

Alberto Lori

L'Arte della Comunicazione



**Per Comunicare in Maniera Efficace,
Convincente e Senza Stress**

Autostima.net

ALBERTO LORI

Capitolo 1 estratto da:

L'ARTE DELLA COMUNICAZIONE



**Per comunicare in maniera efficace,
convincente e senza stress**

Titolo

“L’Arte della Comunicazione”

Autore

Alberto Lori

Editore

Bruno Editore



ATTENZIONE: questo ebook contiene i dati criptati al fine di un riconoscimento in caso di pirateria. Tutti i diritti sono riservati a norma di legge. Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta con alcun mezzo senza l’autorizzazione scritta dell’Autore e dell’Editore. **È espressamente vietato trasmettere ad altri il presente libro**, né in formato cartaceo né elettronico, né per denaro né a titolo gratuito. Le strategie riportate in questo libro sono frutto di anni di studi e specializzazioni, quindi non è garantito il raggiungimento dei medesimi risultati di crescita personale o professionale. Il lettore si assume piena responsabilità delle proprie scelte, consapevole dei rischi connessi a qualsiasi forma di esercizio. Il libro ha esclusivamente scopo formativo e non sostituisce alcun tipo di trattamento medico o psicologico. Se sospetti o sei a conoscenza di avere dei problemi o disturbi fisici o psicologici dovrai affidarti a un appropriato trattamento medico.

Sommario

Introduzione	pag. 5
Step 1: Come imparare a motivarsi	pag. 9
Step 2: Come sfatare un luogo comune	pag. 37
Step 3: Come si fa a rendere comunicabile un'idea	pag. 61
Step 4: Che etichetta dai alla tua ansia?	pag. 76
Step 5: Come si utilizza la tecnica del ricalco?	pag. 98
Step 6: Come si sviluppa il messaggio in pubblico?	pag. 121
Step 7: Qual è la differenza della differenza?	pag. 145
Conclusione	pag. 162

INTRODUZIONE

Pssst... amico, ascoltami. So che fra una settimana dovrai parlare davanti ad un pubblico. Non ho capito bene se in una riunione di condominio o davanti al tuo consiglio d'amministrazione o in una riunione di redazione oppure hai un messaggio, un progetto o semplicemente un'idea geniale da comunicare a un gruppo di gente, non importa se a quattro gatti o a una folla oceanica, tanto è lo stesso. Posso immaginare come ti senti già adesso.

Soltanto visualizzandoti davanti al pubblico, provi la sensazione di un fastidioso sfarfallio nello stomaco, hai il battito del cuore accelerato, ti senti soffocare, hai la salivazione azzerata, tremi e sudi freddo.

Ti sei mai chiesto perché accade tutto questo? Eppure, in passato non è mai accaduto nulla di tanto disastroso da incuterti una tale ansia, diciamo pure una tale paura, da immaginarti gli scenari più catastrofici per la tua esibizione in pubblico. Sembra paradossale

ma è così: **la paura di parlare in pubblico, secondo una statistica americana, è seconda soltanto alla paura della morte.** Non è un'esagerazione, come sa bene chi si trova in procinto di dover comunicare un messaggio a un pubblico di sconosciuti ed è preda di un'ansia assolutamente non governabile.

Da dove nasce questo assurdo timore del giudizio del pubblico? Perché è proprio questo il problema: anche se, come abbiamo visto, in passato non esiste alcuna brutta esperienza pregressa, solo il pensiero che potresti non essere in grado di gestire quella situazione, ti mette addosso una tensione incredibile.

Che cos'è che ti fa paura? Il giudizio delle persone che sono venute ad ascoltarti o il giudizio che tu dai di te stesso? Temi di non spicciare parola, d'impappinarti? Hai il timore di fallire, di non essere all'altezza della situazione?

Ragiona: queste sono tutte convinzioni limitanti che chissà da quanto tempo ti porti dietro. Le credenze sono quelle sensazioni

di certezza che ciascuno di noi ha circa la realtà delle cose: di come dovrebbero essere e di come dovrebbero andare. Potresti essere uno che non intraprende mai nessuna impresa perché pensa di non farcela oppure parte in quarta perché sa che comunque vada sarà un successo. Ebbene, in entrambi i casi, il traguardo è assicurato.

Ti chiedo: appartieni alla prima o alla seconda categoria? Vuoi avere su te stesso una convinzione limitante o potenziante? Se hai acquistato questo ebook, mi viene il dubbio che tu faccia parte della prima tipologia, ma non è più il caso di preoccuparti.

