mentali, emotive e comunicative che si mettono in campo per raggiungere un obiettivo. Verso il raggiungimento di tale obiettivo si incontrano delle interferenze che creano rallentamenti o ostacoli. Queste interferenze possono essere interne e quindi sotto il nostro totale controllo (scarsa intelligenza emotiva, timore del giudizio degli altri, paura del fallimento ecc) oppure esterne e quindi fuori dal nostro controllo (mancanza di risorse economiche, ambiente esterno demotivante ecc).

Oggi possiamo attraverso un metodo allenare e valorizzare le nostre potenzialità (dette anche forze del carattere), questo metodo si chiama COACHING e si basa su una relazione tra coach e coachee che si crea affinché quest' ultimo raggiunga i suoi obiettivi futuri.

Se abbiamo due orecchie e una bocca è per ascoltare
il doppio di quanto parliamo.

Epiteto

CAPITOLO 1 “LA COMUNICAZIONE NON VERBALE “

Il coaching è una partnership operativa basata su una relazione empatica tra coachee (cliente) e coach. Tutto parte da una crisi di autogoverno del cliente il quale si rivolge al coach. Il coach, a sua volta, ha un compito fondamentale: ascoltare attivamente il suo cliente. Un famoso brano del “Wen Tzu”, il testo classico taoista, noto anche come “Capire i segreti”, suggerisce che “Parlare è il modo di esprimere sé stessi agli altri, ascoltare è il modo di accogliere gli altri in sé stessi”: questo concetto è perfettamente incarnato dall’ascolto attivo. L’ascolto attivo è una tecnica di comunicazione basata sulla empatia e sulla comprensione della persona che abbiamo di fronte. Chi parla, avverte chiaramente di essere seguito e capito, senza essere giudicato e, soprattutto, senza essere prevaricato, durante il dialogo. Non a caso, nell’ascolto attivo manca l’espressione di disapprovazione, che sarebbe controproducente per la instaurazione di una relazione e per il raggiungimento delle finalità di entrambe le parti. Non ci sarebbe coaching senza una relazione: se non c’è contatto umano, scambio, comunicazione e ascolto non ci sarebbe relazione e inevitabilmente neanche coaching.

L’ascolto attivo diviene quindi uno degli strumenti del coaching e consta di 4 fasi (metodo Gordon):

- Prima fase: ascolto passivo,
 - Seconda fase: accoglimento,
 - Terza fase: approfondimento,
 - Quarta fase: rispecchiamento empatico o ascolto attivo.
-
- Ascolto passivo: per iniziare la comunicazione ci si predispone all’ascolto e all’interesse nei confronti delle parole del messaggio dell’interlocutore e tutto ciò

avviene con il silenzio. Ascoltare l'altro restando in silenzio permette la creazione di quella che viene definita empatia. Nel coaching, creando un rapporto empatico con il proprio interlocutore è fondamentale per il coach per carpire i reali motivi della crisi di autogoverno del cliente e il suo reale futuro desiderato;

- **Accoglimento:** in questa fase la comunicazione verbale e non verbale aiuta a completare il messaggio inviato nella prima fase, quindi attraverso cenni del capo, contatto visivo con l'interlocutore e sorrisi si va a sottolineare il fatto che la comunicazione ha raggiunto il destinatario. Una semplice frase "Ti ascolto" oppure "Sono qui per te" danno importanza al vissuto e alle emozioni del nostro interlocutore, non sminuendo nulla di quello che ci vuole comunicare o di quello che non riesce a dirci. Il segreto per comprendere i messaggi altrui sta nella capacità di saper leggere i messaggi che viaggiano su canali di comunicazione non verbale, esempio tono di voce, gesti, espressioni del volto ecc;
 - **Approfondimento:** è la fase nella quale l'ascoltatore, prima di formarsi ed esprimere un'opinione su quanto comunicato, raccoglie tutte le informazioni per comprendere appieno l'argomento del suo interlocutore. "Puoi specificare meglio questo aspetto?" oppure "Cosa intendi, quando parli di...": frasi tipiche che inviano all'approfondimento senza giudizi, senza valutazioni ma frasi predisponenti alla comprensione;
 - **Rispecchiamento empatico o ascolto attivo:** è la fase che caratterizza il metodo Gordon. L'ultimo step che attesta la piena assimilazione del messaggio da parte dell'ascoltatore, il quale rielabora il messaggio recepito ma con parole diverse e proprie. Questa fase è fondamentale per porre l'ascoltatore nei panni dell'interlocutore, per creare empatia. Anche in questa fase è richiesto che l'ascoltatore non formuli giudizi su quanto comunicato. E in questa fase ultima che la persona si sente realmente ascoltata e capita, in questa fase si rafforza il sé dell'altro. Se realmente il nostro interlocutore ci ha ascoltati e capiti si esce dalla sfera dell'anonimato per esistere agli occhi del mondo. E' possibile migliorare l'ascolto attivo empatico grazie ad alcune strategie:
1. Ripetere le parole dell'interlocutore, utilizzando formule come "stai dicendo che...", "in altre parole...", "così secondo te...";
 2. Rispecchiare le emozioni dell'altro: a partire dai segnali che provengono dalla comunicazione non verbale e che segnalano lo stato emotivo dell'interlocutore, è

possibile mostrarne comprensione con frasi del tipo “mi sembra di percepire una tua preoccupazione”, “ti vedo un po’ arrabbiato”;

3. Chiedere spiegazioni: fare domande che sottolineano un genuino interesse per le parole dell’altro aiuta a esprimere il nostro coinvolgimento, oltre che a chiarire alcuni punti fondamentali del discorso.
4. Formulare considerazioni: esprimere il proprio pensiero, chiarendo in modo esplicito che si tratta del proprio punto di vista. Può essere utile l’utilizzo di frasi quali “secondo me”, “io sostengo che”, “per come la vedo io”.

