

SEMINARIO 4 MAGGIO 2006

LE COMPETENZE EFFICACI NELLE RELAZIONI UMANE

MODERATORE:



DOTT. ANDREA SPADA

Psicologo del lavoro, esperto in Psicologia dello Sport.
Studio SAIPS Forlì.

RELATORI:



DOTT. STEFANO PASQUI

Psicologo del lavoro, esperto in Psicologia e Gestione Risorse Umane.
Studio SAIPS Forlì.



DOTT. MICHAEL LAVIN

Psicologo e Psicoterapeuta, esperto in Psicologia delle Organizzazioni.
Professore aggiunto dell'Università di Chicago.

Un divertente ed interessante Seminario sulle competenze efficaci nelle relazioni umane.
Una giornata ricca di contenuti, di sensazioni piacevoli e coinvolgenti...

Questo report ha lo scopo di ricordare e di continuare a condividere con voi questa
deliziosa giornata di formazione.

Purtroppo, gli esercizi, le attività e gli esempi vissuti durante il Seminario non potranno
essere ritrasmessi a parole, così come le piacevoli emozioni provate quel giorno non
potranno essere scritte, ma solo descritte.

Buona lettura!

...e al prossimo Seminario SAIPS.

DOTTOR SPADA

Buongiorno a tutti e grazie per essere qui così numerosi.

Oggi ho il compito di introdurre questo incontro dal titolo "LE COMPETENZE EFFICACI NELLE RELAZIONI UMANE". Sono qui in veste di moderatore e di rappresentante delle due realtà che hanno contribuito a realizzare questo evento: Delfi - Associazione Culturale e SAIPS.

Delfi, sin dalla sua fondazione, organizza eventi per sensibilizzare lo sviluppo delle capacità personali e professionali.

SAIPS, dal lontano 1986, è sempre attivo nel settore della Psicologia, della Formazione e degli Interventi Psico-Sociali.

Abbiamo organizzato questo seminario perché lo sviluppo delle capacità relazionali è diventata una necessità ed una competenza essenziale per chiunque, non solo nell'ambito professionale. Oggigiorno, gestire e motivare gruppi di lavoro è diventato un obiettivo indispensabile per ottenere un reale incremento della performance lavorativa.

Abbiamo quindi invitato due esperti del settore per illustrarci il loro punto di vista:

- il dottor Stefano Pasqui dello studio Saips, è esperto di Psicologia del Lavoro e Gestione delle Risorse Umane, ha al suo attivo diverse pubblicazioni in merito, tra cui l'ultimo libro: [L'ERA DELLA GRU - LA GESTIONE DELLA RISORSA UMANA: PERCHÉ FARLA E COME FARLA](#) (recensione su: www.saips.it).
- il dottor Michael Lavin dell'università di Chicago, è esperto in Psicologia delle Organizzazioni, si occupa di incrementare le skills relazionali nell'ambito lavorativo.

Prima di passare la parola ai relatori, mi preme sottolineare come l'incontro di oggi sia, per noi Delfi e Saips, un evento molto importante, per due motivi:

- suggella l'incessante lavoro che da anni svolgiamo in questo settore, e vedere l'enorme partecipazione di oggi è per noi fonte di grande soddisfazione;
- celebra un doppio anniversario: i 20 anni della fondazione del Saips, che iniziò a muovere i primi passi nel 1986, ed i 10 anni della creazione dell'associazione Delfi, che proprio nel 1996 si presentò al pubblico con i suoi primi seminari formativi.

L'incontro di oggi vuole quindi essere anche un nostro regalo per tutti quelli che in questi anni ci hanno seguito, è il nostro modo per mandare un grazie di cuore a tutti voi.

Ora lascio la parola ai nostri relatori.



DOTTOR PASQUI

L'essere umano non cresce da solo sotto una campana di vetro.

Si cresce se si entra in relazione con altri esseri umani, con cui ci si deve confrontare. Le relazioni umane implicano un conflitto fra la mia informazione e la tua informazione, che solitamente non coincidono. È un conflitto fra il mio modo di interpretare ciò che succede intorno a me e il tuo modo di interpretare quello che succede intorno a noi. È infine un conflitto fra due persone diverse.

Perfino all'interno della stessa persona c'è un conflitto fra ciò che sapevamo prima e ciò che potremmo sapere dopo l'apprendimento. Per poter cambiare, per poter apprendere qualcosa bisogna mettere in dubbio ciò che sapevamo già per arricchirlo di ciò che potrebbe essere ma ancora non ci appartiene. Come già cinquanta anni fa sosteneva Carl Rogers: "*imparare ad imparare*" è importante ed implica una relazione.