Oggi giorno, esistono tecniche e strategie che faranno di te un uomo (o una donna) nuovo (a). T'insegneranno come rendere efficace il tuo modo di comunicare, come entrare in sintonia con gli altri, chiunque siano. T'istruiranno su come motivarti per avere obiettivi efficaci e motivanti che ti facciano svegliare la mattina pieno di carica ed energia.

Infine, ti erudiranno su come accrescere la tua autostima, come migliorare le convinzioni su te stesso, su come spezzare definitivamente le convinzioni limitanti e trasformarle in convinzioni potenzianti che possano darti maggiore forza e coraggio per affrontare l'esistenza e farti sentire bene e a tuo agio con tutti. Credici e se applicherai con volontà e costanza i suggerimenti che troverai su questi fogli, la tua vita non potrà più essere la stessa!

Alberto Lori

STEP 1:

Come imparare a motivarsi

If you can't, you must. If you must, you can

Se non puoi, devi. Se devi, puoi.

(Tony Robbins)

Se stai leggendo questo ebook, significa che sei interessato alla comunicazione e, nello specifico, alla comunicazione in pubblico. Probabilmente ammiri chi riesce a parlare di fronte a gente sconosciuta senza apparente stress, ma, anzi, dimostrando sicurezza, facilità di parola e, soprattutto, capacità di coinvolgere gli ascoltatori. Benché ti piacerebbe essere come questi grandi comunicatori, forse pensi che non potrai mai essere in grado d'imitarli. È qui che ti sbagli.

SEGRETO n. 1: non si nasce eccellenti comunicatori, lo si diventa.

È giunto il momento d'imparare ad usare il potere che ciascuno di noi ha di ottenere i risultati desiderati. Le nostre esperienze

esistenziali sono il risultato diretto delle due forme di comunicazione che noi stessi produciamo. Le parole utilizzate, le intonazioni, la mimica, la gestualità, la postura, sono i diversi modi con i quali comunichiamo con l'esterno. Ciò che immaginiamo, ci diciamo, sentiamo nel nostro intimo fa parte invece della nostra comunicazione interiore. Da ciò emerge una prima, sacrosanta verità:

COMUNICAZIONE = POTERE

La qualità della tua vita dipende in modo direttamente proporzionale dalla qualità della tua comunicazione con gli altri e con te stesso, perché ogni giorno ti rapporti con gli altri e, soprattutto, con te stesso.

SEGRETO n. 2: quanto più padroneggerai l'arte della comunicazione con il mondo esterno tanto più avrai successo sul piano professionale, sociale, finanziario.

Non solo, il tuo successo più grande l'otterrai con te stesso se capirai che i tuoi stati d'animo ottimali sono direttamente correlati al tuo modo di comunicare con te stesso.

SEGRETO n. 3: come ti senti non dipende dagli accadimenti, bensì da come reagisci a quel che ti accade.

«Sei tu», dice Anthony Robbins, il grande motivatore a livello mondiale, «che decidi come sentire e agire in base a come hai scelto di percepire la tua esistenza.»

Coloro che hanno raggiunto l'eccellenza nel proprio campo seguono una precisa strada che conduce al successo, quella che lo stesso Robbins chiama:

**FORMULA del
SUCCESSO**

□ Nella prima fase è indispensabile sapere quale risultato si vuole

ottenere.

- La seconda è la fase dell'azione. Compiere quelle azioni che hanno la massima probabilità di raggiungere il risultato auspicato.
- La terza fase è quella dell'imparare a riconoscere dai risultati correlati alle azioni se le strategie messe in atto allontanano o avvicinano al traguardo.
- La quarta fase è quella dello sviluppo della flessibilità necessaria a cambiare il proprio comportamento finché non si ottenga ciò che si desidera.

SEGRETO n. 4: sono due, quindi, gli elementi sui quali è necessario riflettere: azione e flessibilità. Se aspetti, seduto in poltrona, che il tuo obiettivo si materializzi davanti a te, non farai un passo per trasformare i tuoi sogni in realtà. Bisogna che d'ora in avanti, appena sveglio, ti sottoponga a robuste iniezioni di DUM.