Abbiamo accennato che l’ascolto attivo ha come sua base fondamentale l’empatia ma cos’è significa realmente questa parola e il coach con l’ascolto empatico può realmente aiutare il suo cliente?

La parola Empatia trae le sue origini dal greco: en dentro e pathos sentimento. All’origine l’empatia era il legame di partecipazione emotiva che univa l’aedo (cantore dell’epica greca) col suo pubblico. Da questa meravigliosa denotazione si è arrivati a un significato più ampio denotando l’empatia **come la capacità di “mettersi nei panni dell’altro” percependo, in questo modo, emozioni e pensieri, è l’abilità di vedere il mondo come lo vedono gli altri**, è una dote umana che va esercitata meticolosamente, è uno strumento che permette una comprensione superiore dell’altro e quindi un riassorbimento naturale di ogni conflitto, di ogni negatività relazionale, e che amplifica ogni gioia ed ogni positività. L’ empatia si basa sulla consapevolezza, più siamo consapevoli dei nostri sentimenti e di quello che siamo e più saremo abili a comprendere i sentimenti altrui, tanto è vero che un gravissimo deficit della intelligenza emotiva(la intelligenza del cuore) e dell’ uomo stesso sta proprio nella incapacità di comprendere i sentimenti altrui, ecco perché molte relazioni, nell’ accezione più varia, non funzionano: quando manca la capacità di entrare in sintonia con il mondo e il bagaglio emozionale dell’altro la relazione è destinata a fallire. Quindi la persona empatica riesce a comprendere i pensieri, le emozioni e i sentimenti dell’altra persona senza farli propri.

La comunicazione empatica è spesso una dote innata ma può essere sempre più efficace e raffinata grazie ad alcuni elementi chiave:

1. TRASPARENZA: durante la comunicazione bisogna esprimere il proprio parere senza mai fingere sulle proprie emozioni poiché questo bloccherebbe

la comunicazione facendola diventare una trappola per chi non si sente ascoltato;

2. **AUTOCONTROLLO:** separare le nostre emozioni e i nostri bisogni da quelli degli altri;
3. **ACCETTAZIONE INCONDIZIONATA:** non giudicare mai l'altro ma focalizzarsi su ciò che prova. Platone diceva che "ogni persona che incontri sta combattendo la sua battaglia di cui non sai nulla, quindi sii sempre gentile con lui".

Quindi un coach che sa ascoltare, che parla poco, che non giudica, che non interpreta e non dà consigli, che sa mettere a proprio agio il coachee creando un ambiente amichevole è il giusto professionista che dobbiamo ricercare nel momento in cui abbiamo un conflitto. Attraverso l'ascolto attivo il coach crea una relazione di fiducia con il coachee sulla base del rispetto reciproco, affinché questo accada il coach deve rispettare quattro regole fondamentali:

1. **COGLIERE:** il coach deve attraverso la comunicazione verbale e non verbale comprendere i segnali che gli sta mandando il coachee per captare al meglio le sue emozioni, i suoi dubbi...il suo mondo insomma;
2. **RACCOGLIERE:** attraverso l'antica arte della maieutica socratica, il coach fa domande per farsi dire cosa realmente è importante ai fini della comprensione del presente problematico, quindi in questa fase il coach "raccolge" dati;
3. **ACCOGLIERE:** in questa fase ci si attiva ad accogliere le idee dell'altro, anche se sono discordanti dalle nostre, si accetta l'altro nella sua interezza e lo si fa accomodare dentro di noi come un ospite eccezionalmente gradito;
4. **RESTITUIRE:** in ogni relazione interpersonale alla fine si restituisce sempre qualcosa all'altro, rimandiamo sempre all'altro qualcosa di noi e mentre questo avviene, l'altro prenderà consapevolezza del suo problema e lo aiuteremo a prendere le decisioni migliori, il coachee sarà consapevole di sapere la migliore soluzione possibile ai suoi problemi senza che nessuno gli abbia servito una soluzione già confezionata.

Il coach non dà soluzioni al suo cliente, non moralizza, non giustifica e non giudica ma attraverso ascolto attivo e domande maieutiche lo aiuta da solo a "partorire" soluzioni. Il coach sospende ogni forma di giudizio mentre ascolta

la sua storia, lo aiuta nella definizione di obiettivi concreti conseguiti tramite piani di azione

Il coach crea una alleanza autentica con il suo cliente e lo riesce a farlo attraverso una comunicazione efficace. La comunicazione tra esseri umani è fondamentale: non si può non comunicare, come sosteneva Paul Watzlawick, famoso psicologo e filosofo austriaco. Alla base di qualsiasi relazione umana, compresa anche la relazione di coaching, c'è la **COMUNICAZIONE**. L'interazione tra persone è scontata per farsi capire, capire gli altri, sapersi relazionare, gestire i conflitti, superare le incomprensioni. Tutti noi comunichiamo nella nostra quotidianità e mentre lo facciamo trasmettiamo all'altro quello che siamo e quello che proviamo, ecco perché la comunicazione ha una responsabilità sociale

Paul Watzlawick nella sua "Pragmatica della comunicazione umana" ha elaborato i 5 assiomi della comunicazione efficace:

1. Primo assioma: è impossibile non comunicare, anche se decidiamo di rimanere in silenzio o non presentarci a un appuntamento, questi comportamenti stanno comunque dicendo qualcosa di noi agli altri, la comunicazione, quindi, esiste sempre.
2. Secondo assioma: contenuto, relazione e metacomunicazione. Questo assioma prende in considerazione due livelli della comunicazione: il contenuto, ossia cosa stiamo comunicando, e la relazione che si instaura tra due o più interlocutori; questo assioma vuole sottolineare il fatto che un messaggio non è mai solo una mera trasmissione di informazioni, ma racchiude anche segnali sul tipo di relazione, ogni comunicazione porta con sé una metacomunicazione che ci parla della relazione tra le persone che stanno parlando.
3. Terzo assioma: la punteggiatura degli eventi, in questo assioma si riprende l'importanza del contesto. La comunicazione può variare a seconda della punteggiatura (ordine) degli eventi. Questo significa che la realtà si crea mentre noi la stiamo comunicando, o meglio nel momento in cui noi stiamo interagendo, e rappresenta solitamente il nostro punto di vista. L'interpretazione della realtà che

noi comunichiamo, ovvero la sequenza (ordine) degli eventi, è quella che ci sembra più veritiera ai nostri occhi.