La relazione umana implica anche il conflitto.

Il primo conflitto che ci può disturbare è il conflitto con un altro che ha informazioni e idee diverse dalle nostre. Ciò implica che dobbiamo metterci lì con santa pazienza a trovare un ponte, una forma di unione fra le nostre informazioni e le sue.

Un altro conflitto più nascosto ma altrettanto pericoloso è quello che c'è fra quello che già sapevo e credevo, e quello che debbo rimettere in discussione perché mi sono giunte informazioni nuove o ho vissuto esperienze nuove.

Quando c'è una relazione umana, la domanda che ci dobbiamo porre è: che tipo di cambiamento sta avvenendo?

Quando vi relazionate con qualcuno, il rapporto non ha successo soltanto se l'altro alla fine è d'accordo con voi, la relazione ha successo perché avviene comunque qualche cosa in quella relazione. Purtroppo, può avvenire qualche volta che l'altro si opponga a quello che noi abbiamo pensato, immaginato, voluto dire; ciò implica che il nostro intervento, le nostre relazioni hanno un peso molto maggiore rispetto a ciò che noi pensiamo.

La mancanza di ascolto è un altro elemento importante che però spesso manca nelle relazioni umane.

Se ci si dimentica di queste cose si possono verificare due rischi.

Il primo rischio è quello di pensare che al problema delle relazioni umane si possa rispondere organizzando delle regole precise ben definite, seguendo le quali il risultato è garantito.

Se andate in una qualunque biblioteca fornita di temi sulla comunicazione nelle relazioni umane, troverete tanti manualetti da 70 pagine in cui sono consigliate tutta una serie di prescrizioni date come se fosse l'ovvia cosa da fare per ottenere un risultato, come ad esempio: 'sorridente al vostro fornitore e tutto andrà meglio'. Vedere una faccia sorridente, lieta, accogliente fa piacere a tutti; uno ingrignito che ci manda a quel paese di prima mattina quando entriamo in ufficio, ovviamente, piace meno. Non è detto però che questa prescrizione garantisca che tutto vada al meglio... Temo che, dimenticando il nocciolo delle relazioni umane, qualcuno arrivi a pensare che si possa risolvere qualunque relazione con delle semplici prescrizioni da manualetto.

Il secondo rischio è quello di colludere con il desiderio, molto frequente nelle aziende, della 'produttività' trasformata in numeri. La ossessione della 'produttività' porta a richiedere e volere ricette immediate, sicure e soprattutto durature.

Due regole per una buona relazione.

La prima regola deriva dalla saggezza popolare dei nostri nonni, meno tecnologici ma non del tutto stupidi, frutto dell'esperienza della loro vita: *un fosso si fa con 2 sponde.*

Una relazione è una entità che è fatta da me e da un altro che è in relazione con me.

Se siamo disposti a discutere questo complesso che si chiama relazione, bene, se siamo disposti solo a dire che qui c'è un colpevole e bisogna trovarlo, non riusciremo a costruire delle buone relazioni interpersonali.

Seconda regola: *la tartaruga fa della strada solo se esce dal guscio.*

Nelle relazioni interpersonali se non si gioca con il rischio anche di perdere, se non si esce mai dal guscio, di strada non se ne fa. Prima di entrare in relazione con qualcuno è opportuno chiedersi: ho voglia di entrare in relazione? Voglio correre il rischio di mettermi in relazione con questa persona?

Bisogna fare tutto quello che si può, anche se accadrà quello che deve accadere.

A noi spetta il compito di fare il possibile.

DOTTOR LAVIN

Qual'è la parte più importante del vaso?

Vi racconterò una storia a proposito di due donne in un ospedale che devono stare distese a letto 24 ore su 24.

Ogni giorno alle 3,30 la donna che era vicino alla finestra si mette il cuscino dietro la schiena e guarda fuori. Fuori vede un parco e descrive all'altra donna alberi, fiori, animali, poiché fra le due c'è uno schermo e quindi la donna che era al di là di esso non poteva vedere, ma solo ascoltare. Una notte la donna che era accanto alla finestra si ammalò gravemente, chiamò l'infermiera che arrivò immediatamente. L'altra donna la sentiva soffrire ma non poteva aiutarla. Quella notte la donna vicino alla finestra morì.

La mattina successiva la portarono via. L'altra donna chiese se era possibile andare nell'altro letto vicino alla finestra.

Così la spostarono vicino alla finestra.

La donna si mise il cuscino dietro la schiena e guardò fuori. Era molto arrabbiata perché vide che c'era solo un muro di mattoni.