Che cos'è il DUM? Non è un ricostituente che trovi in farmacia e neppure un preparato multivitaminico, è il combustibile che metterai nel tuo motore. È un acrostico che vuol dire:

Datti una mossa

È il simbolo costante sul quale dobbiamo impostare la nostra esistenza se vogliamo ottenere qualcosa da noi stessi e dagli altri. L'azione da sola non basta. Dobbiamo capire dagli esiti delle singole azioni se stiamo procedendo in direzione del traguardo prefissato o se, invece, ce ne stiamo allontanando. Ecco il secondo elemento: la flessibilità. Non siamo mosche che nel tentativo di uscire sbattono con ostinazione contro il vetro della finestra. È indispensabile prendere coscienza del fatto che, se l'azione intrapresa non ci porta al risultato auspicato, dovremo cambiare direzione. Rifletti: Walt Disney ha bussato alla porta di trecento banche prima di ottenere il finanziamento per la costruzione della prima Disneyworld e Thomas Edison è andato incontro a 9999 risultati negativi prima d'inventare la lampadina.

Il successo non è frutto della casualità. Esistono specifici modelli d'azione, strategie d'eccellenza, alla portata di ciascuno. Noi tutti siamo in grado di accedere alle ricchezze che possediamo al nostro interno. Noi tutti abbiamo il potere di cambiare se vogliamo. Dentro di ciascuno di noi c'è l'alchimista in grado di accendere l'athanor, la propria mente, e di utilizzarlo nel modo

migliore per trasmutare il piombo dell'azione nell'oro del successo.

Cambiamento. Ecco una parola, di fronte alla quale, per certi versi, proviamo un po' di timore. Non è qualcosa che di primo acchito stimola entusiasmo. Il che, se ci ragioniamo, è strano. Il cambiamento è una costante naturale della nostra esistenza. Nel giro di sette anni le cellule del nostro corpo non sono più le stesse. Tu che mi leggi sei diverso da ciò che eri sette anni fa. Simile, ma diverso. Se parliamo, invece, di miglioramento, di progresso, la parola ci piace di più. Noi tutti vogliamo essere migliori di ciò che siamo, progredire, evolvere. Soltanto che, mi dispiace darti questa cattiva notizia, non ci può essere miglioramento senza cambiamento. Non solo, il cambiamento è automatico, il progresso non lo è.

Il nostro atteggiamento di diffidenza nei confronti di un qualsiasi mutamento nasce dalla poca simpatia che nutriamo per l'insicurezza. Fin dall'infanzia, anno dopo anno, creiamo intorno a noi quello che gli anglosassoni chiamano “comfort bubble”, una

bolla, un'area delle comodità dove collocare le nostre abitudini, il nostro modo di pensare, di agire, le nostre amicizie, le musiche, i film, i libri che ci piacciono, insomma tutto ciò che concorre alla nostra sicurezza. Fuori della bolla troviamo disagio, instabilità, insicurezza.

Qual è il tuo stato d'animo quando ti rechi per la prima volta in un posto sconosciuto? Certo non provi la stessa sensazione di benessere di quando vai in un posto che conosci bene. Qui ti trovi a tuo agio. Il problema è che nella bambagia della nostra zona delle comodità non c'è evoluzione. Nessuno è mai migliorato in situazioni di appagamento, soltanto i momenti difficili sono quelli che temprano il carattere, ci fanno crescere, ci fanno tirar fuori quelle risorse che non avremmo mai immaginato di possedere.

SEGRETO n. 5: la qualità della vita di un individuo è direttamente proporzionale alla sua capacità di convivere con l'insicurezza.

«Non esistono individui demotivati, esistono piuttosto obiettivi poco motivanti.» Quest’asserzione di Anthony Robbins, non è un luogo comune al pari di «non esistono più le mezze stagioni» oppure «non c’è più rispetto per gli anziani.» È, invece, una delle frasi storiche che ciascuno dovrebbe ripetersi ogni mattina davanti allo specchio mentre si fa la barba o si trucca. Se ci sentiamo poco motivati è perché ragionevolmente o siamo pigri o, davvero, non abbiamo nulla da fare. Tu come ti svegli la mattina? Hai qualcosa d’interessante da fare? Non vedi l’ora di buttare le gambe dal letto o ti crogioli al calduccio tra le lenzuola? Insomma, hai o no un buon motivo per alzarti dal letto?

Immagino ciò che stai per dirmi: devi lasciare il letto perché non ne puoi fare a meno, hai un lavoro che ti aspetta, non ti piace ma è l’unico che hai e sei obbligato a svolgerlo perché devi mantenere la tua famiglia. «Anzi» aggiungi, «un obiettivo l’avrei e sarebbe quello di cambiare lavoro.»