4. Quarto assioma: coincidenza della comunicazione digitale e analogica. La comunicazione verbale utilizza una modalità digitale, mentre la comunicazione non verbale una modalità analogica. Secondo quanto riportato nel quarto assioma di Watzlawick, perché la comunicazione sia efficace questi sistemi devono coincidere. In questo modo tutte le componenti della comunicazione andranno a rafforzare quello che stiamo dicendo.
5. Quinto assioma: scambi comunicativi simmetrici e complementari. La comunicazione simmetrica si verifica quando gli interlocutori hanno una comunicazione alla pari (tra colleghi o amici), mentre la comunicazione complementare si presenta quando uno dei due si sente superiore all'altro. In quest'ultimo caso la persona che si sente superiore (one-up), cercherà di fare sentire l'altro in una posizione subordinata (one-down).

Una comunicazione efficace, quindi, parte dal rispetto di alcune regole universalmente note: prevede l'ascolto attivo dell'interlocutore e una grande attenzione alle modalità espressive verbo-gestuali delle persone con cui dialoghiamo. Un coach professionista sa che la sua deve essere una comunicazione efficace: una comunicazione è efficace quando soddisfa il bisogno di relazione, quando permette il contatto tra due persone, lo facilita e lo rende possibile. La comunicazione nel coaching è:

- ASSIMETRICA poiché il protagonista è il cliente e non il coach avendo i due ruoli diversi tra loro,
- COMPLEMENTARE poiché il comportamento del cliente completa quello del coach e viceversa.

Esistono 3 livelli di comunicazione: verbale, paraverbale e non verbale. La comunicazione verbale è quello che si dice o che si scrive; la comunicazione paraverbale è il modo in cui una cosa viene detta (tono di voce, timbro, velocità ecc); la comunicazione non verbale è tutto quello che si trasmette attraverso la postura, i movimenti del corpo, la mimica facciale. Il dott. Trevisani sosteneva che "Ogni volta che interagiamo con una persona anche solo leggermente diversa da noi siamo in presenza di un certo grado di diversità e questo ci impone la necessità di aggiustare il tiro della comunicazione". Nella comunicazione ciò che ci separa dall'altro non è solo la distanza fisica ma quella

relazionale, che è reale e che veramente crea distanza: quando ci rapportiamo all' altro dobbiamo considerare che è un essere umano con una sua unicità, con le sue emozioni e quindi in virtù di questo diverso da noi. Sempre il dottor. Trevisani ci parla di un insieme variegato di variabili che incidono sulla comunicazione e la rendono di qualità eccellente oppure pessima, elaborando il MODELLO DELLE QUATTRO DISTANZE, catalogando in quattro grandi categorie i fattori che creano distanza all' interno di una comunicazione:

1. DIFFERENZE BIOLOGICHE E DI IDENTITA' E DI RUOLO,
2. DIFFERENZE NEGLI STATI COMUNICATIVI,
3. DIFFERENZE NEI VALORI E NEGLI ATTEGGIAMENTI,
4. DIFFERENZE NEI DIVERSI TIPI DI VISSUTO PERSONALE

Una sola di queste variabili è sufficiente a creare incomunicabilità. La combinazione di queste è ancora più difficile da gestire, perché arriva a creare distanza relazionale forte. Sarebbe utile soffermarci su un tipo di comunicazione molto importante nelle relazioni di coaching: la **comunicazione non verbale**. La comunicazione non verbale è una modalità di comunicazione primitiva ed istintiva, presente in tutti gli animali evoluti. E' tutto ciò che esula delle parole. Si può parlare, in generale, di linguaggio del corpo, ma anche il tono di voce, le pause nella conversazione, la distanza interpersonale, l'abbigliamento e molti altri elementi rientrano nella comunicazione non verbale. I principali indicatori non verbali sono quelli strettamente correlati alla vocalità: tono della voce, volume, silenzi, pause. Altri indicatori non verbali sono: mimica ed espressione facciale, cenni del capo, movimenti di mani e piedi, movimenti del corpo, contatto fisico. Attraverso questi segnali non verbali possiamo comprendere realmente cosa sta provando il coachee guardando solo le sue mani, il volto, l'angolazione del corpo, il tono della sua voce, come incrocia le gambe. Se c'è una condizione di squilibrio (detta miss-match) tra il detto (comunicazione verbale) e quello che non viene detto (comunicazione non verbale) si creeranno scarsa autenticità, sensazioni di sfiducia, effetti negativi sulla immagine personale ecc; quando invece c'è allineamento tra le due comunicazioni allora si diffonderà un clima di calma, serenità e interesse. Durante una seduta di coaching, il compito del coach è quello di creare un clima rilassato all' interno di un ambiente atto alla comunicazione attraverso azioni precise del coach stesso:

- Il sorriso per esprimere accettazione dell' altro,

- Cenni con il capo per far comprendere al coachee che capisce e approva quello che sta dicendo,
- Focalizzarsi sul coachee per dargli importanza,
- Seduta a L (quindi possibilmente quasi affianco e non di fronte),
- Mantenere una posizione di relax.