Quando l'infermiera tornò la donna le chiese come era possibile che l'altra donna le avesse descritto cose bellissime. L'infermiera sorpresa le disse che la donna era cieca.

La parte più importante del vaso è dentro...

La parte esteriore è bella, ma l'esterno può cambiare e deteriorarsi. L'interiore invece può solo diventare più bello.

Se volete avere successo nella comunicazione dovete avere la bellezza interiore.

Ci sono due tipi di *comunicazione*: la comunicazione interiore e quella esteriore.

Per essere maestro di comunicazione dobbiamo concentrarci sulla comunicazione interiore.

Sono cinque gli aspetti da seguire per una bellezza ed eccellenza interiore:

- essere *svegli*. Molte persone vivono la loro vita come se non vedessero, poi un giorno si svegliano e si accorgono della malattia, del divorzio, oppure quando diventano vecchi dicono di aver sprecato tutta la loro vita.
- altro aspetto è la *consapevolezza*. Molte persone osservano senza vedere, sentono senza ascoltare, toccano senza sentire... bisogna usare tutti i sensi nella comunicazione.
- la *responsabilità* è importante, come il Dottor Pasqui ha detto a proposito di Carl Rogers. Noi siamo gli architetti della nostra vita. Noi siamo responsabili di tutto quello che ascoltiamo e vediamo.

- poi c'è l'*approvazione*. Prima di amare te stesso devi accettare te stesso. Gli psicologi della terapia comportamentale parlano di approvazione incondizionata. Dobbiamo accettarci così come siamo. Avete presente il cane? Quando vi aspetta alla porta quando rientrate, non gli importa come siete, vi ama incondizionatamente.
- ultima cosa è l'*apprezzamento*. Non basta essere felici ogni giorno, ma dobbiamo apprezzarci ogni giorno. La comunicazione è un dono perché la parola è un dono. Voltaire diceva che il paradiso è dove sei.

Oggi più che delle informazioni, vorrei darvi degli strumenti che poi voi possiate usare nella comunicazione con i vostri clienti.

Per questo vi chiederò di partecipare a qualcosa di diverso tutti insieme, anche se non voglio mettere in imbarazzo nessuno.

I cinesi hanno detto:

*Se mi dici, dimentico,
se mi fai vedere, ricordo,
se mi coinvolgi, capisco.*



Se alla fine vi facessi una foto di gruppo e ve la regalassi, qual'è la prima persona che guardereste?

Voi stessi.

Ognuno vuole sentirsi importante ed apprezzato. Se volete fare sentire le persone importanti, arricchite la loro e la vostra vita.

Deve esserci questo legame tecnico ed emotivo. È una combinazione di aspetto tecnico ed emotivo. Molte volte pensiamo alla parte tecnica e ci scordiamo quella emotiva.

Per essere un maestro della comunicazione bisogna sentire con le orecchie, con il cuore e con gli occhi. E molti di noi non leggono tra le righe.

Molte persone sentono ma non agiscono e, come ha detto il dottor Pasqui, sono simili ad una tartaruga che restano nel guscio.

Se volete avere una vita dinamica dovete correre dei rischi.

Piccoli rischi = piccola crescita. Grandi rischi = grande crescita.

In una scala da zero a dieci, la volontà di imparare quant'è? Quant'è la volontà di rischiare? Se volete cambiare la vita delle persone dovete prendere dei rischi.

Dovete sperimentarvi. Chi osa vince.

Se non rischiamo non vinciamo.

~ o ~

Un *rapporto* richiede tempo ed investimenti. Tutte le comunicazioni si compongono di rapporti interpersonali, come un ballo. Può succedere nelle comunicazioni come nel ballo che qualcuno non sappia ballare bene e ci si calpesti i piedi.

Occorre allora cercare di entrare nel mondo del cliente, bisogna entrare con il nostro mondo nel suo mondo. La comunicazione consiste nel fatto che io entro nel tuo mondo, tu ti fidi di me e poi tu entri nel mio. Senza fiducia non c'è comunicazione.

Le tre regole della comunicazione sono: rapporto, rapporto, rapporto.

Nel dizionario la definizione di rapporto è: una relazione di armonia, accordo ed affinità. È una armonia sullo stesso piano, bisogna creare una situazione in cui entrambe le parti siano sullo stesso livello ed abbiano rispetto reciproco. Bisogna cercare di capire il mondo dell'altro.

L'apprendimento si raggiunge tramite l'osservazione e il modellamento del proprio comportamento.

Modellando il proprio comportamento si arriva al rapporto.