Sbagliato! Che razza d’obiettivo è “cambiare lavoro”? Fa il pari con quello di dire: «Non voglio più fare il muratore, il bancario, l’impiegato alle poste, il ministeriale». Nel primo caso, l’obiettivo

è troppo generico, troppo poco definito e, soprattutto, non è motivante. Nel secondo, così come formuli l'obiettivo, il risultato è controproducente, perché il nostro cervello non percepisce il “non”, la frase al negativo. Infatti, se io adesso ti dicessi di non pensare alla Torre Eiffel o alla Statua della Libertà di New York, la tua mente metterebbe a fuoco proprio queste due immagini. Di conseguenza, se il tuo obiettivo è quello di non fare il bancario, il tuo cervello si focalizzerebbe sul “fare il bancario” e non usciresti più dalla tua spirale perversa. E allora? Allora dovresti cominciare con il formulare il tuo obiettivo in modo semplice e chiaro. Se davvero volessi cambiare lavoro, allora la domanda dovrebbe essere:

Che cosa vorrei fare?

Aspetta prima di rispondere. Ti suggerisco una formula magica per definire nel modo migliore il tuo obiettivo.

SEGRETO n. 6: secondo una statistica, solo il 3% della popolazione attiva fissa sulla carta gli obiettivi e di questo 3 per cento ben il 97% raggiunge la meta prefissata.

La ragione è semplice: se scrivi su una pagina della tua agenda un obiettivo, è come se prendessi un impegno con te stesso e se non altro per coerenza ce la metterai tutta per raggiungerlo.

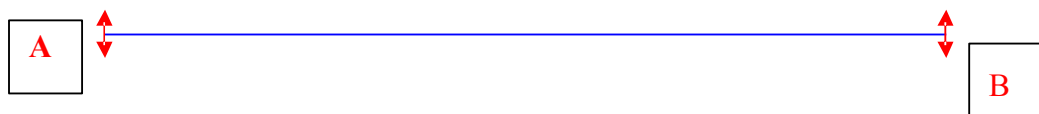
C'è, però, un secondo parametro di grande importanza che sarebbe stupido sottovalutare: il nostro cervello.

SEGRETO n. 7: quando l'obiettivo è chiaro, il cervello si focalizza e presto comincerà a presentarti una serie d'opportunità che neanche immagini.

Per esempio, ti sei invaghito di un nuovo modello di fuoristrada. Appena accarezzi l'idea di farne un tuo prossimo obiettivo, cominci a vederlo ovunque, il gestore del tuo ristorante preferito possiede proprio quel modello e non te n'eri mai accorto. Non solo, a cento metri da casa c'è persino una concessionaria di quella marca d'auto. Fino a quel momento non ci avevi fatto caso. Lo stesso discorso vale per un bel mucchio di cose. Le chiamiamo coincidenze, ma lo sono davvero? Credo piuttosto che fino ad oggi

non abbiamo considerato le capacità della nostra mente nel loro giusto valore.

A/ Stato nel quale mi trovo in questo momento.



B/ Stato che desidero raggiungere

Se tracciamo una retta nello spazio che unisce due punti, stabiliamo la direttrice o, meglio, il cammino da compiere per passare da un punto all'altro, dallo stato attuale a quello che desidereremmo raggiungere.



È ovvio, l'abbiamo già visto poco più sopra, per passare da un punto all'altro della nostra retta occorre che ci diamo una mossa (DUM) e mettiamo in conto una serie d'azioni per raggiungere il

nostro obiettivo. Certo, dovremmo prendere in considerazione anche gli imprevisti cui potremmo andare incontro.

Saranno proprio quelli che misureranno il nostro grado di flessibilità. Vediamo in primo luogo come potremmo scrivere il nostro obiettivo per ottenere il PREMIO finale, allo stesso modo di quel 3% della popolazione che fissa sulla carta i propri “desiderata”, agisce e li realizza.

Ecco il nostro schema di base:

POSITIVO

RESPONSABILE

ECOLOGICO

MISURABILE

IDEABILE

OGGETTIVO

Positivo: l’obiettivo deve essere posto al positivo. Se il nostro proposito è quello d’imparare a **parlare in pubblico in modo efficace, persuasivo e senza ansie**, com’è in fondo lo scopo di

questo ebook, allora dovremmo scrivere: *mi piace conversare con la gente*. Se scriviamo sull'agenda: "non voglio avere paura di parlare alla gente", non otterremo nulla perché, lo abbiamo già detto, il cervello non percepisce il "non" e si focalizzerà sul "voglio aver paura di parlare con la gente", vale a dire sul contrario di ciò che vorremmo ottenere.