Studiando la comunicazione non verbale raggiungiamo due obiettivi: prima di tutto cerchiamo di comprendere i messaggi dell'altro ma contemporaneamente comprendiamo come gestire la nostra comunicazione, mentre cerchiamo di capire l'altro studiamo noi stessi. Se noi prima di ascoltare quello che ci viene detto, guardassimo il linguaggio del corpo comprenderemmo molte più cose che con le parole non abbiamo compreso. Gli **occhi** sono la parte del corpo che più esprime superiorità o sottomissione a seconda dello sguardo. Riflettiamoci bene e pensiamo ai contesti lavorativi in cui c'è un ordine gerarchico ben stabilito. Il "capo" tenderà a guardare poco i dipendenti, mentre questi ultimi cercheranno l'approvazione del soggetto dominante cercandone spesso lo sguardo. C'è poi un detto: "guardare dall'alto in basso". Chi si sente in una situazione di superiorità guarderà l'altro fisso negli occhi, mentre chi si trova in una situazione di sottomissione non reggerà lo sguardo, rivolgendolo altrove. Gli occhi, per esempio, sono una fotografia del vissuto emozionale dell'altro per questo, durante una seduta di coaching, va raggiunto il giusto compromesso con gli occhi del coachee, guardarlo il giusto, né troppo poco che denoterebbe disinteresse nei suoi confronti, né tanto che creerebbe un atteggiamento minaccioso...il giusto insomma (attenzione agli aspetti culturali poiché in alcune parti del mondo e con alcune culture il contatto visivo non è appropriato). La **respirazione** è il primo atto che abbiamo compiuto nel momento in cui siamo venuti al mondo e la facciamo in modo naturale e automatico. Anche gli stati emotivi intensi, come ad esempio quelli di ansia, paura, o rabbia, influenzano l'atto del respirare, e di conseguenza la produzione dei suoni, ecco perché spesso la voce ci tradisce, rivelando le nostre vere emozioni. Anche la **postura** comunica il nostro interesse nell'altro ma deve essere aperta e disponibile, orientando la propria schiena in avanti, quindi non a braccia o gambe incrociate che comunicherebbero chiusura ma una postura rilassata. Nella comunicazione non verbale un aspetto che acquisisce sempre più importanza, è la **prossemica** cioè la distanza che si tiene con la persona con cui si parla e questa può influenzare positivamente o negativamente la mia comunicazione. Ognuno di noi crea la propria comfort zone all'interno della quale ci si sente protetti,

quando questo spazio viene invaso ci sentiamo aggrediti e in quel momento non siamo più pronti a comunicare. Come coach dobbiamo comprendere e rispettare lo spazio altrui, non dobbiamo invaderlo altrimenti il coachee sarà pronto a scappare e la comunicazione diventerebbe inefficace. In ultimo il coach deve anche conoscere bene la **gestualità** per poter comunicare al meglio con il suo cliente quindi non puntare il dito assolutamente in segno di minaccia ma puntare sulla apertura dei palmi, appoggiare il mento sulle nocche chiuse in segno di interessamento e attenzione per quello che si sta ascoltando, non distogliere mai lo sguardo dal cliente che lo distrarrebbe. Il coach non deve dare ricette miracolose al suo cliente ma lo deve ascoltare in modo attivo ed empatico, questo suo modo di essere deve trovare perfettamente corrispondenza nelle sue parole e azioni, i suoi gesti e i suoi sguardi devono essere accoglienti, non giudicanti e non interpretativi.

Non si vede bene che col cuore.

L'essenziale è invisibile agli occhi.

Antoine de Saint-Exupéry

CAPITOLO 2: LE EMOZIONI DEL COACHEE

Nella società odierna molto spesso le emozioni vengono bandite, poiché considerate un disvalore, un segno di debolezza, una cosa dalla quale fuggire. Tutte le emozioni sono spinte ad agire, sono piani di azione che ci fanno gestire le emergenze della vita, ogni nostra scelta è mossa e dettata dalle emozioni ed ogni emozione è funzionale. La radice stessa della parola EMOZIONE è il verbo latino moveo cioè muovere che con il prefisso e starebbe ad indicare “muoversi da”, quindi in ogni emozione c'è azione, movimento. Questa correlazione tra azione ed emozione è implicita negli animali e nei bambini mentre negli adulti spesso non accade e ci troviamo di fronte ad una forte dicotomia tra azione ed emozione. Che si tratti di emozioni positive o negative, queste possono generare un'enorme risorsa per prendere consapevolezza di sé e di ciò che si vuole, le emozioni non mentono mai e la loro autenticità connota positivamente una comunicazione rendendola efficace. Ogni emozione è unica e testimonia le infinite sfumature della nostra vita emotiva. l'emozione è un processo che ci aiuta a reagire in situazioni che impattano sulla nostra salute senza doverci pensare”. In virtù di quando detto, vivere le proprie emozioni è sempre naturale ed utile. Che si tratti di tristezza, gioia, rabbia, disprezzo, disgusto, sorpresa o paura o di ogni sfaccettatura e declinazione di questi stati emotivi, rinnegarle non ci aiuta. Al contrario dobbiamo imparare a riconoscerle, accettarle e gestirle, solo così saremo in grado di utilizzarle a nostro vantaggio nel percorso di cambiamento e nelle relazioni interpersonali. Quando parliamo di emozioni non possiamo non pensare a Goleman, il padre della “Intelligenza emotiva” definita come l'intelligenza del cuore. Goleman afferma che l'intelligenza emotiva si fonda su 5 fattori:

1. Conoscenza delle proprie emozioni e ciò porta ad una migliore consapevolezza di sé (i Greci lo avevano capito già nell' antichità quando a caratteri cubitali sul frontone del tempio di Apollo a Delfi avevano inciso il motto” CONOSCI TE

STESSO” in questo modo si invitava l’uomo a indagare dentro di sé, per scoprire che l’essenza della nostra vita è dentro, non al di fuori di noi);

2. controllo delle proprie emozioni e questo porta a una maggiore consapevolezza di sé;
3. motivazione di stessi e questo ci permette di autorealizzarci;
4. riconoscimento delle emozioni altrui(empatia);
5. gestione delle relazioni e questo favorisce e aumenta le nostre abilità sociali.