Prima bisogna cercare di entrare nel mondo altrui e poi cercare di influenzare il mondo che ci sta di fronte. Non dobbiamo stare né troppo vicino né troppo distante, ma sullo stesso livello; quando comunichiamo dobbiamo stare sullo stesso livello.

Quando, ad esempio, ci si innamora ci si mette sullo stesso livello, è una sincronia del corpo, viene calibrata la posizione del corpo.

Cosa succede invece quando ci si disinnamora, quando non si vuole più essere impegnato con l'altro?

Si perde il rapporto, si perde la passione.

Se volete avere un rapporto di successo, dovete avere una buona relazione, un eccellente modo di rapportarvi agli altri.

~ o ~



In questa sportina c'è qualcosa che può farvi molto ricchi o molto poveri, rendervi persone molto felici o molto tristi, rendervi persone in salute o in malattia, farvi innamorare di qualcuno o farvi odiare qualcuno.

Questa è una borsa, non ci sono soldi, cosa c'è nella borsa?

È il più importante mezzo di comunicazione, potete perdere dei soldi ma non potete perdere questo: il cervello.

La chiave di tutto è qui dentro, lo potete *programmare in modo positivo* o negativo. Delle ricerche svolte presso l'università di Pennsylvania dicono che quello che è importante è pensare positivamente, non un solo pensiero positivo, ma un programma positivo. Bisogna dare delle direttive al cervello perché così possiamo programmare in maniera positiva e non negativa. Come prima il dottor Pasqui ha parlato di comunicazione positiva, bisogna dire che la qualità della nostra vita coincide con la qualità della comunicazione. La qualità della vostra vita diventa la qualità delle vostre percezioni.

Perché, da dove viene la comunicazione? Viene dalle percezioni.

Noi non possiamo gestire gli impiegati, noi gestiamo le percezioni.

Le persone non vendono prodotti o servizi, vendono percezioni!

Le donne in questa sala, quante scarpe possiedono? Molte.

Vi servono tutte? Perché le comprate?

Le persone comprano delle buone sensazioni, dei pensieri positivi e delle soluzioni. Per tutte le soluzioni il nocciolo della questione sono le nostre percezioni.

Quindi: qualità delle percezioni = qualità della mente.

~ o ~

>> **Attività:**

Prendete un foglio di carta.

Piegatelo a metà, strappate l'angolo destro e ripieгатelo.

Tagliate l'angolo destro e ripieгатelo un'altra volta.

Strappate l'angolo destro, pieгатelo l'ultima volta e strappate l'angolo destro ancora.

Ora aprite il foglio.

Cosa è venuto fuori?

Sono tutti diversi perché avete ascoltato, ma non avete sentito...

Sentire ed *ascoltare* sono due cose diverse.

Come lo psicologo Rogers ha detto, la riflessione e l'ascolto sono due cose diverse.

La comunicazione si compone di due parti: uno che ascolta ed uno che parla, uno che riflette ed uno che ascolta.

I mezzi della comunicazione sono i mezzi dell'ascolto. Noi riflettiamo l'ascolto ma anche il linguaggio del corpo.

In una università californiana dicono che il 7 % della comunicazione si compone di parole ed il 93% si compone del linguaggio del corpo. Molte volte noi prestiamo attenzione soltanto alle parole e non al linguaggio del corpo.

La chiave per persuadere il comportamento altrui, dei colleghi, impiegati, clienti... si può riferire a questo modello. Se vogliamo cambiare qualcosa di noi dal punto di vista comportamentale dobbiamo partire da questo primo punto.

La psicologia sociale parla di *Primary Effect* o della *prima impressione*, come fenomeno per cui ci rimane più impressa la prima impressione di qualcuno e *Recency Effect* ovvero ricordiamo meglio anche l'ultima impressione che ci ha fatto una persona.

Perché questo è così importante nella comunicazione? Perché influenza la prima e l'ultima impressione positiva.

Quindi ci si può sbagliare nel mezzo ma non all'inizio e alla fine di un rapporto.

È importante dare una buona prima impressione, perché veniamo giudicati da questa.

Nella comunicazione possiamo dare 3 tipi di impressione:

- positiva,
- negativa,
- o neutra.

Qual'è la peggiore?

La terza perché non da alcuna impressione.

Un esercizio che facevo quando avevo una classe numerosa era quello di fare sedere uno studente al centro e fare girare tutti gli altri studenti attorno a lui chiedendo di esprimere la loro impressione su di lui.

Alcuni dicevano che gli piaceva, altri che non gradivano quella persona.

Quando qualcuno diceva di non aver pensato a niente, significava che quella persona non aveva trasmesso niente agli altri.