Responsabile: il raggiungimento dell'obiettivo deve ricadere sotto la nostra totale responsabilità. Siamo noi a dover agire e siamo noi a consapevolizzarci se le azioni svolte ci allontanano o ci avvicinano alla meta prefissata.

Ecologico: l'attività messa in atto per il perseguimento dell'obiettivo non deve essere contraria ai nostri valori o alla nostra salute. Non solo, anche l'obiettivo deve essere "ecologico", vale a dire: non deve essere in contrasto con le nostre credenze e con la nostra salute, anzi deve contenere dei vantaggi al presente. Per esempio, se il nostro proposito è quello di perdere peso, la dieta alla quale ci sottoporremo non dovrà essere così drastica da

comportare danni alla salute, ma, al contrario, dovrà prevedere una giornata della settimana in cui potremo mangiare di tutto.

Misurabile: il nostro obiettivo deve contenere chiari riferimenti per capire quando otterremo il risultato voluto. Se il nostro desiderio è dimagrire, scrivere che vogliamo pesare 78 kg entro 6 mesi è rendere misurabile l'obiettivo. Nel nostro caso, riuscire a parlare in pubblico in maniera convincente e senza stress entro un anno.

Ideabile: nel senso di ragionevole. È ovvio che avere come obiettivo di vincere all'enalotto entro due mesi non è un'ipotesi realizzabile.

Oggettivo: nel senso che il nostro proposito deve essere obiettivamente raggiungibile.

C'è un altro aspetto da non sottovalutare se prenderai la sana abitudine di fissare sulla carta i tuoi obiettivi e, soprattutto, se ne avrai ben valutato la misurabilità: ogni qualvolta ti capiteranno

sott'occhio i fogli sui quali hai segnato i tuoi propositi e andrai a fare un bilancio dei risultati, con tutta probabilità ti accorgerai di aver raggiunto tutti gli obiettivi prestabiliti, anche se adesso te ne sei dimenticato. Ebbene, il fatto di rendertene conto ti creerà la convinzione potenziante di essere uno che raggiunge quando vuole gli obiettivi prefissati e ciò farà sì che la tua autostima salga ad un livello ancora più alto. C'è un'altra considerazione da fare a proposito della motivazione:

SEGRETO n. 8: le azioni umane sono essenzialmente dominate da due potenti forze, *piacere e dolore*.

Gli uomini e le donne hanno poche caratteristiche psicologiche in comune, ma una di queste è senz'altro che entrambi agiscono unicamente per sfuggire il dolore o per raggiungere il piacere, o per lo meno un obiettivo gratificante. La meccanica della nostra mente lavora in modo mirabile nella valutazione di queste due forze contrastanti.

Un tabagista convinto troverà difficile smettere di fumare fintanto che il piacere di aspirare boccate ad una sigaretta, ad un sigaro, ad una pipa, supererà il dolore di un'eventuale controindicazione sanitaria. Il giorno che si convincerà che il fumo gli fa davvero male, solo allora smetterà di fumare perché il dolore di una situazione di forte rischio vitale lo indurrà a superare il piacere di una boccata alla sigaretta. Dovrà allora convincersi che respirare più liberamente, fare due rampe di scale senza restare trafelati darà piacevoli sensazioni. Tutto ciò dimostra che a breve termine il dolore ha un effetto motivante ben più forte del piacere, mentre a lungo termine i veri mutamenti si verificano quando il nuovo atteggiamento diventa piacevole e il mantenerlo non costa grande fatica.

SEGRETO n. 9: tutto ciò che posso immaginare, lo posso realizzare.

Nulla è più potente della nostra immaginazione. Non ci credi?
Chiudi gli occhi e distendi in avanti le braccia. Prova a immaginare con tutta l'intensità di cui sei capace di avere nella

mano destra un palloncino e nella sinistra un secchio pieno di sassi. Sai che cosa succederà?

Nello spazio di pochi secondi, se aprirai gli occhi, vedrai che il braccio destro si sarà sollevato e il braccio sinistro si sarà notevolmente abbassato, proprio come se tu avessi avuto nella mano destra un palloncino e nella sinistra un secchio pieno di pietre. Rileggi il segreto scritto in rosso. Cominci a crederci? Se ci credi vuol dire che te ne sei fatta una convinzione.

SEGRETO n. 10: le convinzioni, lo sai bene, sono il motore dei nostri comportamenti, del nostro modo di vedere le cose, del nostro modo di comunicare. Un uomo senza convinzioni è come un'auto senza motore. Avere la convinzione dentro di sé di poter raggiungere qualunque obiettivo, ti fornisce l'energia necessaria per realizzarlo.