Nella nostra vita solo se riconosciamo l’importanza della intelligenza emotiva e la iniziamo a riconoscere ed allenare, saremo in grado di migliorare le nostre abilità; più si diventa consapevoli delle nostre emozioni meglio riusciremo a comprendere quelle altrui. Un coach professionista riconosce e identifica le proprie emozioni ed è capace di comprendere gli ostacoli emotivi del proprio coachee. Ecco perché un percorso di coaching va fatto, in primis su sé stessi, allenando le capacità di osservazione e ascolto di se stessi si può arrivare a comprendere pienamente l’altro. Per riuscire a cambiare alcune abitudini emozionali prima di tutto bisogna essere in grado di riconoscerle; se riusciamo a riconoscere abitudini emozionali negative le riusciamo a mettere in discussione su 3 livelli: cognitivo(il nostro pensiero e il modo di interpretare la situazione), emozionale(i sentimenti che suscitano) e comportamentale(le azioni che susseguono a tali emozioni); riconoscere l’emozione che stiamo vivendo e i fattori che l’hanno scatenata è il primo vero passo per riuscire a costruire una strategia efficace per poterla gestire. E specialmente in quei momenti in cui ci sentiamo bloccati, in cui nonostante i nostri ragionamenti logici non riusciamo ad andare avanti, diventa ancora più utile entrare in connessione con le nostre emozioni. Durante le relazioni di coaching, sia coach sia coachee provano emozioni, ma in che modo queste possono essere delle risorse? O in quale misura possono ostacolare il processo di cambiamento del coachee? E’ il coach che grazie agli strumenti del coaching fornisce al coachee stimoli in grado di scatenare un processo interiore. Particolarmente utili sono: 1) le domande aperte, 2) l’ascolto attivo e il silenzio, 3) il feedback, 4) le riformulazioni. Allenando le proprie capacità di osservazioni e di ascolto, il coach mette a disposizione del cliente una serie di informazioni, rilevate nei comportamenti espressivi del coachee stesso. Il coachee coglie gli stimoli dati dal coach che diversamente non sarebbe stato in grado di captare. Durante le sedute di coaching, anche il coach deve fare i conti con le proprie emozioni: la paura di fare proprie le emozioni del cliente immedesimandosi troppo, paura di non riuscire a controllare le proprie emozioni durante la seduta, la rabbia per ritardi o cancellazione appuntamenti, la gioia nel comprendere che il coachee sta

beneficiando positivamente delle sedute, emozioni per eventi personali del coach che potrebbero influenzare le sedute. Quindi, come le emozioni del cliente vanno esplorate per poter meglio pianificare un suo setting di miglioramento, anche le emozioni del coach vanno prese in considerazione, perché raccontano al coach qualcosa che lo riguarda nel profondo. Inibirle significherebbe perdere una buona occasione per aumentare la propria consapevolezza, la propria autoefficacia, le proprie potenzialità, perdere l'occasione insomma di diventare una persona e un coach migliore. Le emozioni durano circa 3 secondi e tutti noi ogni giorno viviamo migliaia di emozioni, a volte ci fanno provare stati di animo positivi, altre volte ci fanno sentire impotenti e frustrati, per questo è importantissimo saperle riconoscere in noi stessi ma altrettanto importante saperle riconoscere nel coachee: grazie alla comprensione delle emozioni del cliente possiamo formulare al meglio domande potenti, metafore, analogie per creare un piano di azione verso il futuro desiderato. Goleman ha affermato che "le emozioni hanno un ruolo potente ai fini della razionalità. Nel complesso rapporto tra sentimenti e pensiero, la facoltà emozionale guida le nostre decisioni momento per momento in stretta collaborazione con la mente razionale." E' praticamente come se avessimo due menti: quella emotiva e quella razionale. Nella vita ci comportiamo facendoci influenzare da entrambe, l'una funziona in correlazione con l'altra, l'ippocampo e l'amigdala sono tutte e due parti della corteccia prefrontale ma le emozioni, gli stati d'animo, la memoria emozionale risiedono nell'amigdala e sono la nostra intelligenza emotiva. Quindi concludendo si può affermare che, durante una seduta di coaching, affiorano tutte le emozioni del coachee, positive e negative, rabbia, paura, disprezzo, felicità potrebbero trasformarsi in un boomerang nelle mani del coachee colpendo il coach, il quale a sua volta potrebbe provare egli stesso gli stessi stati d'animo. Un coach professionista comprende le proprie emozioni, le riconosce e le gestisce per quelle che sono perché fanno parte del suo patrimonio emotivo, perché raccontano i suoi valori, perché parlano della sua personalità. Un buon coach partecipa al processo di cambiamento del suo cliente puntando alla sua felicità ma affinché il coachee sia felice deve esserlo anche lui solo un coach che ha ben chiaro il nesso tra valori, risultati e felicità e che sia lui stesso felice può permettere al cliente la sua realizzazione.

Ci sono persone che entrano nella tua vita per farti felice

E altre per cambiare la tua idea di felicità.