Tra tutti gli insegnanti che abbiamo avuto nella vita ci si ricorda sempre dell'insegnante peggiore e si scorda di più quello neutro, quello che non ci ha dato alcuna impressione.

In terapia esiste l'alleanza terapeutica. Le ricerche mostrano che se al cliente non piace il terapeuta, non migliora e non ottiene risultati apprezzabili.

Vi racconto la storia di una madre che cercava di svegliare il figlio perché andasse a scuola. Ella lo chiamava dalla cucina, mentre preparava la colazione, perché si svegliasse per andare a scuola. Il figlio però non scendeva.

La madre andò di sopra e lui ancora dormiva. Continuava a chiamarlo, ma lui le disse che non voleva andare a scuola perché la odiava: c'erano 300 insegnanti che lo odiavano. Il figlio allora chiese alla madre di dargli una ragione per alzarsi ed andare a scuola.

La madre gliene diede due:

- la prima perché aveva 46 anni,
- la seconda perché era il preside.

Questo vuol dire che non ci piace andare dove non siamo apprezzati.

Quando noi piacciamo agli altri le porte si aprono. Nel rapporto uno degli obiettivi è piacere agli altri. Se avete dei bambini e piacete loro, non avete problemi. Lo stesso vale per i clienti, i colleghi ecc...

~ o ~

Tutto si compone di *energia*, noi trasmettiamo dell'energia.

>> **Attività:**

Questa pallina da ping-pong non ha una batteria all'interno ma un dispositivo per cui col passaggio dell'energia si accende.

Se formiamo una catena tenendoci per mano la pallina si accende.

Se uno di noi interrompe la catena, la pallina non si accende più perché il passaggio di energia è stato interrotto.

Ognuno di noi è portatore di energia.

Quando noi comunichiamo non lo facciamo soltanto a parole, ma anche con l'energia.

Quando parliamo con una persona possiamo dire che ci piace perché quella persona ci appare energica. Mentre a volte può succedere che a contatto con altre persone non ci sentiamo a nostro agio.

A primo impatto alcune persone trasmettono energie positive, mentre altre negative. All'interno della comunicazione non ci sono dunque solo le parole, ma anche le energie che vengono trasmesse. Quando diciamo la verità noi siamo forti, quando diciamo una bugia noi perdiamo la nostra energia.

Il campo energetico va da nord a sud, quindi se noi lo allineiamo ci sentiamo forti, se invece invertiamo i poli noi perdiamo energia. Alcune persone, anche con i poli invertiti, sono forti perché hanno una psicologia 'invertita': tendono a pensare negativamente.

Il campo elettromagnetico nel nostro corpo va dal bacino in su attraverso tutto il tronco. Posso muovere questo campo elettromagnetico in modo diverso così da ottenere un cambiamento. Occorre un buon equilibrio mentale e fisico; ci vuole equilibrio fra corpo e mente perché a volte la mente va verso una direzione e il corpo verso un'altra.

Abbiamo tre modi di *comunicare*: passivo, aggressivo ed assertivo.

Quello passivo consiste nell'evitare le persone, l'altro nell'attaccare le persone. Nel mezzo di questa bilancia c'è l'assertività.

Nel primo modo evitiamo i problemi che ci complicano la vita; nel secondo attacchiamo gli altri e tendiamo ad allontanarci dagli altri. Nella prima modalità la persona vive la relazione come se ci fosse un perdente ed un

vincitore, 'io vinco e tu perdi', nella seconda modalità è come se ci fossero due perdenti nella relazione, come se entrambi perdessero qualcosa mentre si relazionano.

Nell'interazione assertiva, invece, le persone sono entrambe vissute come vincitrici, portatrici di ricchezza relazionale; la relazione non è vissuta con competizione o sfida.



DOTTOR PASQUI

Lo studio della mente umana e le possibilità di cambiarsi, di formarsi e di crescere è il motivo che ci ha portati tutti qui.

Provando a riassumere, vi abbiamo presentato due diverse ma integrate visioni del mondo delle relazioni: quella di un italiano e quella di un americano.

In estrema sintesi, potremmo dire che la prima sembra più piena di pragmatismo, forse a volte un po' pessimista, l'altra è una visione happy life per cui la vita è bella quindi basta venirsi incontro ed avere una visione ottimista.

La strada potrebbe essere una via di mezzo tra questi due mondi, così da introdurre queste visioni nella nostra realtà quotidiana e lavorativa.

*"La più grande scoperta della mia generazione
è che gli esseri umani possono cambiare le loro vite
cambiando le abitudini mentali"*

William James

>> SAIPS

Nuovi eventi da *settembre!*

Relax, massaggi, benessere, psicologia e molto altro ancora...

www.saips.it