Il problema è se le credenze che abbiamo invece di potenziarci ci limitano. Dovremmo fare un esame di coscienza: sono tante le convinzioni sballate che ci portiamo dietro e in base alle quali

agiamo come se dessimo al nostro cervello un ordine circa la maniera con la quale rappresentare quel che accade. Tre sono i modi di adeguarsi del cervello alle nostre credenze: *generalizzando, cancellando, distorcendo*. Nella mia lunga attività di lettore televisivo avrò letto un numero infinito di documentari: storici, archeologici, scientifici, industriali, didattici. Tra questi ultimi, per industrie private ma anche per l'esercito, l'aeronautica e la marina militare, testi di filmati concernenti macchinari, motori, armamenti d'ogni genere. Pensa al rischio di corto circuito mentale nel quale sarei potuto incorrere se la mente non fosse intervenuta a cancellare a livello conscio tutta la massa di dati incamerati nel corso di anni e anni di lavoro.

Buon per me che è intervenuto un filtro per selezionare le informazioni accumulate giorno per giorno. Ciò che non mi serve è soppresso dalla coscienza.

Un altro modo di gestire la massa d'informazioni è *generalizzarla*. Si dice: una delle attività che non si dimentica più nella vita è come andare in bicicletta. Se abbiamo imparato ad

andarci una volta, saremo in grado di andarci sempre, anche se la bici in questione è diventata una sofisticata bicicletta da corsa o una mountain bike. In generale, funzionano tutte nello stesso modo, basta mantenersi in equilibrio e spingere sui pedali. Il problema è che generalizziamo la nostra stessa esperienza. Da qui, tra l'altro, hanno origine le fobie. La fobia è vista come una reazione della mente ad un avvenimento traumatico. È una reazione d'apprendimento: ti ha morso un cane e hai avuto paura. La tua mente ne ha tratto un convincimento: *tutti i cani sono pericolosi*. Come dire che se ti trovassi a dover fronteggiare di nuovo un cane, fosse anche un chihuahua, il tuo organismo ti proteggerebbe sviluppando una reazione d'ansietà, sudi, hai il respiro corto, il cuore batte a ritmo accelerato, e via dicendo.

Allorché c'imbattiamo in un evento di particolare intensità emotiva, è facile l'insorgere di una fenomenologia del genere. Un incidente d'auto, per esempio, potrebbe far scattare la fobia delle auto; una caduta da cavallo potrebbe indurre la paura di montare in sella e così via.

Un aspetto interessante della fenomenologia è che la fobia non nasce sul momento, ma è provocata dalle successive riflessioni sull'avvenimento stesso. Infatti, nel momento dell'evento, per esempio una caduta da bicicletta, il consiglio è quello di risalire subito in sella alla bici per evitare che la mente, razionalizzando, crei associazioni mentali negative. Ecco quindi che, partendo da determinati aspetti della propria esperienza, si arriva ad una generalizzazione e ci si convince che in avvenire tutte le esperienze simili avranno il medesimo risultato negativo. Come si dice? «Chi è scottato dalla minestra calda, soffiava sulla fredda». Quanto sia difficile scalzare certe convinzioni lo dimostra questo test:



Girando la chiave nella serratura.

Non è chiusa a chiave.

Spingendo la maniglia.

No.

Tirando a sé la maniglia.

No, neanche in questo modo.

Facendo scorrere la porta verso destra.

Neppure così.

E allora...?

Non meravigliarti se non ne sei capace. È accaduto a tutti coloro che, dai quindici ai novant'anni, hanno provato ad aprirla, finché non è arrivato un bambino che con la massima semplicità ha aperto la porta spingendola dalla parte opposta della maniglia. Come c'è riuscito? Perché era privo del convincimento che tutti noi abbiamo che le porte si aprono dal lato della maniglia.

Un'altra operazione posta in atto dal cervello per filtrare le informazioni è la cosiddetta *distorsione*. Mi spiego con un esempio. Nella campagna veronese, nel periodo della mia

giovinezza quando andavo a trascorrervi le vacanze estive in casa dei miei zii, girava una storiella grottesca.

Alcuni ragazzi scommettevano su chi avrebbe avuto il coraggio di andare da solo in un cimitero di notte. Naturalmente la maggioranza aveva declinato l'invito. «Non ci vado neanche per un milione di lire!» disse uno di loro (all'epoca girava ancora la lira). «Mi viene la pelle d'oca solo al pensiero!» commentò un altro, finché non saltò fuori Virgilio, lo sbruffone di turno. «Mi fanno ridere le vostre paure. Bisogna avere paura dei vivi, non dei morti. Preparate le diecimila lire della scommessa che vado io.»