E non è la stessa cosa

Fabrizio Caramagna

CAPITOLO CONCLUSIVO: IL DIRITTO ALLA FELICITA'

Sei felice del tuo lavoro? Quante volte abbiamo letto o sentito questa domanda alquanto impegnativa, magari è stata fatta anche a noi. Nella società odierna c'è chi è convinto che solo se fai quello che ami puoi davvero essere felice e quindi sostiene che bisogna trovare il lavoro perfetto, che i soldi non fanno la felicità e che importa solo che ti realizzi in quello che fai. Poi ci sarà invece chi è convinto al 100% del contrario e quindi l'importante è guadagnare e fare soldi, la felicità viene dopo con il conto in banca a tanti 0. Con il passare del tempo capisci che la realtà è un'altra: non esiste una risposta giusta per tutti. Ognuno di noi ha dentro di sé un codice unico e non modificabile per avere successo, essere felice e raggiungere, al tempo stesso, il benessere personale. Il coaching considerato innanzitutto come metodo si pone in primis la realizzazione di obiettivi sfidanti quali la felicità e il benessere personale attraverso l'autorealizzazione, autonomia e consapevolezza. Chi si rivolge a un coach è perché vorrebbe una vita più appagante e relazioni sociali positive per essere felice. Partiamo però da un concetto di felicità nettamente sbagliato: pensiamo che la felicità risieda nei beni materiali, nella bella casa, nell'auto super lusso, nel lavoro remunerato bene ma la felicità non la troveremo mai in queste cose fuori di noi ma la felicità è in noi, nella nostra essenza, nel nostro Io ed è indipendente dai nostri averi. La felicità è un concetto soggettivo poiché ciò che dà felicità a me non la dà all'altra persona. Per il filosofo greco Aristotele, la felicità è la massima aspirazione di tutti gli esseri umani. Il modo per raggiungerla, secondo il suo punto di vista, è la virtù. La felicità, per Aristotele, può essere distinta in due diverse concettualizzazioni: quella edonica e quella eudaimonica. La prospettiva edonica concentra la sua attenzione sull'affetto positivo, sulla felicità, sulla bassa affettività negativa e sulla soddisfazione per la vita, quest'ultima intesa come valutazione personale della propria condizione di vita. Il filosofo considera infatti l'edonia come la massimizzazione del piacere e la minimizzazione del dolore. La seconda prospettiva, quella eudaimonica, si concentra prevalentemente sul funzionamento psicologico e sullo sviluppo umano. L'eudaimonia è per Aristotele quel

processo di autorealizzazione che porta l'individuo a raggiungere il suo pieno potenziale. Il benessere eudaimonico è la percezione personale rispetto al significato della propria vita. Epicuro fondò la "Scuola della felicità" e giunse a conclusioni molto interessanti affermando il principio secondo cui l'equilibrio e la temperanza danno luogo alla felicità. Questo concetto è racchiuso in una delle sue famose citazioni: "Niente è sufficiente per chi il sufficiente è poco". Nietzsche pensava che vivere tranquillamente e senza preoccupazioni fosse un desiderio proprio delle persone mediocri, che non danno un grande valore alla vita. Nietzsche oppone il concetto di "benessere" a quello di felicità. Benessere vuol dire "stare bene", grazie a circostanze favorevoli o alla buona fortuna. Tuttavia, si tratta di una condizione effimera che in qualsiasi momento può terminare. Il benessere è come uno "stato ideale di pigrizia", cioè senza preoccupazioni, La felicità, invece, è forza vitale, uno spirito che lotta contro qualunque ostacolo che limiti la libertà e l'affermazione di sé. Essere felici, allora, significa essere capaci di provare forza vitale attraverso il superamento delle avversità e la creazione di modelli di vita originali. Lo psicologo Martin E.P. Seligman ha conciliato il piacere e la buona vita, ossia gli aspetti edonici ed eudaimonici, sostenendo che la felicità possa essere sperimentata in differenti modi, in base alle diversità soggettive. La teoria della felicità autentica tendeva a vedere la felicità come motore primo, ed unico, di ogni nostra scelta ed azione: qualsiasi cosa facciamo, la facciamo perché cerchiamo un grado di maggiore felicità. Seligman, in seguito, rivide la sua teoria e ne uscì con una versione aggiornata: non cerchiamo sempre direttamente la felicità, ma ci sono dei settori della vita verso i quali ci impegniamo, perché partecipano alla nostra felicità, elaborando, così, la "Teoria del benessere" che racchiude nel suo modello P.E.R.M.A.(acronimo inglese):

- P sta per POSITIVE EMOTIONS e sono tutte quelle emozioni (gioia, gratitudine, serenità, interesse, speranza, orgoglio, divertimento, ispirazione, meraviglia, amore) che ci fanno provare una vita piacevole;
- E sta per ENGAGEMENT cioè coinvolgimento, la voglia di fare, l'energia che abbiamo e che siamo capaci di accendere, nel nostro vivere e fare quotidiano. Anche qui, chiaramente, è possibile fare molto: individuando emozioni positive che ci accendano, per esempio, oppure nutrendo e scoprendo il nostro scopo o un sano proposito da realizzare. È naturalmente collegato anche allo stato di flusso (flow);

- R sta per RELATIONSHIP cioè le relazioni positive. Importantissime, da sempre: ci hanno permesso di evolverci e ci aiutano a dare e riconoscere senso al nostro vivere di ogni giorno;
- M sta per MEANING In poche parole è il senso di vivere. Diverso dallo scopo e dal proposito, ma legato ad essi. È la costante ricerca, è tensione, è la ricerca di ciò che ha senso e dà senso al nostro vivere;
- A sta per ACCOMPLISHMENT che indica la soddisfazione che proviamo nel realizzare qualcosa, nel portare a compimento azioni, nel raggiungere obiettivi prefissati. C'è una sana differenza tra il senso di soddisfazione che viene dall' Accomplishment ed il senso di pienezza che, invece, deriva dal Meaning: il primo è nel "fare", il secondo è legato all'"essere". E' grazie a questi 5 aspetti che Seligman parla di fioritura: attraverso questi elementi noi possiamo far fiorire la nostra vita.