Tutti euforici, quella notte stessa, a mezzanotte, gli amici accompagnarono il temerario al cancello del camposanto del paese. Neanche a farlo apposta era una notte da lupi: lampi e tuoni facevano presagire l'arrivo di un temporale. Virgilio scavalcò il cancello e si lasciò cadere dall'altra parte. Con il martello in una mano e il chiodo nell'altra che avrebbe dovuto piantare nel tronco del cipresso al centro del cimitero, s'incamminò verso la meta.

Come era da immaginarsi si era messo a piovere. Stretto nel suo mantello nero con tanto di cappuccio, Virgilio non temeva la pioggia, ma di lì a poco avrebbe dovuto iniziare a temere gli scenari che la sua immaginazione gli proponeva.

Improvvisamente rabbrivì. La quiete del cimitero fu spezzata prima da un balenio accecante, poi dal rumore squassante di un tuono.

La pioggia aumentò d'intensità e, attraverso la cortina d'acqua, le cose intorno a lui sembrarono mutare forme: i rami degli alberi agitati dal vento presero le sembianze di braccia scheletriche protese verso di lui, i simulacri di pietra, posti a ornamento delle tombe, gli dettero l'impressione che cambiassero posizione e si volgessero a guardarlo con occhi malevoli.

Lo stridere di una civetta nel buio gli fece accapponare la pelle. Tremando da capo a piedi, Virgilio, nonostante il vento contrario che quasi gli impediva di procedere, accelerò il passo. Trafelato, senza più guardarsi intorno, raggiunse il cipresso. Con gran fatica perché doveva lottare contro il vento, la pioggia e il tremito delle

mani, riuscì ad assestare i primi colpi sul chiodo per conficcarlo nella corteccia. Ritenendo di averlo piantato abbastanza in profondità, si volse per correre via. Non riuscì a fare un passo, qualcosa alle sue spalle lo tratteneva e gli impediva di scappare. Al pensiero che fossero i morti del cimitero a non volerlo lasciare andare, ne ebbe una tale impressione che cadde svenuto.

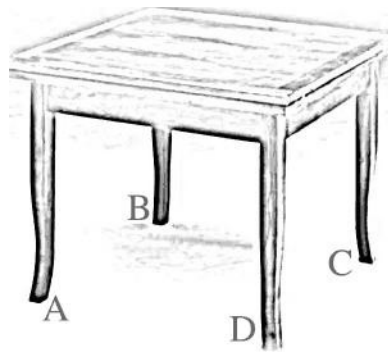
Nel suo caso la mente era intervenuta provocando una distorsione: non era un fantasma che lo tratteneva, bensì la sua dabbenaggine. In preda allo sgomento non si era accorto di avere inchiodato all'albero il mantello. In altre parole, spesso distorciamo le informazioni pervenute dall'esterno interpretandole in modo sbagliato, ma anche in modo tale da indurre la fisiologia del nostro organismo a reazioni tipo lo svenimento del povero Virgilio. Le nostre sensazioni di certezza errate possono essere di vario genere. Lo abbiamo detto nell'introduzione: se noi pensiamo che, per come siamo fatti, non riusciremo a realizzare alcunché, potremo esser certi che non saremo in grado di districarci dalle panie di una convinzione tanto distruttiva. Se non crediamo al successo, non l'otterremo mai.

Il risultato è garantito sia se riteniamo di raggiungere un determinato risultato, sia se, al contrario, pensiamo di non essere in grado di ottenerlo. Resta da chiederci: da quale delle due posizioni è conveniente partire? Se, come credo, non avrai dubbi nello scegliere, la domanda successiva sarà: com'è possibile sviluppare una persuasione del genere?

Uno dei modi è cominciare a scalzare quel tipo di credenze che giudichiamo limitanti. Tanto per restare nell'alveo dei nostri interessi specifici, quali e quanti sono i freni che c'impediscono di svolgere nel modo migliore il nostro compito di buoni comunicatori? La timidezza? L'insicurezza? L'ansia?

L'emotività? La paura di fallire? Ho citato alcune problematiche di base, ma potrebbero essercene anche altre. Prova a buttare sulla carta quei convincimenti per i quali ti è difficile non essere travolto dallo stress ogni qualvolta ti trovi davanti ad un pubblico. Ti lascio lo spazio in questa pagina per scrivere di getto le credenze limitanti che ti vengono in mente. Dici d'essere timido. Chi ti ha messo in testa un'idea del genere? I tuoi genitori, fin da quando frequentavi le scuole elementari? I tuoi insegnanti? Tu stesso?

Sulla base di quanto che suggerisce Anthony Robbins, osserva il disegno di questo tavolo. Ogni gamba del tavolo rappresenta un'esperienza grazie alla quale ti sei convinto di essere affetto da un'inguaribile timidezza.



- A) Diventi rosso come un peperone quando ti si fa una domanda.
- B) Un amico ti ha detto che improvvisare un discorso è come scalare una montagna a mani nude.
- C) Interrogato in classe, hai fatto scena muta.
- D) Non hai avuto la faccia tosta di abordarla quella ragazza, come ti suggerivano gli amici.

Seghiamo le gambe del tavolo di sostegno alla tua convinzione di essere timido o, meglio, smontiamo le esperienze a causa delle quali sostieni di esserlo.

A) Il fatto che diventi rosso quando ti senti coinvolto in prima persona significa che sei facile all'emozione, non che sia timido. Probabilmente il tuo canale sensoriale preferenziale in quel momento è quello cenestesico (vedremo fra poco che cosa significa).

B) Il tuo amico non è un trainer che può dirti che improvvisare un discorso è come scalare una parete di roccia a mani nude con il rischio di precipitare da un istante all'altro. E poi, scusa, prenderesti lezioni di sci da uno che non è mai stato in montagna?

C) Chiediti se la scena muta all'interrogazione era dovuta alla tua "innata timidezza" o non piuttosto alla ragione che quel giorno eri impreparato.

D) Il fatto che ti sia rifiutato di rimorchiare quella ragazza può avere diverse motivazioni: in fondo, la ragazza non ti piaceva così tanto, eri all'oscuro delle tecniche di seduzione applicate all'abbordaggio, non sei mai stato uno che fa quello che vogliono gli altri.

Tutti i Diritti Riservati – Vietata qualsiasi duplicazione del presente ebook

Ora che con il seghetto dell'analisi hai tagliato le gambe del tavolo, cosa resta della tua convinzione di partenza? Niente di niente.

Ecco, quindi, l'esercizio pratico che fa per te. Così come abbiamo fatto con la timidezza, prendi la serie di convinzioni limitanti che hai già trascritto su un foglio di carta. Prova a pensare per ciascuna di esse su quali esperienze pregresse hai basato la tua credenza negativa. Riportale sulla carta e poi smontale una ad una.

RIEPILOGO DEL CAPITOLO 1:

- SEGRETO n. 1: non si nasce eccellenti comunicatori, lo si diventa.
- SEGRETO n. 2: quanto più padroneggerai l'arte della comunicazione con il mondo esterno tanto più avrai successo sul piano professionale, sociale, finanziario.
- SEGRETO n. 3: come ti senti non dipende dagli accadimenti, bensì da come reagisci a quel che ti accade.
- SEGRETO n. 4: sono due, quindi, gli elementi sui quali è necessario riflettere: azione e flessibilità. Se aspetti, seduto in poltrona, che il tuo obiettivo si materializzi davanti a te, non farai un passo per trasformare i tuoi sogni in realtà. Bisogna che d'ora in avanti, appena sveglio, ti sottoponga a robuste iniezioni di DUM.
- SEGRETO n. 5: la qualità della vita di un individuo è direttamente proporzionale alla sua capacità di convivere con l'insicurezza.
- SEGRETO n. 6: secondo una statistica, solo il 3% della popolazione attiva fissa sulla carta gli obiettivi e di questo 3 per cento ben il 97% raggiunge la meta prefissata.

- SEGRETO n. 7: quando l'obiettivo è chiaro, il cervello si focalizza e presto comincerà a presentarti una serie d'opportunità che neanche immagini.
- SEGRETO n. 8: le azioni umane sono essenzialmente dominate da due potenti forze, *piacere e dolore*.
- SEGRETO n. 9: tutto ciò che posso immaginare, lo posso realizzare. Nulla è più potente della nostra immaginazione.
- SEGRETO n. 10: le convinzioni, lo sai bene, sono il motore dei nostri comportamenti, del nostro modo di vedere le cose, del nostro modo di comunicare. Un uomo senza convinzioni è come un'auto senza motore. Avere la convinzione dentro di sé di poter raggiungere qualunque obiettivo, ti fornisce l'energia necessaria per realizzarlo.

ALBERTO LORI

Capitolo 1 estratto da:

L'ARTE DELLA COMUNICAZIONE



**Per comunicare in maniera efficace,
convincente e senza stress**