Un noto psicanalista statunitense James Hillman ha elaborato la "Teoria della ghianda", sostenendo che ciascuna persona è portatrice di una unicità che chiede di essere vissuta e che è già presente in noi fin dalla nascita." Tutti, presto o tardi, abbiamo avuto la sensazione che qualcosa ci chiamasse a percorrere una certa strada. Alcuni di noi lo ricordano come un momento preciso durante l'infanzia, quando un bisogno improvviso e curioso, ci ha colpiti con forza: ecco quello che devo fare....ecco cosa desidero....ecco chi sono". Crescendo la realtà intorno a noi sostiene tutt' altro: non è importante ciò che tu vuoi, è importante che tu faccia bene quello che ti viene chiesto di fare. Questo porta a spostare l'attenzione dal dentro di noi al di fuori noi, ci sottomettiamo alla realtà diventando obbedienti oppure sviluppiamo una eccessiva ribellione verso il sistema dimenticando, in entrambi i casi, noi stessi e cosa volevamo da piccoli. Gli anni passano, la vita va avanti e dobbiamo andare anche noi a lavorare. Vediamo che tutto sommato sul nostro percorso incontriamo persone che sono soddisfatti del loro lavoro ma alla fine la maggior parte è frustrata e rassegnata dentro percorsi professionali che non li realizzano. Imprenditori ricchi ma frustrati, sempre di corsa e perennemente arrabbiati rappresentano l'immagine della infelicità lavorativa. Può capitare di incontrare qualcuno che fa un lavoro neanche troppo pagato che però va a lavoro con il sorriso sulle labbra, stimolato e appagato senza neanche guadagnare troppo. Qual è dunque la differenza? Se ognuno di noi non si allinea con la propria voce interiore non troverà mai il proprio posto nel mondo, chi è in grado di

ascoltare quella voce riesce a trovare il motivo per alzarsi la mattina e andare a lavorare felicemente e con serenità. Per trovare il nostro "ikigai" cioè la nostra ragione di vita, lo scopo della nostra esistenza, ciò che la valorizza e la rende degna di essere vissuta, dobbiamo liberarci da preconcetti e falsi miti, puntare sulle nostre inclinazioni personali, emotive e psicologiche, riuscire ad accettare il proprio io, gioire delle piccole cose ed essere nel qui ed ora cioè concentrarsi sul presente praticando la consapevolezza ogni giorno senza rimuginare sul passato e su quello che poteva essere. Dobbiamo rischiare per poter uscire dalla nostra comfort zone: essa è ciò che inibisce la nostra personalità ma se avremo il coraggio di abbandonarla saremo veramente liberi di vivere una vita appagante degna di essere chiamata tale. Ma comprendere che quel lavoro è sbagliato per noi risolve il problema? In parte sì perché ne prendiamo consapevolezza ma siamo solo all'inizio. Bisogna agire, l'azione è la certificazione pratica del cambiamento. E così elaboriamo un piano di azioni volto al futuro, scomponiamolo in tante piccole tappe e step by step andiamo avanti. Compito del coach, in un efficace percorso di coaching, è appunto quello di far riaffiorare le potenzialità, allenarle affinché venga fuori la migliore versione di noi stessi. La missione di un coach nella vita di una persona diviene fondamentale se non si riesce ad ascoltare la propria voce interiore o peggio ancora se quest'ultima, con il suo chiacchiericcio interiore, ci demotiva, non ci fa andare avanti, abbassa la nostra autostima, ci fa essere procrastinatori seriali. Un coach, avendo cura di sé, aiuta il coachee a comprendere come funziona il fattore umano, rinforza positivamente la sua autostima attraverso il feedback e lo aiuta a riemergere. Le grandi scoperte della storia ci sono state perché è esistita gente che prima le ha immaginate nella sua mente e poi, senza farsi scoraggiare da nessuno, è andata avanti per la sua strada e ha dato il via a invenzioni straordinarie (Covey affermava che tutte le cose esistenti vengono create due volte: la prima nella testa, la seconda nella realtà). Se ci fermiamo solo a immaginare, i nostri desideri mai si avvereranno, bisogna avere chiari nella mente i propri obiettivi e, anche quando incontreremo avversità, non farci scoraggiare ma andare avanti agendo. Il fatto di desiderare una nuova meta non basta. Bisogna decidere di raggiungere quella meta. Quando desideriamo qualcosa, speriamo che la situazione cambi e iniziamo a fare dei timidi tentativi di cambiamento. Ma con la "speranza" che qualcosa cambi non si va avanti assolutamente, infatti non cambierà mai nulla; invece se decidiamo veramente di raggiungere i nostri obiettivi ci mettiamo in azione addirittura creando noi le condizioni per materializzare il nostro sogno. Dobbiamo smetterla di essere spettatori della nostra vita ma diventare gli attori protagonisti che mettono in atto lo spettacolo più bello. Il nostro

cervello ci comanderà che è meglio stare dove stiamo, ci dirà di non fare azioni azzardate, passi di cui potremo pentirci ma noi, esseri umani dotati di libero arbitrio e di capacità di volontà dobbiamo superare la pigrizia della mente, andare oltre, agire perché quello che non facciamo oggi sarà la causa della infelicità di domani. Bill Copeland affermava” Il guaio di non avere un obiettivo è che puoi passare la vita correndo su e giù per il campo senza mai segnare”. Sempre, oggi giorno, sentiamo parlare di obiettivi ma come capire se lo potrò realizzare o meno? Il nostro obiettivo è S.M.A.R.T. o meno?

1. **S sta per Specifico:** quindi il mio obiettivo deve essere chiaro e specifico, altrimenti non sarai in grado di concentrare i tuoi sforzi o sentirti veramente motivato a raggiungerlo;
2. **M sta per Misurabile:** l'obiettivo deve essere misurabile, così da poter monitorare i tuoi progressi, sostenere la motivazione;
3. **A sta per Achievable (realizzabile):** l'obiettivo deve essere realistico, ambizioso, commisurato alle proprie potenzialità;
4. **R sta per Rilevante:** l'obiettivo deve essere veramente importante, ne deve valere veramente la pena;
5. **T sta per Tempo:** ogni obiettivo deve avere una data entro il quale realizzarlo, una scadenza.

Naturalmente allora quando si parla di coaching affermiamo che uno dei compiti del coach è quello di aiutare le persone a trasformare i propri obiettivi in risultati ma solo dopo essersi accertati che quegli obiettivi e quei risultati siano ciò che la persona davvero vuole; a me piacerebbe soffermarmi su un altro compito importante del coach (a mio parere importantissimo e vitale per la mia acquisita visione di coaching) e cioè quello di promuovere la consapevolezza e la responsabilità. Iniziamo col dire che noi come esseri umani non siamo bravi ad analizzarci e a vederci dall' esterno come ci vedono gli altri, filtriamo la realtà a nostro piacimento, comportamenti, sentimenti emozioni sono influenzati dalla nostra mappa del mondo. Questi filtri, inevitabilmente comportano delle distorsioni. Di conseguenza, ci sono aspetti della “realtà” che semplicemente “ci sfuggono”, mentre ce ne sono altri ai quali magari attribuiamo un'importanza

sproporzionata. Inoltre siamo molto abitudinari, ogni giorno pensiamo quasi sempre allo stesso argomento e svolgiamo quasi sempre le stesse azioni, l'ambiente esterno non ci aiuta per niente perché impatta verso di noi in modo ripetitivo anziché creativo. È un po' come se rimanessimo intrappolati nei nostri stessi schemi di pensiero. Facciamo quindi fatica a vedere oltre l'orizzonte delle nostre abitudini. Quindi in pratica di cosa dovremmo diventare consapevoli? In primis consapevoli di quello che vogliamo e di quello che non vogliamo: se non voglio essere in ansia per una situazione devo sì cacciare l'ansia ma al posto dell'ansia devo metterci qualcos'altro tipo la gioia, la serenità, la voglia di vivere, quindi è importante sapere cosa non vogliamo più nella nostra vita e cosa poterci mettere al suo posto. Inoltre quando ci poniamo un obiettivo dobbiamo anche avere ben chiari i nostri valori: dobbiamo chiederci "cosa è importante per me?" una volta specificati i miei valori sarà più chiara la meta. Quindi chiari valori corrispondono ad una consapevolezza degli obiettivi e dei mezzi propri per raggiungerli. E il potenziale? È importantissimo conoscere le nostre risorse interiori per poter cambiare abitudini negative o acquisire abitudini positive e un coach in questo senso è la figura più idonea perché ti rende consapevole di come la nostra comunicazione e il nostro comportamento interagiscono con il nostro sistema nervoso e di come questa costante interazione generi poi degli schemi di comportamento. E la responsabilità come ci aiuta? Una volta che noi diventiamo consapevoli dei nostri obiettivi, dei nostri valori, delle nostre potenzialità, e in questo ci dovrebbe aiutare il coach, poi diventiamo responsabili delle nostre azioni e del nostro modo di pensare, non cerchiamo più il capro espiatorio della nostra infelicità nel marito, nel capo, nel figlio ma prendiamo la decisione di cambiare la nostra vita. Le difficoltà esistono per tutti, spesso dobbiamo accettare i fatti per quello che sono. Ma nel momento in cui "diamo la colpa fuori", non ci facciamo la magica domanda: «Data la situazione, cosa posso fare io?». Ed è in quel momento che si rischia di rimanere impantanato nelle lamentele non pensando al grande dono che ci è stato fatto con la responsabilità.

“Credo che, alla base di tutto ci debba essere l'amore, la compassione, il rispetto, la solidarietà; solo allora tutte le attività umane potranno diventare costruttive e cooperare per un unico scopo: la felicità di tutti gli individui” Dalai Lama.

¹ Studi interessanti sulla comunicazione non verbale furono fatti da Rosenthal Robert, uno psicologo di Harvard negli anni 70' il quale creò il cosiddetto Pons Test, un test che per testare l'empatia si avvale di una serie di videocassette nelle quali una giovane donna esprimeva i più vari sentimenti dalla ilarità all' amore materno e fu interessante comprendere alla fine di tale esperimento, come da un messaggio non verbale sorgeva la capacità di comprendere l' altro nella sua completezza, ovviamente questa capacità non era di tutti ma solo dei soggetti empatici, a dimostrazione del fatto che più si è empatici più si riesce a capire l' altro anche e soprattutto da quello che non dice.

BIBLIOGRAFIA

AOKI MASAO (2021) IKIGAI il segreto giapponese di una vita felice, Amazon Italia Logistic,

DALAI LAMA – DANIEL GOLEMAN (2020) Le emozioni che fanno guarire, Oscar Mondadori,

DANIEL GOLEMAN (2022) Intelligenza Emotiva, nuova edizione, Bur Saggi,

RUGGERI A. PAOLO (2016) Le dieci regole del successo, Engage Editore,

SPENCER JOHNSON (2009) Chi ha spostato il mio formaggio? Sperling& Kupfer.

APPENDICE

**Vivo ora, qui, con la sensazione
che l'universo è straordinario,
che niente ci succede per caso
e che la vita è una continua scoperta.
E io sono particolarmente fortunato
perché, ora più che mai, ogni giorno
è davvero un altro giro di giostra.**

TIZIANO TERZIANI